

دراسة الأثر الاستمالي للتقنيات البلاغية ودورها الإقناعي في آيات الربا في القرآن الكريم.

إعداد

د/زينه بنت حسين بن عوضه القحطاني

أستاذ اللسانيات التطبيقية المشارك في
قسم اللغة العربية بكلية العلوم والآداب جامعة
نجران، المملكة العربية السعودية

د/ سحر مصطفى إبراهيم المعنا

أستاذ البلاغة والنقد في قسم اللغة العربية
كلية العلوم والآداب جامعة نجران ،
المملكة العربية السعودية

ملخص البحث:

عنوان البحث: دراسة الأثر الاستمالي للتقنيات البلاغية ودورها الإقناعي في آيات الربا في القرآن الكريم

يحاول هذا البحث تجلية أثر التقنيات البلاغية الاستمالي، ودورها الإقناعي في آيات الربا.

أهداف البحث: ودورها الإقناعي في آيات الربا.

(1) إثبات أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وتأكيد ارتباطها به ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.

(2) دراسة الفنون البلاغية باعتبارها تقنية من تقنيات الحجاج الإقناعي دراسة تؤكد دورها المهم في إقناع المتلقين بترك الربا، والابتعاد عنه.

(3) إيضاح الخصائص الأسلوبية الإقناعية والسمات الاستمالية للتقنيات البلاغية التي تسهم في استجابة المتلقي للنهي عن التعامل بالربا، وقبوله للأمر بالتعامل بالبيع الحلال.

(4) الكشف عن تأثير التقنيات البلاغية استمالياً وإقناعياً في المتلقي، وكيف تجعله يسلم بالفكرة ويفتتح من خلال الآيات محل الدراسة.

(5) بيان كيفية توظيف التقنيات البلاغية، وتكاتفها مع الآليات الحجاجية المختلفة لتحقيق الغاية الاستمالية، والهدف الإقناعي في آيات الربا.

ويشتمل هذا البحث على مقدمة، ومبحثين، وخاتمة، وثبت للمصادر والمراجع.

بعض نتائج البحث:

(1) للتقنيات البلاغية سمات استمالية، وخصائص إقناعية تجعل المتلقي المخاطب بالآيات التي تحث على ترك الربا والابتعاد عنه يمتنع عن هذا الصنيع، بل وينفر منه ويقف على قبحه وبشاعته.

(2) كشف البحث عن الغايات الاستمالية، والأهداف الإقناعية التي تؤديها كل تقنية بلاغية في آيات الربا، من حث وترغيب، وتحذير وتنفير.

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

الكلمات المفتاحية:

(الاستمالي – تقنيات بلاغية- إقناعي- آيات الربا)



A study of the persuasive impact of rhetorical techniques and their persuasive role in the verses on usury in the Holy Quran.

Research Summary:

Research Title: The Persuasive Effect of Rhetorical Techniques and Their Persuasive Role in the Verses on Usury in the Holy Quran

This research attempts to clarify the persuasive effect of rhetorical techniques and their persuasive role in verses on usury.

Research Objectives: and their persuasive role in verses on usury.

1) To prove that persuasive discourse is inseparable from Arabic rhetoric, and to confirm its close connection to it and that it is one of its important mechanisms.

2) To study rhetorical arts as a technique of persuasive argumentation, confirming their important role in convincing recipients to abandon and abstain from usury.

3) To clarify the persuasive stylistic characteristics and persuasive features of rhetorical techniques that contribute to the recipient's response to the prohibition against dealing in usury and their acceptance of the command to deal in lawful sales.

4) To reveal the persuasive and persuasive effect of rhetorical techniques on the recipient, and how they can persuade him/her to accept the idea and be convinced through the verses under study. 5) Explaining how rhetorical techniques are employed and their integration with various argumentative mechanisms to achieve the persuasive and persuasive goal in verses on usury.

This research includes an introduction, two chapters, a conclusion, and a list of sources and references.

Some of the research findings:

1) Rhetorical techniques have persuasive features and persuasive characteristics that make the recipient addressed by verses urging usury abstain from this practice, and even repel it and recognize its ugliness and ugliness.



2) The research revealed the persuasive goals and persuasive objectives served by each rhetorical technique in verses on usury, such as urging and encouraging, warning and deterring.

3)The study demonstrated that persuasive discourse is inseparable from Arabic rhetoric, is closely linked to it, and is one of its important mechanisms.

Keywords:

Persuasive - Rhetorical Techniques - Persuasive - Verses on usury

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خير الخلق أجمعين، سيدنا محمد ﷺ وعلى آله وصحبه، ومن اهتدى بهديه، وسار على نهجه إلى يوم الدين.
أما بعد:

فقد أجمع الدارسون على أن هناك إشارات تؤصل للحجاج في البلاغة العربية القديمة، والناظر في هذه الكتب يتبين له ذلك واضحاً جلياً؛ إذ يجد أن البلاغيين قد أدلوا بدلوهم في هذا المجال، وخرجوا بأشياء كثيرة في هذا الباب، رغم كونها لن ترق إلى ما بلغه الحجاج اليوم بمبادئه وأسسها، ومناحيه، وتجلياته.

والتقنيات البلاغية تضيف على النص جمالاً وحسناً، ورونقاً وبهاءً، وهذا كله يجعل المتلقي يستمتع بقراءة النص وتذوقه، فإذا انضافت تلك الجمالية إلى حجج متنوعة، وعلاقات حجاجية تربط بدقة أجزاء الكلام، وتصل بين أقسامه، أمكن للمتكلم تحقيق غايته من الخطاب؛ أي: قيادة المتلقي إلى فكرة ما، أو رأي معين، ومن ثم توجيه سلوكه الوجهة التي تريدها له؛ فالحجاج لا غنى له عن الجمال؛ لأن الجمال يرفد العملية الإقناعية، ويبسر على المتكلم ما يرومه من نفاذ إلى عوالم المتلقي الفكرية والشعورية، والفعل فيها.

ومن هنا لا نستطيع القول بأن الحجاج يمكنه الاستغناء عن البلاغة؛ حيث إن الفنون البلاغية تزيد من قدرة المتكلم على الإقناع، فهذه الأساليب تساعد على توجيه سلوك المتلقي عن طريق استمالته؛ إذ تُعين المتكلم على ولوج عالم المتلقي الشعوري والفكري، فعندما يستعمل المتكلم الاستعارة مثلاً فإنه يؤثر على المتلقي ويقنعه بحججه، خاصة الاستعارة القرآنية؛ فهي تتميز بالقدرة على الفعل في المتلقي؛ فإنها تزيد الكلام رونقاً وجمالاً، وسحرًا وبهاءً.

والمحاجج يعتمد في خطابه استراتيجيات محددة؛ حيث يختار الحجج المناسبة التي تُراعي غاية الخطاب الحجاجي الأساسية، وهي الإقناع، وهذه الإستراتيجية: "عملية تنظيم عملي يُخضع لها المتكلم خطابه راصداً بواسطتها وسائل مختلفة لخدمة غايات معينة، فتكون تبعاً لذلك عملية واعية، خطط لها المتكلم بشكل دقيق، وباختيار موجه تحكمه نتائج الخطاب وغاياته الحجاجية"⁽¹⁾، فكل متكلم يحدد خطة محكمة في خطابه لتحقيق غايته الاستمالية، وهدفه الإقناعي.

لذا أثرت أن يكون بحثي تحت عنوان: دراسة الأثر الاستمالي للتقنيات البلاغية ودورها الإقناعي في آيات الربا في القرآن الكريم.

يحاول هذا البحث تجلية أثر التقنيات البلاغية الاستمالي ودورها الإقناعي في آيات الربا.

أسباب اختيار الموضوع:

(1) معايشة النص القرآني، والتشرف بالعمل به، والنهل من فيضه العذب الرقراق.

(2) التعرف على التقنيات البلاغية بأشكالها المختلفة في آيات الربا.

(1) إستراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي التواصل، محمد عرابي، رفوف G.I، ع، 4 مايو 2013، ص 152-170.

3) إلقاء الضوء على الأثر الاستمالي والدور الإقناعي للتقنيات البلاغية في القرآن الكريم من خلال آيات الربا.

أهداف البحث:

- 1) إثبات أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وتأكيد ارتباطها به ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.
- 2) دراسة الفنون البلاغية باعتبارها تقنية من تقنيات الحجاج الإقناعي دراسةً تؤكد دورها المهم في إقناع المتلقين بترك الربا، والابتعاد عنه.
- 3) إيضاح الخصائص الأسلوبية الإقناعية والسمات الاستمالية للتقنيات البلاغية التي تسهم في استجابة المتلقي للنهي عن التعامل بالربا، وقبوله للأمر بالتعامل بالبيع الحلال.
- 4) الكشف عن تأثير التقنيات البلاغية استمالياً وإقناعياً في المتلقي، وكيف تجعله يسلم بالفكرة ويقتنع من خلال الآيات محل الدراسة.
- 5) بيان كيفية توظيف التقنيات البلاغية، وتكاتفها مع الآليات الحجاجية المختلفة لتحقيق الغاية الاستمالية، والهدف الإقناعي في آيات الربا.

ويشتمل هذا البحث على مقدمة، ومبحثين، وخاتمة، وثبت للمصادر والمراجع.

المقدمة: ذكرت فيها: عنوان البحث، وأسباب اختياره، وأهدافه، ومنهجه، وخطته.

المبحث الأول: مفهوم الإقناع واستراتيجياته .

المبحث الثاني: دراسة التأثير الاستمالي للتقنيات البلاغية ودورها الإقناعي في آيات الربا .

الخاتمة: ذكرت فيها أهم النتائج التي خلصت إليها، وكذلك التوصيات.

ثبت المصادر والمراجع: قد أثبت في مصادر البحث ومراجعته.

وقد نهجت في هذا البحث منهجين:

المنهج الاستقرائي: وبمقتضاه استقرأت الآيات التي تحدثت عن الربا، ثم انتقيت منها الآيات التي

يتضح من خلالها استمالية وإقناعية التقنيات البلاغية.

المنهج الوصفي: القائم على التحليل، وبه استجليت الخصائص الإقناعية والسمات الاستمالية

للتقنيات البلاغية، والروابط الحجاجية في الآيات المختارة.

وقد استقيت بحثي هذا من كتب التفسير، والبلاغة، واللغة، وكتب الحجاج.

وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب.

وصلّى اللهم على محمد وآله وبارك.

المبحث الأول

مفهوم الإقناع وإستراتيجياته

الإقناع في اللغة: "إمالة الماء للماء المنحدر ... والقانع: السائل، وسمي قانعاً لإقباله على من يسأل"⁽¹⁾، و"يجوز أن يكون السائل سُمي قانعاً، لأنه يرضى بما يُعطى، قلّ أو كثر، ويقبله ولا يرده... والقناعة: الرضا بالقسم، وبابه سلّم فهو قنع وقنوع، وأقنعه الشيء أي أرضاه"⁽²⁾. و"اقتنع: قنع بالفكرة أو الرأي، قبله واطمأن إليه"⁽³⁾، والمعنى اللغوي الأخير الذي ورد في المعجم الوسيط هو الأقرب إلى مفهوم الإقناع المقصود في البحث.

الإقناع في الاصطلاح: "عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر، وإخضاعه لفكرة ما"⁽⁴⁾. وإنه: "أي اتصال مكتوب أو شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على الاتجاهات والاعتقادات أو السلوك... كما أنه القوة التي تُستخدم لتجعل شخصاً يقوم بعمل ما-عن طريق النصح والحجة والمنطق"⁽⁵⁾. "ويمكن القول بشكل مبسط وشامل بأنه: فعل متعدد الأشكال يسعى لإحداث تأثير أو تغيير معين في الفرد أو الجماعة... وقد شمل هذا التعريف ثلاث جمل:

الجملة الأولى: "فعل متعدد الأشكال": يعني أنه فعل يتم بأكثر من شكل، وإن كانت الفكرة الأساسية أو الأسلوب واحداً. فباعتبار الوسيلة بشكل عام هناك الكلام بالحديث، أو ما في حكمه من الكتابة، أو الإشارة، وهناك الممارسة العملية بالتصرفات والمواقف، أو غير ذلك، وباعتبار الأسلوب يكون الإقناع بالحجة أو بالتأثير في العاطفة، وذلك بالنظر إلى التكوين العقلي والعاطفي للإنسان"⁽⁶⁾.

وباعتبار الوضوح يكون مباشراً، وغير مباشر، وباعتبار القائم به يمكن أن يصدر من فرد، ويمكن أن يصدر من جماعة... وباعتبار الغاية يمكن أن تكون سلبية، ويمكن أن تكون إيجابية، والحكم في ذلك مسألة نسبية، فقد يحكم طرف بأنها سلبية والطرف الآخر بأنها إيجابية.

الجملة الثانية: "يسعى لإحداث تأثير أو تغيير معين"; ويعني هذا أن الإقناع يسعى للتأثير في الآخر بشكل عام أو جزئي، سواء كان ذلك في الفكر والسلوك أو في أحدهما.

الجملة الثالثة: "في الفرد أو الجماعة"; ويعني أن ممارسة الإقناع والتأثير قد تكون موجهة إلى فرد بعينه كما في الدعوة الفردية، وكما بين الزوجين، أو الوالدين لأحد أبنائهما،

(1) معجم مقاييس اللغة، أبو الحسين أحمد بن فارس، تحقيق: شهاب الدين أبي عمرو، دار الفكر، بيروت، ط1، 1415 هـ، مادة "ق - ن - ع"، ص 864.

(2) مختار الصحاح، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، تحقيق: محمود خاطر، مكتبة لبنان، بيروت، 1415 هـ، مادة "ق - ن - ع"، ج. 1، ص 231.

(3) المعجم الوسيط، د. إبراهيم أنيس وزملاؤه، دار الباز، مكة المكرمة، ط2، 1393 هـ، مادة "ق - ن - ع"، ج. 2، ص 763.

(4) كيف تقنع الآخرين؟، عبد الله بن محمد العوشن، دار العاصمة، الرياض، ط1، 1413 هـ، ص 26.

(5) الاتصال الاجتماعي ودوره في التفاعل الاجتماعي، د. إبراهيم أبو عرقوب، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، بدون، ص 189.

(6) النبأ العظيم- نظرات جديدة في القرآن الكريم محمد عبد الله دراز، دار القلم، الكويت، ط3، بدون، ص 113.

أو الطبيب لمريضه، أو تكون موجهة إلى مجموعة تمثل مجتمعاً نوعياً كمجتمع التجار، أو جنساً- كالرجال أو النساء أو الأطفال- أو أمة، ونحو ذلك⁽¹⁾.

والمفهوم الاصطلاحي للإقناع يشير إلى أنه التأثير السليم والمقبول على القنوات لتغييرها كلياً أو جزئياً بعرض الحقائق بأدلة مقبولة وواضحة⁽²⁾. والإقناع من الأمور التي نمارسها بشكل مستمر، فهو علم وفن في الوقت نفسه، علم بوصفه قائماً على قواعد وأسس علمية ومنطقية، وفن لأنه يتطلب المهارة في التأثير لارتباطه في التعامل مع الأفراد والجماعات في المحيط الداخلي والخارجي.

فالإقناع والتأثير ممارسة بين طرفين، أحدهما يريد التأثير في الآخر، ولما كانت هذه الممارسة أمراً قائماً في الحياة البشرية منذ نشأتها وعلى اختلاف أماكن وجودها وتنوعها، وفي مختلف أطرها وتركيباتها الاجتماعية، فقد جاء الاهتمام به على قدر ذلك، إذ نلاحظ تناوله في علوم وتخصصات عدة⁽³⁾، فالقدرة على الإقناع هي عصب القيادة، وهي العامل الأساس لحدوث التوافق والانسجام مع أصحاب الشخصيات الصعبة والعنيدة، والوسيلة الفاعلة لخلق علاقات ناجحة بين الناس.

والإقناع قدرة عظيمة لها قيمتها في مجالات عدة، يُحتاج إليها بدرجة كبيرة، وبخاصة في المجالات التربوية والإعلامية، لأن المتكلم يحتاج دوماً إلى تعديل قنوات المربين، أو الجمهور، أو المستقبلين، لإقناعهم بمضمون الرسالة.

وقد اهتم علماء البلاغة قديماً وحديثاً بفن الإقناع، فأفلاطون كان: "يعتبر الخطابة هي محدثة الإقناع الذي يتناول الاعتقاد"⁽³⁾ لا المعرفة، كذلك كان أرسطو يُعرّف البلاغة بأنها: القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها⁽⁴⁾.

ومما لا شك فيه أن الإقناع ليس عملية إجبار مباشر أو أمر قسري، لكنه عملية اتصالية تراكمية تعتمد على جهود متتالية تستهدف استمالة العقل⁽⁵⁾ أو العاطفة أو كليهما، لدى الفرد المستهدف بطريقة غير مباشرة في الأعم الأغلب، لتحقيق أهداف القائم بعملية الاتصال في تعامله مع الجمهور.

فهناك نوع من الإقناع يعمل على التأثير في العاطفة، ثم استمالتها، في حين أن هناك نوعاً آخر من الإقناع يركز على تأثيره في العقل بالحجج والأدلة والبراهين، ويستميل العقل بقوة المنطق، فيزداد الفرد اقتناعاً، ويتحقق الإقناع.

(1) الإقناع والتأثير دراسة تأصيلية دعوية، إبراهيم بن صالح الحميدان، بدون ، ص 5، 4.

(2) ينظر: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، جيهان رشتي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975م، ص 337.

(3) أفلاطون، جورجياس، نقله إلى العربية: أديب نصر، تحت: (الخطيب) ، دار صادر، بيروت، ص 8، والمحصول من نص كلام المترجم.

(4) ينظر: الخطابة، أرسطو طاليس، الترجمة العربية القديمة، عبد الرحمن بدوي، وكالة المطبوعات، دار القلم، بيروت، 1997 م)، ص 9، وينظر: سمير حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب، ط 1، 1984)، ص 153.

وفضلاً عن هذين النوعين هناك نوع ثالث يعتمد على الدمج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية معاً؛ إذ إنه من الناحية العملية نادراً ما يتم إقناع الأفراد المستهدفين عن طريق العاطفة فقط أو عن طريق المنطق وحده في كثير من الأمور، فيُعتمد إلى دمج العاطفة والعقل معاً لتحقيق أفضل النتائج وأعمق التأثير.

إستراتيجيات الإقناع:

يقصد بإستراتيجية الإقناع- بمعناها البسيط- تلك الخطة الدائمة ذات الهدف الثابت والأسلوب، أو الآليات المتنوعة، التي تعتمد للإقناع بفكرة ما، أو عقيدة، أو رسالة- فالاستمالات المنطقية قد تكون أفضل في بعض الأحوال والظروف من الاستمالات العاطفية، في حين أن الأخيرة تصلح وتكون ناجحة في ظروف أخرى. والرسائل الإقناعية الناجحة هي التي تستطيع أن تقدم الأدلة المنطقية المقنعة وعبارات تتضمن معلومات واقعية أو آراء تنسب إلى مصادر لها ثقلها ومصداقيتها في الوسط الذي تسري فيه⁽¹⁾⁽²⁾.

فالمحاج يعتمد في خطابه إستراتيجيات محددة؛ حيث يختار الحجج المناسبة التي تُراعي غاية الخطاب الحجاجي الأساسية وهي الإقناع، وهذه الإستراتيجية: "عملية تنظيم عملي يُخضع لها المتكلم خطابه راصداً بواسطتها وسائل مختلفة لخدمة غايات معينة، فتكون تبعاً لذلك عملية واعية، خطط لها المتكلم بشكل دقيق، وباختيار موجه تحكمه نتائج الخطاب وغاياته الحجاجية"⁽³⁾، فكل متكلم يحدد خطة محكمة في خطابه لتحقيق هدفه الإقناعي. وكل تقنية من التقنيات البلاغية تُعد إستراتيجية مهمة من إستراتيجيات الإقناع؛ إذ إنها ترسم مساراً إقناعياً للخطاب، وذلك عبر سلسلة من تفاعلات لغوية ومقامية داخل الموقف التواصلية.

(1) ينظر: جيهان رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 1، 1971، ص 446.

(2) الحجاج (الإقناع) وفن التأثير، ندى عبود العمار، G.I، ع 11، 2011م، ص 2-1.

(3) إستراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي التواصلية، محمد عرابي، رفوف G.I، ع 4 مايو 2013م، ص 152، 170.

المبحث الثاني:

دراسة الأثر الاستمالي للتقنيات البلاغية ودورها الإقناعي في آيات الربا في القرآن الكريم.

لقد أشار القرآن الكريم إلى الربا وتحريمه في أكثر من موضع؛ وذلك لخطورة مال الدين المرابي "المزاد على أصله" على المجتمع الإسلامي ومن ذلك قوله - تعالى -:

{ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ } (275) { يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ } (276) { إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ } (277) { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ } (278) { فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلََكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ } (279)⁽¹⁾

هذه الآيات الكريمات تشير إلى مال الدين، وأنه يجب على صاحب الدين أن يأخذ ماله الذي أقرضه فقط دون زيادة عن أصل ماله، ولا يراعي في هذا المال.

كما أن هذه الآيات تقبح من شأن النظام الربوي، وتبشع المتعاملين به، وتهدد المرابين بجزاء بشع وحرب من الله ورسوله في الدنيا والآخرة.

وتنبه هذه الآيات كذلك على أهمية كتابة الدين، وتوثيقه وحفظه.

فالآية الأولى من هذه الآيات الكريمات ترسم صورة قبيحة بشعة للمرابين في الآخرة، والمستفيدين من مال الربا، فتجعلهم يوم القيامة كالذي يتخبطه الشيطان من المس.

ثم تبين الآية سبب ما وصل إليه هؤلاء يوم القيامة، وهو أنهم قلبوا الحقائق، وجعلوا الربا أصلاً للتعامل، وأن البيع مثله مبالغه منهم في صحة التعامل بالربا، وقد تجاهلوا أن الله أحل البيع وحرم الربا.

ثم ينذرهم ﷻ ويخبرهم بأن الذي اتعظ بما جاءه من عند الله وبعد عن ذلك التصرف فيكون أمره إلى ربه ويتوب عليه.

أما من سيعود إلى هذا التعامل "الربا" فعليه أن ينتظر العذاب؛ لأنه سيصبح من أصحاب النار.

يقول تعالى: { الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ } (البقرة: 275)

فصلت هذه الآية عما قبلها، لما بينهما من شبه كمال الاتصال، فالآية السابقة⁽²⁾ أثارت سؤالاً تقديره: (وما شأن أكل الربا؟)، فقول: (الذين يأكلون...) إلخ، وقد وظف النظم الكريم شبه كمال الاتصال كتقنية إقناعية لإقناع المخاطب واستمالاته، وتتمثل إقناعية شبه كمال الاتصال في تحقيق الإيجاز الذي جعل الفكرة تصل إلى المتلقي بأقصى سرعة، وهي قبح الربا وبشاعته، وتحريمه، وبلاغته هذا الضرب تكمن في أن الجملة الأولى تثير في النفس خواطر، وهوافت فتأتي الثانية مجيبة عن هذه الخواطر، وكأن بذرة الجملة الثانية مضمرة في الجملة الأولى، وهكذا يتوالد الكلام وتتناسل

(1) البقرة من 275 إلى 279.

(2) البقرة آية 274.

الجميل، ثم إن في طيّ هذه الهوائف وترك الإفصاح عنها والتعبير الجهير بها، ضربٌ من وجازة الكلام واختصاره ودمجه واكتنازه، ولو ذهبت تبسط ما حقه البسط لرأيت وراء كل جملة من هاتيك الضروب جملة قد تطول أو تقصر، ولكنها أضمرت في تلك الجملة واكتُفي في الإبانة عنها باللمحة والإيماض السريعة التي انعكست في تحريك السامع واستثارة حسه⁽¹⁾.

ويتضح الأثر الإقناعي لتقنية التعريف بالموصولية في الآية؛ حيث عرّف المسند إليه في قوله: {الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا} بالموصولية، وذلك لأن التعبير بالموصول وصلته يخفي تحته اسم المذنب، وفي ذلك من الرجاء في هداية المرابي ما ليس في إفشاء اسمه وفضيحته، ولعل هذه الطريقة تكون وسيلة إقناعية استمالية للمرابين لإرجاعهم عن فعلهم القبيح هذا.

وكذا التعريف بالعلمية في قوله: {يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ}؛ إذ يشعر هذا التعريف بأن الذي يتخبط المرابي هو الشيطان لا غيره، فالتعريف بالعلمية يحدد المسند إليه المراد بعينه، واسم الشيطان يثير في النفس شعور الخوف والقلق، وعدم الراحة، وذكره في هذا المقام قصد به الترويع والتخويف بحيث يجعل المخاطب ينفر من التعامل بالربا الذي يؤدي به إلى هذا الجزاء، وبهذا كان التعريف بالعلمية هنا وسيلة استمالية مهمة لإقناع المتلقي بترك الربا والابتعاد عنه.

والتعريف سواءً أكان بالموصولية أم بالعلمية فقد أنتج مقدمة حجاجية فهمت من المنطوق القولِي للآية وهي: أن حال المرابي سيكون يوم القيامة حالاً مذرياً، وكأنه الذي يتخبطه الشيطان من المس، ونتيجة حجاجية هي: أن الذي لا يتعامل بالربا القبيح هذا، ويتعامل بالبيع الحلال سينجو من هذا المصير، مما يقنع المتلقي بتحاشي الأسباب المؤدية إلى ذلك الجزاء المهيّن.

ويظهر الدور الإقناعي لتقنية التصوير في قوله: {يَأْكُلُونَ} - إذ شبه "الأخذ" بـ "الأكل" أو "الاستيلاء على سبيل الاستعارة التبعية، والاستعارة توحى بأن المرابين قد استحلوا الربا وبالغوا في ذلك، فاعتادوا عليه لدرجة أنه أصبح بالنسبة لهم كالطعام والشراب، بل أهم الأشياء لديهم، وقد أفتق هذا التصوير المخاطب ببشاعة الربا وقبحه، كما تشعر هذه الاستعارة بجشع هؤلاء المرابين وذم ذلك التصرف منهم؛ لأنه سيؤدي بالمجتمع ويكون وبالآ عليه.

وهذه الاستعارة حجاجية؛ إذ ساهمت في إقناع المتلقي بالمراد؛ إذ أسفرت عن قضية حجاجية مقدمتها فهمت من المنطوق القولِي للنص، وهي أن المرابي يحرص على التعامل بمال الربا، وأن هذا المال بالنسبة له هو مال مهم، وأما النتيجة فقد استشفيت من المنطوق غير القولِي للنص، وهي: أن الذين يتعاملون بالبيع الحلال لا يهتمون بهذا المال أبداً ويعلمون أنه من الحقارة بمكان، وأنه هو سبب كل خراب، فالاستعارة الحجاجية: "هي النوع الأكثر انتشاراً لارتباطها بمقاصد المتكلمين، وبسياقاتهم التخاطبية والتواصلية"⁽²⁾، وذلك حين يمتزج الموضوع بالمحمول فيعطي للقول قوته الدلالية؛ ليكون أكثر قدرة على التأثير، فتدفع المتلقي إلى الاقتناع.

(1) دلالات التراكيب دراسة بلاغية، د. محمد أبو موسى، الناشر: مكتبة وهبة، ط2، 1408هـ 1987م، ص 312.

(2) اللغة والحجاج، أبو بكر العزاوي، العمدة في الطبع، الرباط، ط1، 1426هـ 2005م، ص 116.

"وخاصية الاستعارة الحجاجية تتمثل في جعل المتلقي يستنتج النتيجة التي يريدها المتكلم، ومن هنا كانت الاستعارة إحدى تقنيات الحجاج الإقناعي المهمة في الآية، فقد أثرت في المتلقي وجعلته يسلم بالأمر ويقبله دون اعتراض أو جدل"⁽¹⁾.

ويتضح دور القصر الإقناعي في قوله: {لَا يَفْؤُمُونَ إِلَّا كَمَا يَفْؤُمُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ} حيث قصر حال المرابين يوم القيامة على حال المجنون أو المصروع الذي أصابه مس من الشيطان قصرًا حقيقيًا، من باب قصر الصفة على الموصوف.

وقد أطلع هذا القصر المتلقي على مصير المرابين، وأقنعه بأنه مصير بشع قبيح، يجب على كل مسلم ومسلمة أن يتحاشى الأسباب المؤدية إليه؛ إذ أنتج هذا القصر مقدمة حجاجية فهمت من المنطوق القولي للآية، وهي أن المرابي سيكون حاله يوم القيامة كالمجنون أو المصروع الذي أصابه مس من الشيطان أما النتيجة فقد فهمت من المنطوق غير القولي للنص وهي: ضرورة ابتعاد كل مسلم عن هذا السلوك حتى لا يلقي هذا المصير، وقد كان القصر تقنية استمالية إقناعية مهمة في هذه الآية؛ إذ إنه: "عمل إنجازي يعتمد المتكلم في توجيه المخاطب وجعله يسير في الاتجاه الذي يحدده هو ويرسمه، فالقصر من الأدوات الحجاجية المهمة التي تدعو إلى أعمال العقل وتحفز الاستنتاج لدى المتلقي، بحكم بلاغته من الإيجاز والاختصار التي لا تتحقق إلا به وزيادة المعنى تأكيدًا"⁽²⁾.

وقد تعاونت الوسائل الإقناعية في الآية لإخراج صورة تشبيهية رائعة للمرابي يوم القيامة حيث شبه النظم الكريم حال أكل الربا يوم القيامة بحال المصروع المتخبط بمس من الشيطان، تشبيهًا تمثيليًا، والوجه الذي جمع بين الطرفين هو حالة تعثر كل منهما في مشيته، وأن كلاً منهما لا يمكنه الوصول إلى خير أو غاية ما يقصده.

وقد صور هذا التشبيه أكل الربا في "صورة منفرة منه، مذرية به، فهل رأيت ذلك الذي أصابه مس من الشيطان، فهو لا ينهض واقفًا حتى يسقط، ولا يقوم إلا ليقع"⁽³⁾.

وخاصية التشبيه الإقناعية قد حققت الغرض المساق له الكلام، وهو إهانة المرابين والتشهير بهم، والتشنيع عليهم، والتنفير منهم.

والزمخشري يرى أن التشبيه في الآية ليس على سبيل الحقيقة وإنما على سبيل الوهم والخيال، ولا يرى بأسًا من أن يكون المشبه به في الأمرين منزعًا من معتقدات العرب من غير نظر إلى أن ذلك واقع أو غير واقع، فالتصوير يؤدي غرضه البياني مادام معتمدًا على هذا الاعتماد الواضح عندهم.

يقول الزمخشري: "وتخبط الشيطان من زاعمات العرب، يزعمون أن الشيطان يخبط الإنسان فيصرع، والخبط الضرب على غير استواء كخبط العشواء فورد على ما كانوا يعتدون، والمس: الجنون، ورجل ممسوس، وهذا أيضًا من زعاماتهم، وأن الجن يمسه فيختلط عقله، وكذلك جن الرجل،

(1) آليات الحجاج في الحوار القرآني حوار نوح-عليه السلام- مع ابنه نموذجًا، للدكتورة سحر مصطفى المُعَنَّا، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية بإيتاي البارود، جامعة الأزهر، ص 26.

(2) بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي في ضوء مفاهيم الحجاج، للدكتورة سحر مصطفى المُعَنَّا، بحث منشور بمجلة اللغة العربية بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ص 23.

(3) من بلاغة القرآن - أحمد بدوي، ط دار نهضة مصر للطبع والنشر الفجالة القاهرة، بدون، ص 208.

معناه: ضربته الجن، ورأيتهم لهم من الجن قصص وأخبار وعجائب، وإنكار ذلك عندهم كإنكار المشاهدات" (1).

وأهل السنة والجماعة، يرفضون هذا ويقررون أن هذه الصورة مستمدة من الواقع، وأن القرآن في بناء تراكيبه وصوره لم يعول على خرافة من خرافات العرب، لأن في ميدان الحقائق الصادقة ما يفي بالأغراض.

ومن هؤلاء العلامة ناصر الدين بن المنير الإسكندري صاحب الحاشية المعروفة على الكشاف (2). وقد اتجه الاتجاه نفسه الأستاذ محمد الخضر حسين؛ إذ يقول: "والقرآن لا يمثل بشيء بزعمه العرب زعمًا باطلاً، ولكنه قد يمثل بشيء لا يدخل في قبيل المزاعم الباطلة، وإنما هو شيء يصفه بصفات مفهومه الحقائق ممكنة الوقوع، وإنما لم تقع عليها أعين الناس مجتمعة" (3).

وعلى هذا فإن أهل السنة يرون أن التشبيه في الآية تشبيه حقيقي وليس وهمًا وخيالاً. وتوضح قيمة الفصل الإقناعية كذلك في قوله: {ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا}، فالفصل لشبه كمال الاتصال، لأن هذه الجملة وقعت بمنزلة الجواب على سؤال تقديره: لماذا هذا الجزاء القاصي، فقيل: (ذلك بأنهم...) إلخ، وهي تعليل للجزاء الذي أعده الله للمرابين، فالتعليل من الآليات اللغوية المهمة للاستمالة والإقناع، وهو يمثل حجة لما قبله: "إذ لا يستعمل المرسل أي أداة من هذه الأدوات [أدوات التعليل] إلا تبريرًا أو تعليلًا لفعله بناء على سؤال ملفوظ به أو مفترض" (4).

ويأتي الدور الإقناعي لتعريف المسند إليه باسم الإشارة في قوله: {ذلك بأنهم قالوا}، فقد أفتق الخطاب القرآني المتلقي بهول الجزاء المعد للمرابين المشار إليه في الآية بالبعد تنزيلاً لبعده عن ساحة الحضور والخطاب منزلة بعد المسافة، فهذا الجزاء فظيع هائل لا يتخيله ولا يقبله أحد لنفسه أبداً.

ولأثر التشبيه القوي في نفوس المتلقين من حيث الاستمالة والإقناع، يورد النظم الكريم تشبيهاً آخرًا؛ إذ شبه البيع بالربا في قوله: {ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا}، فقد جعل المشبه مشبهاً به والمشبه به مشبهاً على طريق المبالغة، والأصل أن يقولوا: إنما الربا مثل البيع؛ لأن الكلام في الربا لا في البيع، فعدلوا عن ذلك وجعلوا الربا أصلاً، وهذا التشبيه يقنع المتلقي بضلال هؤلاء وكثرة مراوغتهم.

وآثر التعبير القرآني التشبيه المقلوب على لسان المرابين، لأن التشبيه المقلوب: "يعكس ما يفعلونه من قلب الحقائق زعمًا وزورًا وتضليلًا" (5).

(1) الكشف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، للإمام محمود بن عمر الزمخشري، ط دار الفكر العربي، بدون، ج: 1، ص 320.

(2) ينظر الحاشية على الكشاف، أبي الحسن علي بن محمد/ الشريف الجرجاني، دار الكتب العلمية، 2016م، ج 1 : ص 320.

(3) بلاغة القرآن للإمام محمد الخضر حسين، أشرف على طبعه ونشره علي الرضا التونسي، 1971م، ص 26.
(4) استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، دار الكتاب الجديد، المتحدة، بيروت ط 1، 2004م، ص 478.

(5) أساليب البيان والصورة القرآنية دراسة تحليلية لعلم البيان، للإمام محمد الخضر حسين، بدون، ص 175.

وفي المجيء بأداة التشبيه {مثل} دون "الكاف" مزيد من الإقناع، وكأنهم أرادوا أن يقنعوا المخاطبين بالمماثلة التامة بين البيع والربا؛ لأن أداة التشبيه هذه فيها "دلالة على تمام المماثلة بين الربا والبيع في كونهما عقدين، فهما من جنس واحد، وفيهما من منافع المبادلة، وكذلك الحل فيهما على حد سواء على حسب مدعاهم، ثم بالغوا في إثبات هذه المماثلة بجعل الفرع أصلاً والأصل فرعاً والله أعلم⁽¹⁾.

وقد جعل: "مستحلو الربا (البيع) فرعاً في الإباحة والحل، و(الربا) أصلاً فيهما، وذلك قصد إلى المبالغة في إثبات إباحة الربا واستجابة لأطماع نفوسهم وشدة حرصهم على جمع المال من أي طريق"⁽²⁾.

وتتضح الوظيفة التأثيرية الاستمالية بهدف الإقناع للطباق في قوله: {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا}؛ حيث طابق بين قوله: {أحل} وقوله: "حرم" وهذا الطباق يقنع المخاطب بالتناقض الشديد والهوة البعيدة بين البيع والربا، والفرق الكبير بينهما، فهو الفرق بين الحل والحرمة، وهذا الفرق كالفرق بين الأرض والسماء، والفرق بين الحق والباطل، فالهوة بينهما بعيدة، والبون بينهما شاسع.

"وتكمن وظيفة الطباق الإقناعية في توضيح المعنى حيث يدعم المعنى بقوة الوضوح، ويجعل الدلالة واضحة مقنعة، فالطباق وسيلة حجاجية، يوضح وقوع المعنى في ذهن السامع موقعاً يجعله يقتنع، ويتحقق هذا حين يجمع الطباق بين معنيين متقابلين، فالطباق له أهميته الكبرى في عملية التأثير والإقناع، لما له من قوة في جذب انتباه المتلقي، واستمالاته إلى الخطاب"⁽³⁾.

والطباق بما أوضحه من هوة وفرق بين المتضادين في الآية فقد أنتج الطباق مقدمة حجاجية فهمت من المنطوق القولي للآية وهي: أن الله قد أحل البيع وحرم الربا، والنتيجة الحجاجية فهمت من المنطوق غير القولي للآية، وهي: ضرورة ابتعاد المسلم الحق عن التعامل بالربا، وهذه القضية تقطع على المرابين الطريق، وتضيق عليهم فرصة التحايل في إقناع غيرهم بفكرتهم الخبيثة.

ويتجلى الأثر الإقناعي للوصل في الآية؛ حيث وصل قوله: {حَرَّمَ الرِّبَا} بقوله: {أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ}، وذلك لما بينهما من التوسط بين الكمالين، لاتفاقهما في الخبرية لفظاً ومعنى، وإقناعية الوصل بين الجمل تأتي من أنه قد أتى بمقتضاه الجمع بين فعلين إنجازيين، وهما حل البيع وتحريم الربا، وذلك في تعبير واحد، وقد حقق الوصل الاستمالية والإقناع الذي أرادهما النظم الكريم، ومما زاد في الإقناع أن المسند إليه في الجملتين واحد، وهو لفظ الجلالة "الله" الذي يبيت في نفوس المرابين الروح والفرع.

ويبرز الدور الاستمالي الإقناعي للتذكير؛ حيث نكر المسند إليه {موعظة} في قوله: {فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ} وذلك للإقناع بعظمة هذه الموعظة وفخامتها، وكفى بها إقناعاً أنها صادرة من الواعظ الأعظم والمصلح الأكبر.

(1) - أدوات التشبيه دلالتها واستعمالاتها في القرآن الكريم، د / محمود موسى حمدان، الأمانة 3 شارع فريدة بدران القاهرة، ط1، 1413 هـ 1992 م، ص 47.

(2) علم البيان دراسة تحليلية لمسائل البيان، د / بسيوني عبد الفتاح فيود، مؤسسة المختار ودار المعالم الثقافية، ط2، 1418 هـ - 1998 م، ص 123.

(3) الفنون البديعية بين الحجاج والإقناع في كوكبة الخطب المنيفة من منبر الكعبة الشريفة لعبد الرحمن السديس-خطبة الأمانة نموذجاً، للدكتورة سحر مصطفى إبراهيم المَعْنَى، بحث منشور في مجلة كلية اللغة العربية بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ص 24.

وفي إثارة لفظ الربوبية على لفظ الألوهية، في قوله: {مَنْ رَبِّهِ} زيادة في الاستمالة والإقناع؛ حيث يشعر لفظ الربوبية بالتربية والتعهد بالإصلاح والهداية، كما أن في هذا اللفظ إيناس واستمالة لقبول الموعدة.

والإضافة في قوله: {رَبِّهِ} عامل من عوامل الإقناع؛ حيث تشعر هذه الإضافة بتشريف المضاف إليه وهي هاء الغائب المعبر بها عن متلقي الموعدة، كما تبعث هذه الإضافة الإحساس بالطمأنينة في نفوس الذين تلقوا هذه الموعدة.

والعطف بالفاء في قوله: {فَإَنْتَهَى} على قوله: {جَاءَهُ} توجه المتلقي إلى سرعة ترك هذه المعصية، وتقترعه بضرورة الابتعاد عنها في أقرب فرصة، فالذين جاءتهم الموعدة، وقبلوها وعملوا بها وانتهوا عما كانوا فيه على الفور بدون تراخ هم الذين لهم ما سلف في الآية السابقة على الفور، ويؤكد هذا المعنى العطف بالفاء في قوله: {فَلَهُ مَا سَلَفَ} أي أن سرعة الجزاء تتوقف على سرعة قبول الموعدة والعمل بها.

"وقوله: {فَلَهُ مَا سَلَفَ} من جوامع الكلم، ومعناه أن خطاياهم الماضية غفرت له وتاب الله عليه فيها، إلا أن قوله {فَلَهُ مَا سَلَفَ} أبلغ، أي أن السالف من ذنوبه لا يكون عليه إنما هو له" (1)، على أن الطيبي قد جعل هذا من إيجاز التقدير (2).

وكذلك يلعب التعريف باسم الإشارة دوره الاستمالي الإقناعي؛ في قوله: {فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ}، وذلك لتمييز المسند إليه أكمل تمييز بإحضاره في ذهن السامع مجدداً بواسطة اسم الإشارة لأن اسم الإشارة بطبيعة دلالاته يحدد المراد تحديداً ظاهراً وهو إحضار المرابين ليشهدوا الحكم عليهم، فيكون حكماً حضورياً، مصحوباً بالإشارة إليهم، تشهيراً بهم، وإيلاًما لنفوسهم. {هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ}. "كما أن في بعد الإشارة تحقيراً لشأنهم، وإشارة إلى بعدهم عن ساحة الرحمة الإلهية" (3). تنزيلاً لبعد المنزلة منزلة بعد المكان.

والفاء في قوله:

{فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ} تصور السرعة التي يتحول بها هؤلاء بعد عودتهم إلى ما نهوا عنه في الموعدة إلى كونهم أصحاب عذاب، وكأن العذاب يأتيهم فور عودتهم إلى الربا.

وقد كان هذا سبيلاً لإقناع المتلقي بوجوب الابتعاد عن هذا النوع من البيع بأقصر طريق.

ويؤازر التعريف السابق القصر؛ إذ قصر المرابين على كونهم أصحاب النار، وهو من قصر الموصوف على الصفة، وطريق القصر هنا ضمير الفصل "هم"، وقد أقمع هذا القصر المتلقي بالإضافة إلى ما حققه من الإيجاز بانفراد المرابين بهذا الوصف (أَصْحَابُ النَّارِ) وكأنه لا يتعداهم إلى غيرهم ولا يفارقهم أبداً، مما يشعر بمزيد التخويف والترهيب من الاقتراب من هذا السلوك.

(1) في البلاغة العربية- علم المعاني، د / عبد العزيز عتيق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ص 203.

(2) البيان في علم المعاني والبدیع والبيان، للعلامة شرف الدين حسين بن محمد الطيبي، تحقيق: د/ هادي عطية مطر الهلالي، مكتبة النهضة العربية، عالم الكتب بيروت، بدون، ص 153.

(3) خصائص التشبيه في سورة البقرة : دراسة تحليلية، إبراهيم علي حسن داود، بدون، ص 192.

وتقديم الجار والمجرور في قوله: {هُمُ فِيهَا خَالِدُونَ} يلقي الضوء على المكان الذي يتلقى فيه المرابون العذاب، ويجعل المخاطب يركز عليه أكثر من غيره؛ حتى يكون جزاء المرابين أمامه طوال الوقت، فربما يكون هو الرادع لابتعاده عن الربا.

وأثر التعبير باسم الفاعل بصيغة الجمع في قوله: {خَالِدُونَ} لاستمالة المخاطب لترك الربا والابتعاد عنه، لأنه لو لم يتركه ويبتعد عنه سيكون من المعروفين بالخلود في نار الجحيم المشتهرين به، فخلود هؤلاء ثابت ودائم، ولا يتغير حالهم أبداً، مما يرهب المتلقي ويقنعه بعدم التعامل بهذا البيع الذميم والاكتفاء بالبيع الحلال.

والآية الكريمة التالية يخبرنا الله ﷻ فيها بأنه سيضيع مال الربا ويمحقه، ويقطع منه النماء والبركة والرخاء؛ لأنه قائم على الاستغلال والظلم واضطرار المدين. وعلى العكس من هذا مال الصدقة، فإنه - تعالى - يملأه بالبركة، ويجعله يزيد وينمو. ثم تشير الآية الكريمة إلى كراهية الله - سبحانه وتعالى - وبغضه للكافر الأثيم الذي من أهم صفاته التعامل بالربا، واستغلال المدين.

يقول - تعالى -: {يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ} (البقرة: 276)

وتتصدر الآية الكريمة تقنية الفصل لتحقيق غاية استمالية إقناعية؛ حيث جاء قوله: {يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا} "استثنافاً لبيان سوء عاقبة الربا في الدنيا بعد عاقبته في الآخرة، فهو استثناف بياني لتوقع سؤال من يسأل عن حال هؤلاء الذين لا ينتهون بموعظة الله" (1)، وتقدير هذا السؤال: (ماذا يحدث لمال الربا الذي حصل عليه هؤلاء المرابون في الدنيا؟)، فقول: {يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا... إلخ} فالفصل هنا لشبه كمال الاتصال، وبالإضافة إلى ما حققه الفصل من الإيجاز والاختصار فإنه كان طريقاً من طرق الاستمالة والإقناع بتجنب هذا السلوك؛ إذ لو علم المرابي أن المال الذي حصل عليه ستمحق منه البركة، وأنه سيكون عند الله كالكافر الأثيم، وأن مال الصدقة هو الذي ينمو ويزيد سيخاف ويبتعد عن مال الربا، وينفر من التعامل به، وبخاصة أن التهديد والوعيد قد صدر من الجبار.

وفي إثارة التعبير بالفعل المضارع في قوله: {يَمْحَقُ - يربي} زيادة في الاستمالة والإقناع؛ إذ إن المضارعة يشعر بأن كلا من محق مال الربا وإرباء مال الصدقة هو أمر مستمر دائم، وثابت من الله ﷻ، وفي هذا التعبير استمالة للمخاطب ثم إقناعه بأن يقلع عن هذا الفعل القبيح.

ويعد تعريف المسند إليه بالعلمية في قوله: {يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا} تقنية إقناعية، وذلك لأن هذا التعريف يربي المهابة، ويدخل الروح والفرع في نفوس المرابين الذين لم يعلموا بما جاءهم بالموعظة التي سبقت الإشارة إليها في الآية السابقة (2)، وليعلموا أن الذي يقوم بهذا المحق وتلك الإزالة هو الله ﷻ الجبار شديد العقاب علمهم بهذه الطريقة يتجنبون الربا، فلفظ الجلالة له في الآية الأثر القوي في الاستمالة والإقناع.

وتبرز الوظيفة الإقناعية للطباق كذلك في الآية؛ حيث طابق بين قوله: "يمحق" وقوله: "يربي"، وهذا الطباق يصور قدرة الله في أشمل معانيها وأوسعها، فهو يقدر على الفعلين معاً، وهما المحق والإرباء، وذكر الضد لابد منه لبيان كمال القدرة وسعة السلطان، إذ قد يقدر على المحق لكنه يعجز

(1) التحرير والتنوير، د/ محمد الطاهر بن عاشور، الدار التونسية للنشر، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، بدون، ج 3: ص 91.

(2) البقرة: 275.

عن الإرباء مثلاً، ومع ذلك يمكن أن يوصف بالقدرة، لكن قدرته غير تامة وسلطانه غير شامل فإذا كان الوصف لله- تعالى- أدركنا ضرورة اجتماع الضدين لتكتمل الصورة، ويسمو المعنى، ويعظم السلطان.

ويتضح الأثر الاستمالي الإقناعي لجناس الاشتقاق بين قوله: "رباً" وقوله: "يربى"، فرباً ويربى أصلهما واحد، وهذا الجناس قد بعث الموسيقى الداخلية في الآية التي أدت إلى لفت الانتباه وشغل الذهن.

وقد أدى الجناس دوره التأثيري الذي طلبه المعنى لأجله؛ إذ أسفر عن قضية حجاجية مقدمتها فهمت من المنطوق القولي للعبارة وهي: أن الله- عز وجل- هو الماحق للربا ومربٍ للصدقات، والنتيجة الحجاجية التي فهمت من المنطوق غير القولي للآية هي: على كل مسلم توخي الحيطة والحذر في التعامل مع هذا البيع المنهي عنه، لأنه لو لم يحتاط من هذا الصنيع، ويبتعد عنه، لدخل في هذا الوصف المخيف الذي ختمت به الآية (كفار أثيم).

وبهذا يكون الجناس قد أسهم بشكل واضح في الآية بالتأثير والإقناع؛ إذ هو محسن لفظي يشد المتلقي، ويضعه أمام لفظة مكررة، تحمل معنى أكسبته لذة وإيقاعاً، مما أنتج نغماً موسيقياً، جعل المتلقين يصغون للمعاني، فيتحقق التأثير، ثم الإقناع والتسليم والاعتراف بقدرة الله- سبحانه وتعالى- الذي يستطيع أن يفعل كل شيء وبلا حدود، وهكذا نرى أن الجناس قد: "أثر في النفوس تأثير السحر، ولعب بالأفهام لعب الريح بالهشيم، لما أحدثه من النغمة المؤثرة والموسيقى القوية التي طربت لها الأذن، وهشت لها النفس، فأقبلت على السماع من غير أن يداخلها ملل أو يخالطها فتور، فتمكن المعنى في الأذهان، واستقر في الأفكار، وعز لدى العقول"⁽¹⁾.

وقد تجلت حجاجية الحذف وأثره الاستمالي، واتضح بعده الإقناعي في الآية؛ حيث حذف المسند إليه في قوله: "وَيُرَبِّي الصَّدَقَاتِ"، وذلك للعلم به وظهوره من خلال سياق الآية وهو الله ﷻ القادر على فعل الضدين معاً، وقد كان الحذف من الوسائل الإقناعية ذات التأثير القوي في المتلقي بالآية؛ إذ حقق فاعلية إقناعية ما كانت لتتحقق للكلام بدونه، وهي الإيجاز والاختصار، وهذا الإيجاز يجعل المعنى أكثر تركيزاً وتكثيفاً.

ويطالعنا النظم الكريم بالدور الإقناعي للوصل مرة أخرى؛ حيث وصل جملة { يُرَبِّي } بجملة {يَمَحُقْ} لما بينهما من التوسط بين الكمالين، لاتفاقهما في الخبرية لفظاً ومعنى، وتتضح إقناعية الوصل هنا من أنه بمقتضاه جُمع بين فعلين متضادين، وهذا الجمع أشعر بقدرة الله الواسعة، مما زاد في إقناع المخاطب.

والواو من أقوى الروابط الحجاجية التي تساهم في الاستمالة والإقناع؛ إذ إن الواو العاطفة لها دورها في التأثير في المخاطب وإقناعه عن طريق تدرج الحجج حتى يصل الخطاب إلى النتيجة المقنعة، وقد أفادت الواو بوصفها رابطاً حجاجياً في تراتبية الحجج في الآية فجاءت كل واحدة منها متسقة مع ما قبلها، وكل واحدة من هذه الحجج جاءت متسلسلة أفادت النتيجة المرجوة، وهي إقناع المتلقي بالابتعاد عن هذا النوع من المعاملات.

(1) الصبغ البديعي في اللغة العربية ، أحمد إبراهيم موسى، دار الكتاب العربي ، القاهرة، 1388 هـ- 1969 م، ص 497.

ويأتي الإظهار في موضع الإضمار كتقنية استمالية إقناعية في قوله: {وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ} وذلك لتأكيد الروع الذي استشعر من تعريف المسند إليه في أول الآية، وزيادة المهابة في نفوس الكافرين ومن في الطريق إلى الكفر كمستحل الربا، وبهذه التقنية قد زاد النظم الكريم من التنفير من الربا والإقناع بعدم التعامل به.

وكلمة {كُلٌّ} في قوله: {كُلٌّ كَفَّارٍ} تشعر بتأسيس الشمول لا مجرد التأكيد؛ وذلك لأن كلمة "كُلٌّ" أضيفت إلى نكرة "الكفار"، وعلى هذا فإن التركيب هنا يفيد أن الله لا يحب أحد من الكافرين الأثيمين. ومع أنه من المعروف أن الله ﷻ يكره الكافر إلا أنه أشار إليه في هذه الآية، وذلك لتخويف المتلقي وإقناعه بأن التعامل بالربا شيء قبيح بشع يؤدي بصاحبه إلى الكفر والإثم، (تنبيهاً على عظم أمر الربا ومخالفة الله) (1).

وفي التعبير بقوله {إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ} بدلاً من قوله: (إن الله يكره) زيادة في الاستمالة والإقناع؛ إذ إن هذا التعبير يشعر بأن الذين يحبهم الله هم المؤمنين فقط دون غيرهم، والذين من صفاتهم المهمة التعامل بالبيع الحلال، والبعد عن الربا، وفيه تعريض بكراهية الله ﷻ الشديدة للكافرين، كما أنه يوضح رغبة الله ﷻ الأكيدة في عدم ذكر لفظ الحب بجانب الكافرين.

وإثارة التعبير بصيغة المبالغة فعال {كفار} وفعل {أثيم} للإشعار بإقامة المرابي واستمراره على الكفر والإثم بسبب مزاولته الربا، وعدم إقلاعه عنه، وفي هذا تحذير مباشر استخدمه القرآن الكريم لإقناع المتلقي بالابتعاد عن هذا السلوك البغيض.

والمودود في الآية تعد كذلك وسيلة استمالية إقناعية؛ إذ تعاونت المودود كالآلف في قوله: {الربا- الصدقات}، والياء في قوله {يربي- أثيم} في رسم صورة التلاشي والانعدام لمال الربا وإنه لا أثر له، وفي المقابل صورة بديعة للنماء العظيم والبركة الفخمة لمال الصدقة، وفي هذا ما يجعل المتلقي يقتنع بالفكرة، فيحجم عن التعامل بالربا، ويُقدّم على إخراج الصدقات.

والآية التالية تشير إلى الخير الذي يكون للمؤمنين الذين يعملون الصالحات، ويحافظون على أداء صلواتهم في أوقاتها، ويخرجون صداقاتهم، ويؤتون زكاتهم، وهو الأجر العظيم الذي يكون لهم من قبل إله عظيم، وإنهم لا يشعرون بالخوف أو الحزن مطلقاً بل يرزقون الطمأنينة والمحبة والهدوء والسعادة، كل هذا الخير يحرم منه المتعاملون بالربا ولا سيما من جاءتهم الموعظة وأعرضوا عنها.
يقول تعالى: {إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ} (البقرة: 277).

"ومناسبة الآية لما قبلها واضحة، وذلك أنه لما ذكر حال آكل الربا، وحال من عاد بعد مجيء الموعظة، وأنه كافر أثيم، ذكر ضد هؤلاء، ليبين فرق ما بين الحالين" (2).

ويلاحظ أن النظم الكريم قد صدر الآية بتقنية التعريف؛ حيث عرف المسند إليه بالموصولية في قوله: {إن الذين آمنوا} وذلك للإشعار بعظمة المعبر عنهم، وارتفاع قدرهم، وعلو شأنهم، وكذلك التعريف يوحي بتعظيم شأن الخبر وما عطف عليه وهو مجازاة المؤمنين بالأجر العظيم والأمن والسعادة، وقد حقق هذا التعريف الغاية الاستمالية ثم الإقناعية المطلوبة؛ إذ إن المخاطب حينما يعلم

(1) البحر المحيط في التفسير، لمحمد بن يوسف الشهير بأبي حيان الأندلسي الغرناطي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1412 هـ - 1992م، ج 2: ص 710.

(2) السابق نفسه، ص 711.

أن من يتصف بهذه الأوصاف سيجازى بهذا الجزاء الفخم، لا بد أن يقتنع بوجوب التحلي بهذه الصفات، ويسارع فوراً إلى ذلك حتى يكون له مثل هذا الجزاء العظيم.

ويبرز الدور الإقناعي للطباق في النص؛ حيث طابق بين قوله: {آمنوا} في هذه الآية، وقوله: {كفار} في الآية السابقة، والطباق هنا يعد وسيلة استمالية ترغيبية في الإيمان، ووسيلة تنفيرية من الكفر في الوقت نفسه؛ إذ إنه وضَّح الفرق الشديد بين صفتي الإيمان والكفر، وأبرز الهوة البعيدة بينهما وبين أصحابهما، وبهذا كان الطباق وسيلة استمالية ترغيبية، وتنفيرية تحذيرية معاً.

وتتجلى آلية الوصل في الآية لتتحقق الهدف الإقناعي للنص؛ حيث عطف الجمل {عملوا الصالحات} - أقاموا الصلاة - أتوا الزكاة {على بعضها لما بينها من التوسط بين الكمالين، فقد اتفقت الجمل في الخبرة لفظاً ومعنى، والمسند إليه فيها جميعاً واحد، وهو {الذين}، فالعطف بين هذه الجمل يسهم في إقناع المتلقي بأن الإيمان الصحيح يتحقق من اجتماع تلك الصفات التي يجازى عليه صاحبها أو في الجزاء.

وذكر إقامة الصلاة وإيتاء الزكاة، وإن كان مندرجين في عموم الأعمال الصالحة، البدنية منها والمالية، وذلك لإطلاع المخاطب على أهمية هذين الأمرين بالنسبة للدين الإسلامي.

ويتضح أثر القصر الاستمالي، ودوره الإقناعي مرة أخرى في قوله: {لهم أجرهم عند ربهم} قصرًا حقيقياً، طريقة التقديم؛ وذلك للإشعار بتخصيص المؤمنين بالأجر العظيم، فهو قاصر عليهم، ولا يتعداهم إلى غيرهم، كما أن التقديم يشعر بالاهتمام بهؤلاء المؤمنين الذين يستحقون كل أجر عظيم وفي هذا من الاستمالة والإقناع ما لا يخفى، وكان النظم الكريم يحفز المتلقي على الاتصاف بالصفات السابقة ويرغبه فيها.

وتأتي تقنية الإضافة في قوله: {أجرهم} فهي وسيلة استمالية ترغيبية قوية؛ إذ توحى هذه الإضافة بعظمة هذا الأجر وفخامته، وذلك لأنه الأجر الخاص بالذين اكتسبوا العظمة والفخامة من طاعتهم لربهم، وحفاظهم على أوامره، واجتنابهم نواهيه، وهذه الإضافة قد رغبت المتلقي في فعل كل الأشياء التي يفعلها المؤمنون والتي من أهمها الابتعاد عن التعامل بالربا نهائياً للحصول على هذا الأجر العظيم.

واللفظان {عند - رب} يزيدان من إقناع المتلقي وترغيبه، ويشعرانه بالطمأنينة كذلك؛ إذ إنهما يوحيان بمدى حفظ الله ﷻ لهذا الأجر وعدم إعطائه لغيرهم، وكأنه يدخره لهم دون غيرهم.

وكذا إضافة "رب" إلى ضمير "المؤمنين" في قوله: "ربهم" تزيد في الاستمالة والإقناع؛ إذ تشعر هذه الإضافة بتشريف هؤلاء، والمتلقي حينما يشعر بهذا الشرف العظيم الذي يكون للمؤمنين سيسارع إلى ما يرضي الله - عز وجل - ويبتعد عن ما يغضبه.

ويقوم التذكير بدوره الاستمالي الترغيبية وذلك في قوله: "خوف"؛ فهذا التذكير يشعر بالشمول والعموم؛ فهؤلاء المؤمنون لا يشعرون بأي نوع من أنواع الخوف، لا قليلاً ولا كثيراً، مما يجعل المتلقي يُقبل على صفات المؤمنين للتحلي بها.

والتعبير بالفعل المضارع المنفي {يحزنون} يقوي الإقناع بترك الربا المستهدف من الآية؛ حيث إن المتلقي حينما يعلم بأن السعادة ستحصل له بترك الربا، من المؤكد أنه سيتركه فوراً.

والآية الكريمة اللاحقة يخاطب فيها الله ﷻ المؤمنين ويطلب منهم أن يتقوه ويتركوا النظام الربوي المقيت، كما أنه- تعالى- في الآية يعلق إيمان الذين آمنوا على تقوى الله وترك ما بقي من الربا، فهم لم يكونوا مؤمنين إلا أن يتقوا الله ويذروا ما بقي من الربا.

يقول تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ} (البقرة: 278) وصُدِّرت الآية الكريمة بموجه تعبري إقناعي مهم هو النداء، وذلك لإيقاظ المتلقي وتنبيهه، وإشعاره بأهمية الموضوع الذي سيثار، ومما زاد في استمالة المتلقي ندائه بحرف النداء: (يا) ، وأداة النداء هذه قد أشعرت المخاطب أهميته وبعثت في نفسه الثقة، لأن الياء ينادى بها البعيد، فالنداء هنا قد نزل بُعد المنزلة وارتفاع الشأن منزلة بُعد المكان، مما جعل المتلقي أكثر استعداداً لتلقي الأمر والعمل به.

ويأتي الأمر بخاصيته التوجيهية ذات الطابع الاستمالي الإقناعي في قوله: {اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا}، فالفعل الإنجازي للأمر الأول هو النصح والإرشاد، فانه - عز وجل- يرشد المتلقي وينصحه بتقوى الله، والتي من أسباب حصولها المهمة ترك الربا والابتعاد عنه.

والفعل الإنجازي للأمر الثاني هو التحذير، فانه - سبحانه - يحذر عباده من الباقي من الربا حتى لو كان قليلاً، فهذان الموجهان التعبيريان بفعليهما الإنجازيين قد استمالا المتلقي وأشعراه باهتمام الله- عز وجل- بالمؤمنين وحبه الشديد لهم؛ إذ يريد- تعالى - منهم ألا يتعاملوا بهذا البيع المقيت أبداً؛ إذن نستطيع القول بأن النداء والأمر كانا لإنجازي

لهما في الآية دور تنبيهي مهم لا يمكن إغفاله، فبحضور انتباه المتلقي يصير الوصول إلى المفهوم غير القولي الذي تنتجه صيغة كل من النداء والأمر داخل الآية أكثر بروزاً، خاصة أن المفهوم غير القولي صنيعة خالصة للمتلقي، يتوصل إليها من خلال المنطوق مروراً بدلالة ذلك المنطوق.

من أجل هذا كانت الموجهات التعبيرية في الآية (النداء - الأمر) عاملاً من عوامل الاستمالة والإقناع؛ إذ إن الموجهات التعبيرية من الأفعال الكلامية، ولكل فعل كلامي منها في الآية فعل إنجازي illocutionnaire-Acte، وفعل تأثيري perlocutionnaire، ويستطيع المحاج أن يحقق فعله الإنجازي في الآية؛ لتوافر شروط الاستعلاء والسلطة، وما له من مكانة عظيمة عالية؛ فهو الإله الذي له سلطة التهديد والوعيد والتنفيذ.

والفعل الكلامي فعل التزامي يدعم المحاج في الوصول إلى مقاصده الحجاجية؛ لما له من تأثير، حيث إن "الفعل الكلامي مركب من ثلاثة أفعال تؤدي في الوقت نفسه الذي ينطق فيه بالفعل الكلامي: الفعل اللفظي: وهو النطق بأصوات لغوية ينتظمها تركيب نحوي صحيح تؤدي معنى هو المعنى الأصلي وله مرجع يحيل إليه، والفعل الإنجازي: ما يؤديه الفعل اللفظي من وظيفة في الاستعمال كالوعد والتحذير والأمر والنصح.. إلخ، والفعل التأثيري: الأثر الذي يحدثه الفعل الإنجازي في السامع أو المخاطب سواء أكان تأثيراً جسدياً أم فكرياً أم شعورياً" (1)

وتبرز القيمة الاستمالية الإقناعية للوصل في الآية؛ حيث وصل النظم الكريم جملة {ذروا} بما قبلها {اتقوا}، لما بينهما من التوسط بين الكمالين وذلك لاتفاقهما في الإنشائية لفظاً ومعنى، وتتمثل إقناعية الوصل هنا في أن كلاً من الجملتين سبب في الاتصاف بالإيمان، وحصول الخير الذي يريده الله- عز

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نحلة، دار المعرفة الجامعية - الإسكندرية 2002م، ص 68.

وجل- للمجتمع، وكان النظم الكريم بالوصل وضع أسباب السعادة أمام المتلقي، فإن أخذ بها وقر الإيمان في قلبه، وحصلت له السعادة، وإلا فلا.

وآثر التعبير بـ(إن) بدلاً من (إذا) في قوله: {إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ}، لأن الله يعلم أن من يتعامل بالربا توقع التوبة والإيمان منهم قليل؛ لذا ناسب التعبير بـ(إن)؛ إذ تستعمل في معنى الندرة والقلّة.

وتأتي الآية التي يكمل فيها الله ﷻ تحذيره؛ إذ يخبرنا فيها بأن المخاطبين في الآية السابقة إذا لم يستجيبوا ولم يفعلوا ما طلب منهم من تقوى الله وترك الربا، عليهم أن يستعدوا لحرب من الله ورسوله، وهي حرب على الأعصاب والقلوب، حرب على البركة والرخاء، وحرب على السعادة والطمأنينة، وهي حرب يسلط الله فيها بعض العصاة لنظامه ومنهجه على بعض.

ثم يخبر في الآية نفسها بأن الذين يتوبون ويرجعون عن هذا العمل البغيض "التعامل بالربا" تكون لهم أصول أموالهم بألا يظلموا أنفسهم ولا المدينين.

يقول- تعالى-: { فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ } (البقرة: 279).

ويظهر الأثر الاستمالي الإقناعي للقراءات في الآية حيث (قرأ ابن كثير ونافع وأبو عمرو والكسائي وابن عامر: "فأذنوا" مقصورة مفتوحة الذال، وقرأ عاصم في رواية أبي بكر وحمزة: "فأذنوا" ممدودة ومكسورة "الذال") (1).

فالقراءات المتعددة للكلمة في الآية تعد وسيلة إقناعية استمالية للمتلقي؛ إذ القراءة الأولى قراءة القصر "فأذنوا" أمر من الفعل "أذن" بمعنى اعلما أنتم، والقراءة الثانية قراءة المد "أذنوا" بمعنى اعلما غيركم، والسياق يحتاج القراءتين معاً؛ إذ يجب أن يعلم المخاطبون بالحرب أولاً: قبل أن يُعلموا غيرهم بها، فالعلم يحدث للإنسان قبل أن يؤمر أو ينهي، فكما يجب على المخاطبين أن يعلموا بحرب الله يجب أن يعلموا غيرهم بذلك، ومن هنا تتجلى فائدة الجمع بين القراءتين وبهذا تكون القراءتان معاً حققا الإيجاز الذي هو من الوسائل المهمة للإقناع، فقراءة الفعل مرة بالقصر ومرة بالمد أغنى عن أن يكون الكلام هكذا "فأذنوا بحرب من الله ورسوله، وأذنوا غيركم".

فضلاً عن الاعتبار المعنوية لكل قراءة، فقراءة المد مثلاً يترتب عليها حذف المفعول والتقدير: أذنوا غيركم، ولا يخفى ما للإيجاز من تأثير استمالي إقناعي.

ويتضح الدور الإقناعي للتنكير؛ حيث تكرت كلمة {حرب} وذلك للإشعار بشدة هذه الحرب وهولها، فيدخل الروح والفرع في قلب المرابي أو الذي ينتوي التعامل بالربا، فيقتنع بترك الربا والابتعاد عنه نهائياً؛ لأن هذه الحرب حرب عظيمة هائلة؛ إذ هي حرب الله ورسوله، وما أصعبها وأشدّها من حرب! فهي فوق طاقة البشر جميعهم، والتنكير في الآية قد أنتج مقدمة فهمت من المنطوق القولي للآية وهي: أن الله ورسوله سيشن حرباً شديدة على المرابين ستكون حرباً ضروساً، حرباً شديدة قاضية، والنتيجة فهمت من المنطوق غير القولي للآية وهي: أن الذين يتركون الربا والتعامل به لا يحاربهم الله ورسوله، بل سيجازون على هذا بالأجر العظيم والسعادة في الدنيا والآخرة، مما يجعل المتلقي يأخذ الحيطة والحذر من التعامل بالربا وتركه.

(1) الإرشادات الجلية في القراءات السبع من طريق الشاطبية، د. محمد محمد سالم محيسن، المكتبة الأزهرية للتراث،

ويلعب المجاز العقلي دورًا إقناعيًا في قوله: {حرب من الله} فالله ﷻ لا يكون منه حرب مباشرة وإنما يكون سببًا فيها أو مؤذنًا بها، وعلى هذا فإن المجاز العقلي في الآية علاقته السببية باعتبار النسبة الإضافية، لأن المصدر "حرب" أضيف إلى ما ليس حقه أن يضاف إليه "الله" وإن كان بينهما حرف الجر "من" إلا أن وجوده بينهما عاون على الإشعار بالتهويل والتعظيم، فلا هول أشد من أن يكون الحرب من الإله صاحب الجبروت والعقاب الشديد، والمجاز في الإسناد قد أقنع المتلقي بغضب الله، وصور له مدى سخطه -تعالى- ﷻ وحققه الشديد، على العصاة الذين يتعاملون بالربا، ولم يتبعوا أوامره وينتهوا بنواهيها، وظلوا على فعلهم البغيض، وهو "التعامل بالربا".

وقد زاد من استمالة المتلقي وإقناعه برفض الإسلام للربا وقبحه عطف لفظ "الرسول" ﷺ على لفظ الجلالة "الله" ﷻ؛ إذ يشعر هذا العطف بأن الحرب لم تكن من الله وحده وإنما من رسوله الخاتم أيضًا، وهذا يوحي بخطورة الأمر وهوله مما يوجب على المتلقي ترك الربا فورًا من غير تفكير. وقد حققت الإضافة دورها الاستمالي الإقناعي؛ حيث أضيف لفظ "الرسول" إلى ضمير "الله" ﷻ، وذلك للإشعار بالتشريف والتعظيم، فقد تكاثفت الإضافة مع الإسناد المجازي في تصوير العظمة والمهابة، وإقناع المخاطب بالابتعاد عن هذا الصنيع الذميمة (الربا).

ويتحقق التأثير الاستمالي والغاية الإقناعية للتقديم في قوله: "لكم رؤوس أموالكم"؛ حيث قدم المسند {لكم} على المسند إليه {رؤوس}، وذلك لأن هذا التقديم قد أدى إلى تشويق المتلقي لذكر المسند إليه، فعند تقديم الخبر {لكم} تخيل المتلقي ما يمكن أن يكون لهؤلاء من مالهم، فحينما يأتي المسند إليه المتأخر {رؤوس الأموال أو أصولها} تسكن النفس وتطمئن، وفي هذا زيادة في الاستمالة والإقناع؛ إذ يشعر هذا التقديم برحمة الله -عز وجل- ورأفته فالمتلقي لم يكن يتوقع أنه بعد التوبة يأخذ شيئًا من ماله الذي كان يتعامل فيه بالربا، لكنه يفاجأ بأنه يأخذ رأس ماله غير منقوص، ولا شك أن في هذا كثير من الاستمالة والترغيب، فالتقديم والتأخير غاية إقناعية حجاجية، والغاية الحجاجية للتقديم والتأخير مرهونة بإحكام ربط البناء اللغوي بالضرورة السياقية للخطاب، إذ إنه بمثابة إعادة ترتيب لعناصر الجملة وفق متطلبات الخطاب الرامية- في حال الحجاج- إلى التأثير والإقناع.

ويلعب التصوير دوره التأثيري الاستمالي في قوله: {رؤوس أموالكم}، حيث شبه المال بجسد له رأس، ثم حذف المشبه به وذكر شيئًا من لوازمه وهو الرأس على سبيل الاستعارة المكنية، وجعل الرأس للمال تخييل، وهذا التصوير يساعد في إقناع المتلقي بقيمة أصل المال ونزاهته، وأهمية البقاء عليه دون أي فوائد، وأفضليته عند الله ورسوله- صلى الله عليه وسلم-، وتوضيح أثر ذلك على حياته وآخرته، فإبقاء المال على أصله لا يقل أهمية عن الرأس بالنسبة للجسد، فلا حياة للجسد بدون الرأس، وكذلك لا حياة مليئة بالبركة والخير والرخاء لمال أخذه الدائن من المدين مربيًا ومزادًا على أصله.

وتقوم الإضافة بدورها الإقناعي، وتحقق غايتها الاستمالية؛ حيث أضاف {رؤوس} إلى {أموال}، والإضافة تتكاثف مع التصوير السابق في الإقناع بتعظيم هذه الأصول ونظافتها، وبراءتها من كل فائدة خبيثة أو زيادة تدنسها، وفي هذا مزيد من الترغيب في أخذ أصل المال فقط، والترهيب من الربا. وأما إضافة {أموال} إلى "كاف" المخاطبين فتساعد في تحقيق غاية استمالية إقناعية أخرى؛ إذ إن هذه الإضافة تشعر بالاختصاص، فالمال الذي يقصده النظم الكريم هو المال الخاص بالدائن لا مال غيره، وهو أصل المال، فالإضافة من الأدوات التي يحاول بها النظم الكريم إقناع المتلقي بوجوب أخذ أصل المال فقط، حتى لا يجلب عليه الخراب والدمار.

وتبرز القيمة الإقناعية للوصل في الآية من خلال العطف بين الجملتين {لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ} حيث وصل جملة {لَا تَظْلُمُونَ} بما قبلها، لاتفاقهما في الخبرية لفظاً ومعنى، كما أن الفاعل ونائب الفاعل فيهما واحد، وهو ضمير المخاطب (أنتم) وفي هذا إشعار بأن الشخص يمكن أن يكون ظالماً ومظلوماً في آن واحد كما هو الحال في هذه الآية؛ فالمرابي يظلم المدين بأن يزيد عليه دينه، ويظلم نفسه بارتكابه هذا الذنب، وعصيانه الله، وقد أسهم الوصل في إيضاح ذلك، واستمالة المخاطب ثم إقناعه بأن يبتعد عن هذا التعامل القبيح تماماً.

وتأتي آيات أخرى تتحدث في المقام نفسه (النهي عن التعامل بالربا) يقول - تعالى - في سورة آل عمران: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ} (130) {وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ} (131) وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ} (132) (1). في هذه الآيات الكريمات، ينهى الله - عز وجل - المؤمنين عن التعامل بالربا، ويحذرهم من عاقبته، ومما يترتب عليه من عذاب أليم.

ففي الآية الأولى ينهى الله ﷻ الذين آمنوا عن أخذ الدين من المدين مراباً فيه، مزاذاً على أصله. ثم يأمرهم تعالى في الآية نفسها بتقوى الله لأن التقوى هي الطريق إلى الفلاح والصلاح. يقول - تعالى -: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ} (آل عمران: 130).

يلاحظ تصدير الآية الكريمة بالنداء في قوله: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا} لإيقاظ المتلقي وتنبيهه لأن ما يأتي بعد النداء سيكون مهماً، وأثر النظم الكريم حرف النداء "يا" لوضع الثقة في نفس المتلقي، وإشعاره بأهميته ومكانته عند ربه، تنزيلاً لبعد المنزلة وارتفاع الشأن منزلة بعد المكان، وبهذا يكون قد أسهم الموجه التعبيري هذا (النداء) في استمالة المتلقي وجعله مستعداً للموجهات التعبيرية الأخرى الآتية، وهي النهي والأوامر التالية.

ويعقب النداء موجه تعبيري إقناعي آخر هو النهي في قوله: {لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا}، والفعل الإنجازي لهذا النهي هو التحذير من التعامل بالربا، وهذا يشعر برغبة الله الأكيدة في عدم التعامل بهذا السلوك الذميم، كما يوحي بمحبة الله - عز وجل - القوية للمؤمنين؛ إذ يريد لهم الخير، والخير في تعاملهم بالبيع الحلال، مما يستميل المتلقين ويقنعهم بترك الربا والتعامل به.

ويظهر الدور التأثيري الاستمالي للاستعارة في قوله: {لَا تَأْكُلُوا} فقد شبه أخذ المال وصرفه في شؤون الحياة بالأكل بجامع الاستفادة في كل، ثم استعير المشبه به للمشبه، ثم اشتق من الأكل تأكلوا بمعنى تأخذوا على سبيل الاستعارة التبعية.

وهذه الاستعارة تصور التعامل بالربا في صورة قبيحة بشعة منفرة؛ إذ كان العرب يعدون كثرة الأكل من البهيمية، وهذه الاستعارة قد أسفرت عن مقدمة إقناعية فهمت من المنطوق القولي للنص، وهي: أن المرابي يقبل على مال الربا شرهاً وكأنه مقبلاً على طعاماً لذيذاً وهو جائع فيأكله كله ولا يترك منه شيئاً، والنتيجة هي أن المؤمن الحقيقي هو الذي يدبر عن هذا المال، ولا يلتفت إليه أبداً، وبهذا كانت الاستعارة وسيلة استمالية إقناعية فاعلة.

(1) آل عمران من الآية 130 إلى 132

وفي إثارة التعبير بـ "الأكل" ما يوحي بقبح هذا السلوك وفضاعته، مما يجعل المتلقي أشد بعداً عنه، وأكثر نفوراً منه، وفي هذا من الإقناع ما لا يخفى.

ويتضح الدور الاستمالي الإقناعي للجناس الاشتقاق في قوله: ﴿أضعافاً مضاعفة﴾ وقد أعطى هذا الجناس جرساً موسيقياً، وصوتاً مجلجلاً يؤثر في النفوس ويمنعها مقتنعةً من اقتراف هذا الإثم (التعامل بالربا)، فقد أنتج الجناس قضية حاجية؛ مقدمتها فهمت من المنطوق القولي للآية، وهي: أن الربا يمتنع التعامل به في كل حالاته سواء أكانت زيادته طفيفة، أو كانت أضعاف مضاعفة، والنتيجة الحاجية هي: أن المؤمنين الحقيقيين لا يقتربون من الربا سواء أكان قليلاً أم كثيراً، بل يقطعون علاقتهم به نهائياً، وبهذا يعم الخير المجتمع.

ويأتي الأثر الاستمالي، والدور الإقناعي للفعل الكلامي الأمر في قوله: {اتقوا}، فالفعل الإنجازي للأمر هنا هو النصح بالتقوى والإرشاد إليها، مما يشعر بأهمية المخاطب عند الله— عز وجل— إذ يحرص على ما فيه مصلحة له ومنفعة.

ويقوم الوصل بدوره الإقناعي؛ حيث عطف النظم الكريم جملة (اتقوا) على ما قبلها (لا تأكلوا) لما بينهما من التوسط بين الكمالين لاتفاقهما في الإنشائية لفظاً ومعنى، فالجملة الأولى نهى والثانية أمر، والعمل بمقتضاهما يصل بالمؤمن إلى الخير، ويأتي الإقناع من حيث أن الناهي والأمر في الجملتين واحد، وهو الله— عز وجل— فالمسلم الحقيقي لا يرفض أمر أو نهى قد جاءه من قبل ربه، بل يقتنع بكل أوامره ونواهيه.

والتعبير بالفعل المضارع في قوله: {تُفْلَحُونَ} يعد تقنية استمالية ذات أثر إقناعي قوي؛ إذ يشعر هذا التعبير بالفلاح الدائم المستمر الذي لا ينقطع أبداً، فإذا علم المخاطب بأنه سيثاب على تركه الربا بالفلاح الدائم، من المؤكد أنه سيستمال، ويقتنع بتركه والبعد عنه، ويسارع إلى ذلك فوراً. وتأتي الآية اللاحقة ليقدم فيها الله ﷻ تحذيره الشديد من دخولهم النار، فيقول لهم فيما معنى الآية: "واتقوا أيها المؤمنون النار أن تصلوها بأكلكم الربا بعد نهى إياكم عنه التي أعدتها لمن كفر بي، فتدخلوا مداخلهم بعد إيمانكم بي بخلافكم أمري وترككم طاعتي"⁽¹⁾.

يقول تعالى: {وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ} (آل عمران: 131)

ويتحقق في الآية الدور الإقناعي للفعل الكلامي الأمر في قوله: {اتقوا} والفعل الإنجازي للأمر هو الوعيد للمتعاملين بالربا، فالنظم الكريم يتوعدهم بنار عظيمة هائلة لا تكون إلا للكافرين، مما يرهبهم من التعامل بالربا وينفرهم منه.

والتعريف بـ (ال) في قوله: {النار}، عامل من عوامل الإقناع؛ إذ يشعر التعريف بأن المتعامل بالربا سيعذب بالنار المعهودة بشدة العذاب والإيلام، وكأن عناصر النار جميعها تتكاتف في إيلامه وتعذيبه.

وقوله: {التي أعدت للكافرين} "فيه تنبيه إلى أن الربا قريب من الكفر"⁽²⁾.

(1) جامع الباب في تفسير القرآن، للطبري، دار المعرفة بيروت لبنان، 1406 هـ، ج3: ص 51.

(2) تفسير القرآن الحكيم الشهير بتفسير المنار، للإمام محمد رشيد رضا، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بدون، ج 4:

وتأتي الآية التالية التي يوجه فيها الله ﷻ أمراً إلى المخاطبين بطاعته وطاعة رسوله الكريم لأن هذا أقصر طريق إلى رحمة الله والتمتع بها في الدنيا والآخرة.

يقول تعالى: {وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ} (132)

وتُصَدَّرُ الآية الكريمة بالفعل الكلامي الأمر {أَطِيعُوا}، والفعل الإنجازي لهذا الأمر هو الحث على الاتصاف بصفة الطاعة، وفي هذا استمالة للمتلقي؛ حيث إنه يشعر بحرص الله- عز وجل- على مصلحة المخاطب ونفعه؛ إذ إن المتلقي بطاعته هذه ستشمله رحمة الله ورأفته، فللفعل الكلامي دور في الحجاج لا يمكن إغفاله لما يتركه من أثر في السامع، بل قد يدفعه إلى سلوك بعينه، وبهذا كان تصدير الآية بالأمر تقنية مهمة لها أثرها في الترغيب والإقناع.

ويحقق الوصل غايته الإقناعية كذلك: حيث وصل قوله تعالى {وأطيعوا الله} بما قبله {واتقوا النار} لما بينهما من التوسط بين الكمالين، لاتفاقهما في الإنشائية لفظاً ومعنى، ففي عطف الجملة الأخيرة ما يقنع المتلقي بإرادة الله - تبارك وتعالى - القوية، ورغبته الأكيدة في ابتعاد المسلم ونفوره مما يبعده عن تقواه وطاعته، وفي هذا زيادة من الاستمالة والترغيب للمتلقي في تجنب مال الربا والتعامل بالبيع الحلال.

وفي تقديم لفظ الجلالة {الله} على {الرسول} ما يشعر بعظمة الإله وجلاله، وهذه الطريقة يستميل بها النظم الكريم المخاطب ويقنعه بالاستجابة لنهي الله وأمره في الآيات السابقة؛ حيث إن لفظ الجلالة يدخل الروح والمهابة في قلوب العصاة، ويدخل الأنس والطمأنينة في قلوب الطائعين.

وكذلك عطف {الرسول} على لفظ الجلالة يشعر بتشريف ذلك الرسول، ويأتي هذا الشرف من أنه - تعالى- قد أشركه معه في الأمر بطاعته، ولا شك أن هذا يسهم في استمالة المتلقي وإقناعه بامتثاله لأوامر الله - عز وجل-، وذلك بسبب استشعار المخاطب العظمة والفخامة.

ويظهر الأثر الاستمالي، ويتحقق الدور الإقناعي لفواصل الآيات الثلاث {تُقْلِحُونَ- لِلْكَافِرِينَ- تُرْحَمُونَ} من النوع المطرف لاتفاقهن في حرف الروي النون دون الوزن، وقد أسهم اتفاق الفواصل في حرف الروي في التأثير على المتلقي وإقناعه؛ إذ إن التناغم الصوتي الذي أحدثته التوافق جعل المخاطب متهيئاً لكل ما يقال له فيسمعه بتركيز ويأخذه بعين الاعتبار.

والمدود في الفواصل تتعاون مع المدود التي تنبع من كلمات في النص {أمنا- الربا- أضعاف- مضاعفة - ناراً} في تصوير ما يريده الله ﷻ من خير في الدنيا يعم المجتمع، ويصلحه، وخير في الآخرة يتمثل في إنقاذهم من النار، وفي شمول رحمة الله ورأفته بالبشر جميعهم، وبهذا كان للمدود في الآية أثرها الإقناعي.

وتأتي الآية التي يقسم فيها الله- عز وجل- المسلمين إلى فريقين: فريق يعطي هبات وهدايا لا يقصد بها وجه الله، ويريد أن تُرد له بالربا والزيادة، فهؤلاء هداياهم وهباتهم لا ترد عليهم من الله بأكثر مما أعطوا، كما أنها لا تربوا عند الله ولا يضاعف أجرها، بل ولا يؤجرون عليها أصلاً.

وفريق آخر أعطى زكاة أو صدقات يريدون بها وجه الله ليرضى عنهم ويغفر لهم ويرحمهم، فهؤلاء ينفقون ابتغاء وجه الله، وهم الذين يضاعف لهم الأجر والثواب.

يقول تعالى: {وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبٍّ لَّا يَرْبُو فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُو عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْغِفُونَ} (الروم: 39)

ويلعب التعريف بالموصولية دوره الاستمالي الإقناعي في الآية في قوله: {وما أتيتم} حيث يسهم في إقناع المخاطبين بخطئهم، فقد جاء الموصول وصلته في الآية الكريمة ليوضح للمخاطبين اعتقادهم الخاطئ، وهو أن الشيء الذي يعطونه من هدايا وهبات لأحد لا يبتغون به وجه الله، يرد إليهم مزيداً رابياً، فهذا الاعتقاد غير صحيح لأن عطاءهم هذا لا يربوا عند الله ﷻ، ولا يضاعف أجره أبداً، ولو عبر بغير الموصول، كأن يقول مثلاً (الأشياء المعطاة من قبلكم لتربوا في أموال الناس من الممكن أن تربو لديهم، لكنها لا تربوا عند الله) لا يكون في الكلام ما يفيد تنبيههم إلى هذا الخطأ، مما يؤكد نجاح الإقناع بالتعبير باسم الموصول.

ويلاحظ الأثر الإقناعي للقراءات؛ حيث (قرأ ابن كثير "أتيتم" بقصر الهمزة بمعنى جئتم، والباقيون بالمد "أتيتم" بمعنى أعطيتهم)⁽¹⁾، فآثر القراءات الإقناعي ممتد وشامل لفئات مختلفة؛ إذ إن القراءتين معاً يحتاج إليهما السياق، فهو يخاطب الفئة التي تريد أن تعطي، وفي الوقت نفسه يخاطب الفئة التي أعطت بالفعل، "وعلى كل فإن قراءة القصر تؤول إلى قراءة المد لأن معناها: ما فعلتم على وجه الإعطاء"⁽²⁾.

وكما أن للقراءتين الأثر العظيم في إقناع المتلقي، لها الأثر كذلك في تحقيق الإيجاز، فقراءة الفعل بالقصر مرة، وبالمد مرة أخرى، أغنى عن أن يكون الكلام هكذا: {وما أتيتم}، و{أتيتم} من ربا. وتتجلى الوظيفة الإقناعية للتصوير في قوله: {ربا}؛ إذ أطلق المسبب {ربا} وأراد السبب (العطية أو الهدية) على سبيل المجاز المرسل لعلاقة السببية، وتأتي إقناعية المجاز من جعل السبب مسبباً، وفي ذلك تصوير للعطية غير المراد بها وجه الله بصورة الربا، واستحضارها أمام المخاطب تنفيراً منه، مما يجعل المتلقي مقتنعاً بوجوب الحذر وتحري صدق النية في إعطائه العطية: بأن يعطيها على وجه الصدقة أو الزكاة إذا كان يريد زيادتها عند الله؛ لأنه لا يربوا عند الله إلا ذلك.

ويطالعنا التنكير بدوره الاستمالي الإقناعي؛ حيث نكر النظم الكريم كلمة {ربا}، ليقنع المتلقي بحقارة هذه الزيادة، فكل زيادة لا يقصد بها وجه الله ﷻ من الحقارة بمكان، وقد أسفر التنكير عن قضية حاجية، مقدمتها التي فهمت من المنطوق القولي للآية هي: أن العطية التي لا يراد بها وجه الله وإن رُدَّت بالزيادة إلا أنها حقيرة لا قيمة لها، والنتيجة الحاجية التي فهمت من المنطوق غير القولي هي: أن العطية التي يبتغى بها وجه الله ستزاد وتربو زيادة مباركة عظيمة الأثر في الدنيا والآخرة، وقد أسهمت هذه القضية في تنفير المتلقي من العطية التي لا يراد بها وجه الله، واستمالته إلى العطية التي يُقصد بها وجه الله ورضاه.

وتحقق الكناية غايتها الاستمالية في قوله: {اليربوا في أموال الناس}؛ حيث إن هذا القول كناية عن الزيادة التي يأخذها المرابي من الناس، وهذه الكناية تسهم في التنفير من الربا بكل أشكاله؛ إذ

(1) المذهب في القراءات العشر وتوجيهها من طريق طيبة النشر الدكتور محمد سالم محيسن، المكتبة الأزهرية للتراث، 1417 هـ - 1997م، ج 2: ص 253.

(2) الباب في علوم الكتاب، للإمام المفسر أبي حفص عمر بن عادل الدمشقي الحنبلي، تحقيق: جماعة من العلماء، دار الكتب العلمية - بيروت لبنان، بدون تاريخ، ج 15: ص 416، فتح القدير الجامع بين فتي الرواية والرواية من علم التفسير، للإمام محمد بن علي محمد الشوكاني، حققه وخرج أحاديثه وفهرسها: سيد إبراهيم، دار الحديث القاهرة، ط 1، 1413 - 1993 م، ج 4: ص 318.

أظهرت العطية التي لا يبتغى بها وجه الله في صورة قبيحة، مما يفتن المتلقي بالابتعاد عن هذا السلوك البغيض؛ "فالكناية هي نمط من أنماط الإقناع ولون من ألوانه، وترجع حجاجية الكناية إلى ما فيها من تأمل، وانتقال من وسيط إلى وسيط، ومن معنى إلى معنى، لربط المعنى الكنائي بالمعنى الأصلي، وهذا يرسخ الفكرة، وبالتالي يقنع بها"⁽¹⁾.

وإضافة {أموال} إلى {الناس} تزيد من إقناع المخاطب ببشاعة هذا الربا؛ إذ إن هذه الإضافة توحى باستغلال المرابي وعدم أحقيته في هذا المال الزائد، مما يؤكد حقارة المرابي، ويزيد المتلقي إقناعاً بضرورة ترك هذا السلوك وعدم الاقتراب منه.

ويقوي عنصر الاستمالة في الآية إضافة {عند} إلى {الله} في قوله {عند الله} إذ تشعر هذه الإضافة بأن ما عند الله من زيادة أعظم، وأفخم من الزيادة التي يريدها المرابي في الدنيا، وكفى هذه الزيادة عظمة وفخامة أنها من قبل الله - عز وجل - ويؤكد هذا المعنى التعبير بالعندية.

وتتحقق الغاية الاستمالية والهدف الإقناعي في الآية بتذكير {زكاة} في قوله: {وما آتيتم من زكاة}؛ إذ يقنع هذا التذكير المتلقي بعظمة هذه الزكاة وأهميتها؛ إذ إن أثر هذه العطية سيكون أثراً كبيراً نافعاً للفقراء والمساكين الذين في أمس الحاجة إلى هذا المال.

ولزيادة الاستمالة جاء التعبير القرآني بالفعل المضارع "تريدون" ليقنع المتلقي بأن هذا المعطي قد تكررت منه العطية والزكاة، واستمرت منه طيلة حياته.

وجاء بالجملة الاسمية: {فأولئك هم المضعفون} للدلالة على أن هذا الجزاء المضاعف ثابت ودائم لهؤلاء الذين أعطوا لوجه الله، وهذا يُرَغِّب في التصديق والإعطاء لوجه الله.

ويقوم التعريف باسم الإشارة بوظيفته الإقناعية في قوله: {فأولئك}؛ حيث عرف المسند إليه بالإشارة وذلك لإشعار المتلقي بعظمة وفخامة هؤلاء السابق ذكرهم وهم المزكون بأموالهم، وقد ذكرت لهم صفة عظيمة، وهي أنهم كانوا يعطون ويتصدقون لوجه الله، وقد أشير إليهم بـ {أولئك}، مع أن المقام للضمير للتنبيه على أن المشار إليهم أحقاء من أجل هذا الوصف بما يذكر بعد اسم الإشارة من الجزاء المضاعف، فقد أخبرهم بأنهم مضعفون الأجر في الآخرة.

ويلاحظ الأثر الاستمالي للالتفات في الآية؛ حيث التفت النظم الكريم من الخطاب إلى الغيبة، فقد عبر عن المعنى أولاً بطريق الخطاب، فقال: {وما آتيتم من زكاة تريدون وجه الله}، ثم التفت وعبر ثانياً بطريق الغيبة فقال: {فأولئك هم المضعفون} وكان مقتضى السياق أن يقال: فأنتم المضعفون.

وصرف الخطاب هنا من الخطاب إلى الغيبة لنكتة، وهو أنه ذكر حال غيرهم لهم، فيعجبون بها، ويتمنون أن يكونوا مثلهم، فيكون هذا أدعى لأن يقتنعوا بأن يعطوا عطايا يقصدون بها وجه الله، وفي هذا من التعظيم والتفخيم لحالهم، ولو قال: {وما آتيتم من زكاة تريدون وجه الله فأنتم المضعفون}.

لم تستشعر هذه الفخامة ولا تلك العظمة، ولم يتحقق الإقناع المراد.

والأثر الحجاجي للالتفات في هذه الآية يكمن في تدعيم عالمية الحكم وعموميته، ولو أن مسار الضمير ظل للخطاب، لقصر الحكم على الحاضرين فقط، ولأفسد قيمة عليا من قيم الخطاب الحجاجية، وهي استمرار حكمه تعالى للناس كافة في كل زمان ومكان، للغائب منهم والحاضر.

(1) بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على لإنفاق التطوعي في ضوء مفاهيم الحجاج، ص.....



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

ويأتي دور الحذف الإقناعي في الآية، حيث حذف الجار والمجرور من قوله: {المضعفون} والتقدير: {المضعفون به}، وحذف الجار والمجرور لظهوره من خلال السياق بدلالة الكلام عليه، وكما حقق هذا الحذف الإقناع، فقد حقق الإيجاز والاختصار.

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

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

الخاتمة

الحمد لله الذي أنزل القرآن تبييناً لكل شيء فكان معجزة خالدة على مر الأزمان، والصلاة والسلام على سيد الخلق والأنام، سيدنا محمد النبي الأمين صلى الله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

وبعد :

لقد عاشت هذا الروض المزهري، وتشرفت بالعمل في هذا الحقل المثمر، وتنسجت من عبيره العطر، وارتشفت من ريقه العذب الفياض.

وقد انتهت بفضل الله من هذه الدراسة بعد أن قضيت فيها فترة ليست بالقصيرة، وبذلت فيها جهداً ليس باليسير.

وقد أفضت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- (1) استطاع القرآن الكريم أن يوظف التقنيات البلاغية توظيفاً حجاجياً دقيقاً يخدم الفكرة التي أراد توضيحها، والغرض المساق له الكلام، وهو ضرورة ترك الربا والابتعاد عنه.
- (2) للتقنيات البلاغية سمات استمالية، وخصائص إقناعية تجعل المتلقي المخاطب بالآيات التي تحث على ترك الربا والابتعاد عنه يمتنع عن هذا الصنيع، بل وينفر منه ويقف على قبحة وبشاعته.
- (3) كانت الموجهات التعبيرية من أهم التراكيب البنائية التي اعتمد عليها النظم الكريم في الاستمالة والإقناع في التأثير على المخاطبين في آيات الربا، وأبرزها الأمر، والنهي، والنداء، فمن شأنها تنشيط الوظيفة التنبيهية لدى المتلقي.
- (4) كان التصوير في آيات الربا يعتمد على الصورة الحسية الواضحة مما جعل التصوير أكثر إقناعاً يفي بفكرة المزج بين الجمالي والمحاج.
- (5) المحسنات البديعية التي استخدمها القرآن الكريم في آيات الربا كانت وسيلة إقناعية ناجحة، أثرت في المخاطب واستمالته، وجعلته يسارع إلى التعامل بالبيع الحلال، والابتعاد عن الربا نهائياً.
- (6) كشف البحث عن الغايات الاستمالية، والأهداف الإقناعية التي تؤديها كل تقنية بلاغية في آيات الربا، من حث وترغيب، وتحذير وتنفير.
- (7) أوضح البحث تعاون التقنيات الإقناعية المختلفة مع التقنيات البلاغية في تحقيق الغاية الاستمالية، والهدف الإقناعي، وفي إيصال المتلقي إلى مرحلة التسليم والقبول.
- (8) أثبتت الدراسة أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وأنه يرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.

توصيات البحث:

- (1) إجراء بحوث جديدة لدراسة التقنيات البلاغية في موضوعات أخرى من القرآن الكريم، فهو غني بتلك التقنيات البلاغية ذات السمات الاستمالية، والخصائص الإقناعية.
- (2) ربط القديم بالحديث بحيث يستفيد البحث البلاغي العربي من معطيات البحث الغربي المعاصر مع الحفاظ على أصالته.
- (3) التركيز على الدراسات الحجاجية التي تعتمد على الآليات البلاغية، وعدم المبالغة في ربط الحجاج بأبعاده المنطقية والاستدلالية، التي تنحو به إلى المغالطات والجدل العقيم.



- (4) التوسع في دراسة التطبيقات العملية في الكتاب والسنة لأساليب الإقناع والتأثير في مجال البلاغة، وتقديمها بصورة تيسر لباحث البلاغة والنقد استخدامها والتعامل معها.
- (5) إدراج مقرر دراسي جامعي في الجامعات العربية يدرس الطلاب من خلاله ما يتعلق بالحجاج وأبعاده المختلفة.
- وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

قائمة المصادر والمراجع

- (1) الاتصال الاجتماعي ودوره في التفاعل الاجتماعي، د. إبراهيم أبو عرقوب، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، بدون.
- (2) أدوات التشبيه دلالتها واستعمالاتها في القرآن الكريم، د / محمود موسى حمدان، الأمانة 3 شارع فريدة بدران القاهرة ط1، 1413 هـ، 1992 م.
- (3) الإرشادات الجلية في القراءات السبع من طريق الشاطبية، د. محمد محمد سالم محيسن، المكتبة الأزهرية للتراث، 1997 م .
- (4) أساليب البيان والصورة القرآنية دراسة تحليلية لعلم البيان، للإمام محمد الخضر حسين، بدون.
- (5) إستراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي التواصل، محمد عرابي، مجلة رفوف عدد: 4 مايو 2013م.
- (6) استراتيجيات الخطاب- مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، دار الكتاب الجديد المتحدة- بيروت ط 1، 2004م.
- (7) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، جيهان رشتي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975م.
- (8) الإعلام ونظرياته في العصر الحديث جيهان رشتي، القاهرة: دار الفكر العربي، ط1، 1971م.
- (9) أفلاطون، جورجياس، نقله إلى العربية: أديب نصر، تحت: (الخطيب، دار صادر، بيروت، ص 8، والمحمور من نص كلام المترجم.
- (10) الإقناع والتأثير دراسة تأصيلية دعوية، إبراهيم بن صالح الحميدان، بدون.
- (11) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نحلة، دار المعرفة الجامعية- الإسكندرية 2002م.
- (12) آليات الحجاج في الحوار القرآني حوار نوح-عليه السلام- مع ابنه نموذجًا، للدكتورة سحر مصطفى المَعْنَأ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية بإيتاي البارود، جامعة الأزهر.
- (13) بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي في ضوء مفاهيم الحجاج، للدكتورة سحر مصطفى المَعْنَأ، بحث منشور بمجلة اللغة العربية بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
- (14) بلاغة القرآن للإمام محمد الخضر حسين، أشرف على طبعه ونشره علي الرضا التونسي، 1971 م.
- (15) البحر المحيط في التفسير، لمحمد بن يوسف الشهير بأبي حيان الأندلسي الغرناطي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1412 هـ -1992م.
- (16) البيان في علم المعاني والبدیع والبيان، للعلامة شرف الدين حسين بن محمد الطيبي، تحقيق: د/ هادي عطية مطر الهلالي، مكتبة النهضة العربية - عالم الكتب بيروت، بدون.
- (17) التحرير والتنوير، د/ محمد الطاهر بن عاشور، الدار التونسية للنشر، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، بدون.



- 18) تفسير القرآن الحكيم الشهير بتفسير المنار، للإمام محمد رشيد رضا، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بدون.
- 19) جامع اللباب في تفسير القرآن، للطبري، دار المعرفة بيروت لبنان، 1406هـ.
- 20) الحاشية على الكشف، أبي الحسن علي بن محمد/ الشريف الجرجاني، دار الكتب العلمية، 2016م.
- 21) الحجاج (الإقناع) وفن التأثير، ندى عبود العمار، G.I، ع 11، 2011م.
- 22) خصائص التشبيه في سورة البقرة : دراسة تحليلية، إبراهيم علي حسن داود، بدون.
- 23) الخطابة، أرسطو طاليس، الترجمة العربية القديمة، عبد الرحمن بدوي، وكالة المطبوعات، دار القلم، بيروت، 1997 م.
- 24) دلالات التراكيب دراسة بلاغية، د. محمد أبو موسى، الناشر: مكتبة وهبة، ط2، 1408هـ - 1987م.
- 25) الصبغ البديعي في اللغة العربية، أحمد إبراهيم موسى، دار الكتاب العربي، القاهرة، 1388هـ - 1969م.
- 26) علم البيان دراسة تحليلية لمسائل البيان، د / بسيوني عبد الفتاح فيود، مؤسسة المختار ودار المعالم الثقافية، ط2، 1418هـ - 1998م.
- 27) في البلاغة العربية- علم المعاني، د / عبد العزيز عتيق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر - بيروت، بدون.
- 28) الكشف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، للإمام محمود بن عمر الزمخشري، ط دار الفكر العربي، بدون.
- 29) كيف تقنع الآخرين؟ عبد الله بن محمد العوشن، دار العاصمة، الرياض، ط1، 1413هـ.
- 30) اللباب في علوم الكتاب، للإمام المفسر أبي حفص عمر بن عادل الدمشقي الحنبلي، تحقيق: جماعة من العلماء، دار الكتب العلمية - بيروت لبنان، بدون.
- 31) اللغة والحجاج، أبوكر العزاوي، العمدة في الطبع، الرباط، ط1، 1426هـ، 2005م.
- 32) مختار الصحاح، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، تحقيق: محمود خاطر، مكتبة لبنان، بيروت، 1415هـ.
- 33) معجم مقاييس اللغة، أبو الحسين أحمد بن فارس، تحقيق: شهاب الدين أبي عمرو، دار الفكر، بيروت، ط1، 1415هـ.
- 34) المعجم الوسيط، د. إبراهيم أنيس وزملاؤه، دار الباز، مكة المكرمة، ط2، 1393هـ.
- 35) من بلاغة القرآن - أحمد أحمد بدوي، ط دار نهضة مصر للطبع والنشر الفجالة القاهرة، بدون.
- 36) المذهب في القراءات العشر وتوجيهها من طريق طيبة النشر الدكتور محمد محمد سالم محيسن، المكتبة الأزهرية للتراث ، 1417هـ - 1997م.
- 37) النبأ العظيم- نظرات جديدة في القرآن الكريم محمد عبد الله دراز، دار القلم، الكويت، ط3، بدون.