

التغير الدلالي في المفردات القرآنية في الخطاب الإعلامي الحديث

م.م. محمد مطرود عناد

وزمارة التربية

الكلمات المفتاحية: المفردة القرآنية، التغير الدلالي، الخطاب الإعلامي
الملخص:

يتناول هذا البحث ظاهرة التغير الدلالي في مفردات القرآن الكريم عند استخدامها في الخطاب الإعلامي المعاصر. ويسعى إلى استكشاف كيفية إعادة توظيف أو تحوير دلالات المفردات القرآنية في سياقات إعلامية حديثة، سواء في الصحافة أو البث المرئي. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي والتدولي المقارن لتحليل أبرز المفردات المتأثرة، ورصد التحولات الدلالية، وقياس تأثيرها على وعي الجمهور. وتوصل إلى أن الخطاب الإعلامي كثيرًا ما يبسط أو يُهَوِّل أو يُعيد تأويل الألفاظ القرآنية، مما قد يؤدي إلى انزياحات خطيرة في الفهم. ويختتم البحث بتوصيات تضمن احترام النص المقدس عند توظيفه إعلاميًا.

المقدمة:

يحظى النص القرآني بمكانة مركزية في الثقافة العربية والإسلامية، ليس بوصفه مصدرًا للتشريع والهداية فحسب، بل لكونه أيضًا مرجعًا لغويًا وأدبيًا فريدًا، يتميز بدقة المفردة، وثراء الدلالة، وعمق الإيقاع البلاغي. وقد أدرك علماء اللغة والبيان والتفسير عبر العصور أن للمفردة القرآنية خصوصية تتفرد بها، من حيث ارتباطها بسياقها النصي، واتساقها مع المقصد الشرعي، وانضباطها ضمن منظومة لغوية إلهية محكمة لا تقبل التبديل أو التحوير.

غير أن المتغيرات التي طرأت على بنية المجتمع المعرفية، والثقافية، والتواصلية، في ظل ثورة الإعلام الرقمي، قد أحدثت تحولات عميقة في طريقة تلقي المفردة القرآنية، واستعمالها خارج السياق القرآني الأصلي، وتحديدًا في الفضاء الإعلامي الذي يشكل اليوم أحد أهم الفاعلين في تشكيل الوعي العام. وقد بات من المألوف أن نسمع أو نقرأ مفردات قرآنية يتم استخدامها في عناوين صحفية، أو تقارير تلفزيونية، أو منشورات إلكترونية، بشكل يُخالف تمامًا مقصدها الأصلي، أو يُفرغها من بعدها الديني والتشريعي لصالح توظيف رمزي أو إثاري، قد يكون بريئًا في الظاهر، لكنه خطير في نتائجه.

إن هذا الاستخدام الجديد للمفردة القرآنية لا يمرّ دون أثر. بل إن المتابع المنصف يلحظ أن هناك تحولاً دلاليًا قد طرأ على عدد من المفردات القرآنية عند إدراجها في الخطاب الإعلامي، تحولاً يمكن وصفه بـ"الانزياح الدلالي"، أو "إعادة التأويل"، أو حتى "التحريف السياقي". وهذا التحول لا ينبع فقط من جهل بعض الإعلاميين بدلالات النصوص، بل من طبيعة اللغة الإعلامية نفسها، التي تتسم بالاختزال، والسرعة، والمباشرة، وتعمل تحت ضغط السبق الصحفي، وجذب الانتباه، والتأثير اللحظي، وهي خصائص لا تنسجم بالضرورة مع طبيعة المفردة القرآنية التي تحتاج إلى تدبر، وسياق، وفهم عميق.

لقد أفرز هذا التفاعل بين المفردة القرآنية والخطاب الإعلامي أنماطاً متعددة من التغير الدلالي، شملت على سبيل المثال لا الحصر: إطلاق مفردة "الجهاد" على أي شكل من أشكال الصراع السياسي أو العسكري، واستخدام مفردة "الفتنة" في توصيف الخلافات المجتمعية أو الحزبية، وتوظيف كلمة "الكفر" في انتقادات فكرية أو ثقافية دون وعي بخطورتها الشرعية، فضلاً عن استعمال مفردات مثل "النور" و"الرحمة" في سياقات وصفية أو بلاغية تجردها من مضمونها الإلهي.

ومن هنا، تنبع أهمية هذا البحث الذي يسعى إلى دراسة هذه الظاهرة دراسة علمية رصينة، تتقصى التغيرات الدلالية التي أصابت المفردة القرآنية عند استخدامها في الإعلام، وتُحلّل طبيعة هذا الاستخدام، وأسبابه، وأنماطه، وآثاره على الوعي الديني واللغوي لدى المتلقي. فالخطاب الإعلامي، باعتباره أحد أقوى أشكال التأثير الجماهيري في العصر الحديث، قادر على تشكيل المدركات العامة، وإعادة تعريف المفاهيم، بما فيها المفاهيم الدينية، من خلال الاستعمال المتكرر والممنهج للغة.

ويتخذ البحث من المنهج الوصفي التحليلي منهجاً رئيساً، مدعوماً بالمنهج التداولي الذي يربط المعنى بالسياق، إضافة إلى المنهج المقارن الذي يُمكن من ملاحظة الفروقات بين الاستخدام الأصلي للمفردة في القرآن الكريم، والاستخدام الإعلامي المعاصر لها. كما سيتم تحليل عدد من النماذج الإعلامية المكتوبة والمرئية، بهدف رصد أنماط الانزياح الدلالي، وتشخيص مواضع الخلل، واقتراح حلول عملية تحفظ للمفردة القرآنية مكانتها، وتحدّ من التلاعب غير المقصود بدلالاتها.

أهمية البحث

تنبع أهمية هذا البحث من تناوله لموضوع يمس جوهر العلاقة بين اللغة والدين والإعلام، حيث يشير إلى خطورة التلاعب غير المقصود أو المقصود بدلالة المفردة القرآنية في وسائل الإعلام الحديثة. ويسهم البحث في بناء وعي لغوي ومعرفي لدى الجمهور، ويُلَفِت انتباه القارئ على الإعلام إلى ضرورة التعامل بحذر ومسؤولية مع الألفاظ القرآنية. كما يفتح آفاقاً بحثية جديدة في الدراسات القرآنية والدلالية والإعلامية.

أهداف البحث

1. بيان مفهوم التغير الدلالي في اللغة العربية وأبعاده.
2. تحليل مظاهر تغير دلالة المفردات القرآنية في الخطاب الإعلامي.
3. دراسة أثر هذا التغير على الفهم الديني والمعرفي لدى المتلقي.
4. اقتراح آليات علمية تحافظ على قدسية المفردة القرآنية في السياقات الإعلامية.

منهجية البحث

انطلق هذا البحث من المنهج الوصفي التحليلي التداولي، لما يتمتع به من قدرة على الجمع بين رصد الظاهرة اللغوية وتحليلها، وفهمها في ضوء سياقها التداولي فالجانب الوصفي التحليلي أتاح تتبّع المفردات القرآنية واستخراج معانيها الأصلية كما وردت في النص المقدّس، ثم تحليلها بما يكشف عن خصائصها الدلالية والبلاغية. أمّا الجانب التداولي فقد ساعد على تتبّع هذه المفردات في الخطاب الإعلامي المعاصر، ورصد الكيفية التي أُعيد توظيفها فيها بما يخدم أهدافاً اتصالية وإثارية تختلف عن مقصدها القرآني. ولأجل تعزيز الدقة، استعان البحث بالمقارنة كأداة إجرائية بين الدلالة القرآنية للمفردة والاستخدام الإعلامي لها، من دون أن تُعدّ منهجاً مستقلاً، وإنما بوصفها وسيلة لتوضيح مواضع الانزياح الدلالي ودرجاته.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتغير الدلالي والمفردة القرآنية

تُعدّ المفردة القرآنية نواة مركزية في البناء اللغوي والبلاغي للقرآن الكريم، إذ تتميز بدقة اختيارها، وثراء دلالتها، واستقرار معناها ضمن سياق إلهي معجز. ومن هذا المنطلق، فإن دراسة أيّ تغير يطرأ على دلالتها يُعدّ من المواضيع الدقيقة والحساسة، خاصة في ظل استخدام هذه المفردات في بيئات لغوية جديدة مثل الإعلام، الذي قد يُعيد تشكيل المعنى بما يتناسب مع أهدافه الاتصالية والجماهيرية.

إن التغير الدلالي ليس ظاهرة طارئة، بل هو جزء من ديناميكية اللغة وتفاعلها المستمر مع الحياة. غير أن خطورته تتضاعف عندما يمس مفردات مقدسة، مثل مفردات القرآن الكريم، التي يفترض أن تبقى محفوظة في دلالاتها، بعيداً عن التأويلات المتسارعة أو الاستخدامات العشوائية. من هنا، تأتي أهمية هذا المبحث، الذي يسعى إلى تأصيل الفهم النظري لظاهرة التغير الدلالي، وبيان كيفية تفاعلها مع طبيعة المفردة القرآنية وخصائصها.⁽¹⁾

وينقسم هذا المبحث إلى مطلبين رئيسيين: يتناول الأول مفهوم التغير الدلالي في اللغة العربية، من حيث التعريف والأنواع والعوامل المؤثرة، أما الثاني فيسلط الضوء على طبيعة المفردة القرآنية وخصائصها الدلالية التي تجعلها عرضة أو منيعة أمام التغيرات السياقية.

المطلب الأول: مفهوم التغير الدلالي في اللغة العربية

أولاً: التعريف اللغوي والاصطلاحي للتغير الدلالي

تُعدّ الدلالة (Semantics) من أبرز فروع علم اللغة، وهي المعنية بدراسة المعنى، وكيفية تكونه، وتطوره، وتحوله عبر الزمن والسياق. أما التغير الدلالي فهو مصطلح يدل على التحول الذي يطرأ على معنى الكلمة أو المفردة نتيجة لتأثيرات مختلفة، منها الزمن والسياق الثقافي والاجتماعي والسياسي والإعلامي.

لغويًا، تعني "الدلالة" ما تدل عليه اللفظة في الذهن عند سماعها أو قراءتها. أما اصطلاحًا، فالدلالة هي العلاقة بين الدال والمدلول، حيث يشير "الدال" إلى الشكل الصوتي أو الكتابي، بينما يشير "المدلول" إلى المعنى الذهني أو المفهومي الذي يستحضره هذا الشكل.⁽²⁾ ويُقصد بـ "التغير الدلالي" التحول أو الانزياح الذي يطرأ على هذا المعنى عبر الزمن أو في سياق الاستخدام، بحيث لا يبقى مدلول الكلمة ثابتًا كما كان في الأصل. وقد يحدث التغير في اتجاه الاتساع أو التضيق أو الانزياح أو حتى التناقض الكلي مع المعنى الأصلي.

ويُعد التغير الدلالي ظاهرة طبيعية في اللغات الحية، حيث تتأثر الكلمات بالمحيط الذي تُستخدم فيه، فتتكيف مع حاجات الناس وتطوراتهم المعرفية والثقافية، ما يؤدي إلى إعادة إنتاج المعنى بحسب السياقات الجديدة، وقد يكون هذا التغير إيجابيًا في بعض الحالات، لكنه قد يكون مضرًا إذا طال مفردات ذات طابع ديني أو مقدّس، مثل المفردات القرآنية.⁽³⁾

ثانيًا: أنواع التغير الدلالي

تتعدد أنماط التغير الدلالي في اللغة العربية، ومن أبرز هذه الأنواع:⁽⁴⁾

1. **الاتساع الدلالي: (Semantic Expansion)**
ويقصد به انتقال الكلمة من دلالة خاصة أو ضيقة إلى دلالة أوسع تشمل معاني جديدة لم تكن موجودة في الأصل. فعلى سبيل المثال، كانت كلمة "الكتاب" تشير في الأصل إلى النصوص الدينية أو الرسمية، ثم اتسع معناها لتشمل كل ما يُدوّن من نصوص.⁽⁵⁾
2. **التضييق الدلالي: (Semantic Narrowing)**
هو عكس الاتساع، ويعني تحوّل معنى الكلمة من دلالة واسعة إلى دلالة أكثر خصوصية. مثال ذلك كلمة "الناس"، التي كانت تشير إلى جميع البشر، وأصبحت تُستخدم أحياناً للإشارة إلى فئة معينة ضمن خطاب إعلامي محدد.
3. **التبدل أو التحول الدلالي: (Semantic Shift)**
وهو تغيّر المعنى الأصلي للكلمة إلى معنى آخر لا يمت له بصلة واضحة، وأحياناً يكون المعنى الجديد متناقضاً مع الأصل. فمثلاً، كلمة "الفتنة" في القرآن غالباً ما تعني الابتلاء أو الاختبار، بينما تُستخدم اليوم في الإعلام بمعنى التحريض أو التدمير.
4. **الانزياح الدلالي: (Semantic Deviation)**
ويقصد به انتقال الكلمة إلى مجال دلالي جديد تماماً نتيجة استخدامها في سياق بلاغي أو إعلامي أو سياسي معيّن. ويحدث ذلك غالباً بسبب المجاز أو الاستخدام الرمزي الذي يبتعد عن المعنى الأصلي ويمنح الكلمة بعداً تأويلياً جديداً.
5. **التحول التركيبي: (Syntactic Semantic Shift)**
وفيه يتغير معنى المفردة بسبب تغيير موضعها أو تركيبها في الجملة، فتؤثر العلاقات النحوية على المعنى الكلي، مما يؤدي إلى توليد دلالة جديدة من خلال البناء اللغوي، وهو ما يُلاحظ كثيراً في العناوين الإخبارية أو الشعارات السياسية⁽⁶⁾.

ثالثاً: العوامل المؤثرة في التغير الدلالي

يرتبط التغير الدلالي بعدة عوامل لغوية وغير لغوية، ويمكن تصنيف هذه العوامل إلى ما يلي:⁽⁷⁾

1. العامل الزمني:

اللغة كائن حي يتطور مع مرور الزمن، ولا يمكن أن تبقى المعاني جامدة. فالكلمة التي كانت تعني شيئاً في الجاهلية قد تأخذ دلالة مختلفة في العصور الإسلامية، ثم تتغير دلالتها مرة أخرى في العصر الحديث. ومن هنا فإن الزمن يُعد أحد أبرز العوامل في تغير المعاني، إما بالتدرج أو بالتحول المفاجئ نتيجة لحدث ثقافي أو اجتماعي مفصلي.

2. العامل الاجتماعي:

تلعب الطبقات الاجتماعية، وأنماط التفكير، وطبيعة التفاعل بين الفئات المختلفة دوراً في إعادة إنتاج المعنى. فعلى سبيل المثال، كلمة "الشهيد" قد تختلف دلالتها عند العامة عنها في الخطاب الشرعي أو السياسي، بناءً على خلفية المستخدمين والمستهدفين بالكلمة.

3. العامل الثقافي والمعرفي:

كلما تغير الوعي الجمعي والثقافة العامة للمجتمع، انعكس ذلك على المفاهيم والمعاني. فالثقافة تفرض سياقات جديدة على المفردات، وتجعل بعض المعاني أكثر حضوراً، وبعضها الآخر أقل قبولاً. وعندما تنتقل المفردات القرآنية إلى سياقات ثقافية غير دينية، مثل الثقافة الشعبية أو الإعلامية، فإنها تخضع أحياناً لإعادة تفسير أو توظيف بعيد عن أصلها الديني.

4. العامل الإعلامي:

يُعد الإعلام أحد أهم أدوات تشكيل المعنى في العصر الحديث. فالخطاب الإعلامي لا يُقدم المعاني كما هي، بل يُعيد تشكيلها بما يخدم أهدافه الاتصالية والتأثيرية. وفي هذا السياق، تخضع المفردات القرآنية – التي تحمل طابعاً مقدساً – لعملية "تسويق لغوي" أحياناً، يتم فيها تقديم المفردة بشكل يختلف عن دلالتها الأصلية من أجل جذب الانتباه أو التأثير على الرأي العام.⁽⁸⁾

المطلب الثاني: طبيعة المفردة القرآنية وخصائصها الدلالية

تتميز المفردة القرآنية بطبيعة فريدة تجعلها مختلفة عن سائر المفردات المستخدمة في اللغة العربية المألوفة. فهي ليست مجرد أدوات لغوية للتعبير أو الإبلاغ، بل هي مفردات أُحكمت بناؤها، وانتُخبت بعناية إلهية، ووضعت في مواضعها ضمن سياقات مخصوصة، تُراعي البلاغة والدقة والمعنى المقصود على كافة المستويات.⁽⁹⁾

يُجسد القرآن الكريم بلاغة فائقة ودقة متناهية في صياغته، وهو ما يتضح من قوله تعالى: ﴿إِنَّا نَزَّلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ﴾ [يوسف: 2]، واصفاً كتابه بأنه "محكم" في قوله: ﴿كِتَابٌ أُحْكِمَتْ آيَاتُهُ﴾ [هود: 1].

في هذا السياق، يرى الطبري أن وصف القرآن بأنه "قرآنًا عربيًا" يعني أنه نزل بلسان العرب وطريقتهم الكلامية حتى يُدركوا معانيه ويفهموا مقاصده، مؤكداً على تناسق الصياغة اللغوية ووضوح الدلالات.⁽¹⁰⁾

وعن الإحكام في قوله: ﴿كِتَابٌ أُحْكِمَتْ آيَاتُهُ﴾، يقر القرطبي بأن الإحكام يدل على الإتقان والجودة، وخلو النص من أي تضارب أو خلل لغوي، فهو متقن التراكيب محكم المعاني على اختلاف سياقاته.⁽¹¹⁾

أولاً: البلاغة والدقة في اختيار المفردة القرآنية

يظهر الإعجاز القرآني هنا في اختزال معانٍ نفسية في كلمة واحدة، دون حاجة لتوسعة أو شرح زائد. فكيف يمكن لمصطلح واحد أن يجمع بين الجزع من الشر، والحرص الشديد عند حصول الخير؟

الآية ﴿إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا﴾ [المعارج: 19] تجيب: المفردة "هلوع" تسعفنا في رسم ملامح النفس البشرية بدقة. في الحديث عن السياق اللغوي، يشير ابن عباس إلى أن المقصود بها هو "الجزوع الحريص"، وهو تعبير ثنائي يلتقط حالتين متناقضتين ضمن نفس الكينونة النفسية⁽¹²⁾ ويضيف الزمخشري في الكشاف أن الهلوع هو "شدة سرعة الجزع عند مسّ المكروه، وسرعة المنع عند مسّ الخير" — أي بخل على سطوح النفس واختزان للخيرات.⁽¹³⁾ كما يؤكد ابن كثير أن الهلوع هو "الجزوع عند الشر، والمنوع عند الخير".⁽¹⁴⁾

هذه الدقة البلاغية توضح أن المفردة لا تحتمل الاستبدال أو التأويل العفوي خارج إطار التفسير العميق واللغوي: فهي كلمة قرآنية، تتعلق بسياق تكويني لنفس الإنسان، وليس مجرد نص إعلامي أو تعبير في غير مكانه.

ثانياً: استقرار الدلالة في السياق القرآني

من أبرز خصائص المفردة القرآنية أنها تحمل دلالة مستقرة، تُحددها سياقاتها داخل النص القرآني، وتُضيئها آيات أخرى في ما يُعرف بالتفسير الموضوعي. فالكلمة في القرآن لا تؤخذ معزولة، بل تُفهم في ضوء النسق الكلي للخطاب الإلهي. وهذا يجعل من الصعب، بل من الخطير، أن تُفهم هذه الكلمات بطريقة مبتورة أو ضمن بيئة لغوية لا تلتزم بمنهج القرآن.⁽¹⁵⁾ خذ مثلاً كلمة "الفتنة" في قوله تعالى:

﴿وَفِتْنَةً أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ﴾ [البقرة: 217]

اليوم كثير من الإعلام يقرأها على أنها فوضى أو فزع، لكن المعنى في القرآن أعمق بكثير. علماء التفسير يعدّون "الفتنة" هنا كناية عن الشرك أو الكفر وصد الناس عن مسار الدين - وهذه المعاني في القرآن عظيمة جداً، لأن الشرك في عرف القرآن أقطع وأعظم وزراً عند الله من مجرد القتل.

يشير الطبري إلى أن المقصود بلفظ "الفتنة" هو الشرك بالله، وهو أعظم من القتل نفسه.⁽¹⁶⁾ ويوضح ابن كثير أن الفتنة هنا تعني: "أن يُفتن المسلم عن دينه، حتى يرتد إلى الكفر بعد إيمانه"، وهذا ما يجعلها أعظم عند الله من قتل شخص متمسك بدينه.⁽¹⁷⁾

ويضيف القرطبي، عبر قراءة ما لدى الجمهور من المفسرين، أن القصد هو "فتنتهم المسلمين عن دينهم حتى يهلكوا"، وهو معنى شديد الأثر — أقطع من مجرد قتل في شهر الحرام.⁽¹⁸⁾

ثالثاً: المفردة القرآنية بين السياق الإلهي والسياق الإعلامي

الفارق الجوهرى بين السياق القرآنى والىق الإعلامى يكمن فى الغاية والأسلوب. فى القرآن، المفردة تخدم غاية هداية الإنسان، وتبنى على أساس التقوى والعلم، بينما فى الإعلام تُستخدم المفردة غالباً لتحقيق غايات أنىة، منها الإثارة أو التأثير أو التوجيه الأيدىولوجى.

ومن هذا المنطلق، فإن إخراج المفردة القرآنية من سياقها الإلهى إلى بيئة إعلامية بشرية، دون ضوابط معرفية أو شرعية، يُعدّ انزياحاً دلاليّاً خطيراً، يُفضى إلى فهم مغلوّط، وقد يؤدى إلى تحريف المعنى فى وجدان الجمهور. لذلك فإن استخدام المفردة القرآنية يجب أن يكون قائماً على وعى لغوى، واستحضار للىق، وتقدير لقدسية النص.⁽¹⁹⁾

يقول تعالى: ﴿يُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ﴾ [النساء: 46]. المعنى هنا ليس مقصوداً على التحريف المتعمد فقط، بل يشمل أيضاً صرف الألفاظ عن سياقها ومعانيها الصحيحة بسبب الجهل بقواعد الفهم. كما قال ابن كثير: المقصود أنهم «يتعمدون صرف الألفاظ عن مواضعها، ويشرحونها على غير مراد الله»⁽²⁰⁾. وعند الطبري: «يبدّلون معناها ويغيّرونها عن تأويله»، ويبيّن أن "الكلم" هنا جماع كلمة، وأن من السلف من عيّن به التوراة، وأن «عن مواضعه» أى عن أماكنه ووجوهه الصحيحة⁽²¹⁾ ويذكر القرطبي أن معنى «يحرّفون» هو «يتأولونه على غير تأويله»، ونبّه إلى أن من أمثلة التحريف نقل صفات النبى ﷺ فى كتبهم عن مواضعها.⁽²²⁾ ويجمع السعدي الصورة بقوله: إن التحريف قد يكون «بتغيير اللفظ أو المعنى أو هما معاً»، وهو منقبة سيئة تقلب الحقائق وتُنزل الحق على الباطل.⁽²³⁾

خلاصة ذلك: الانضباط باللىق التفسىرى واللغوى يحول دون الانزلاق إلى قراءةٍ تُقصي مراد النص، حتى لو خلت من قصد التحريف.

المبحث الثاني: التغير الدلالي للمفردات القرآنية في الخطاب الإعلامي

يشهد الخطاب الإعلامي المعاصر استخدامًا واسعًا للمفردات القرآنية في سياقات متنوعة، إلا أن نقل هذه المفردات إلى فضاء الإعلام الجماهيري يرتبط بتحويلات دلالية أحيانًا جذرية. ولذلك، يهدف هذا المبحث إلى الكشف عن سمات اللغة الإعلامية الحديثة ومدى تأثيرها في دلالات الكلمات، ثم استعراض أمثلة على بعض المفردات القرآنية التي تغيرت دلالاتها في الإعلام. نحرص في ذلك على بيانية المنهج وترابط الأفكار لنخلص في النهاية إلى أثر هذه التحويلات على وعي المتلقي وأهمية ضبط الخطاب الإعلامي عند التعامل مع مفردات القرآن الكريم.

المطلب الأول: سمات اللغة الإعلامية الحديثة و أثرها على المعنى

تُعد اللغة الإعلامية المعاصرة أحد أهم أدوات التأثير في الرأي العام، وهي ليست مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات، بل أداة تعبيرية ذات خصوصية بنيوية ووظيفية، تتسم بعدة خصائص لغوية وسيميائية تنعكس مباشرة على كيفية تمثّل المعنى واستيعابه من قبل المتلقي. ومع تزايد حضور المفردات القرآنية في الخطاب الإعلامي، أصبحت الحاجة ملحة إلى تحليل أثر هذه السمات اللغوية الإعلامية على الدلالة الأصلية لتلك المفردات، ومدى ما يُحدثه هذا التداخل من تغيرات معنوية وتوجهات إدراكية لدى الجمهور.⁽²⁴⁾

أولاً: السرعة والانتشار الفائق للمضامين

من أبرز التحويلات الجذرية التي طرأت على اللغة الإعلامية في العصر الرقمي، ما يُعرف بـ"الإيقاع السريع للمحتوى"، وهو ناتج مباشر عن تداخل عاملين اثنين: التقدم التكنولوجي المتسارع، وثقافة الاستهلاك اللحظي للمعلومة. فالإعلامي المعاصر لم يعد يعمل وفق منطق التأني والتأمل اللغوي الذي كان سائداً في المراحل التقليدية، بل أصبح مطالباً بإنتاج محتوى فوري، موجز، وجذاب، يلبي حاجة المتلقي المتسارع الذي لا يمنح المادة الإعلامية أكثر من ثوانٍ معدودة من انتباهه.⁽²⁵⁾

هذا النمط من الإنتاج الإعلامي، رغم ما يتمتع به من فاعلية في الوصول إلى جمهور واسع وفي زمن قياسي، إلا أنه يأتي على حساب الدقة المعرفية والعمق اللغوي، ويؤثر بشكل مباشر على طريقة استخدام المفردات، لا سيما تلك التي تنتمي إلى الحقول الدلالية العالية مثل المفردات الدينية والقرآنية. فحين تُملأ على المحرر ضغوط الزمن، وضرورات اللحظة، ومطالب "التrend"، فإن ذلك غالباً ما يدفعه إلى انتقاء ألفاظ قوية ولاعبة وجاهزة للاستهلاك الفوري، بصرف النظر عن أصولها أو دلالاتها الدقيقة.⁽²⁶⁾

وفي هذا السياق، لا تجد المفردة القرآنية نفسها بمنأى عن هذه الممارسات. فهي تُستقطب من سياقها العبادي أو التشريعي، وتُدمج في بنى لغوية إعلامية مصممة للانتشار لا للتأمل، وللإثارة لا للفهم. ومثال ذلك أن تستخدم كلمة مثل "القيامة" في وصف أزمة اقتصادية خانقة: "يوم قيامة في الأسواق!"، أو تُستخدم "الصاعقة" في تقرير عن فضيحة سياسية: "صاعقة تهز البرلمان".! هذه الاستخدامات، وإن كانت تبدو للوهلة الأولى تعبيرات مجازية، إلا أنها في حقيقتها تُفرض الكلمة من قيمتها الأصلية، وتُعيد توجيهها نحو معنى جديد مؤقت، يحكمه الإيقاع لا التدبر. إن إحدى الإشكاليات الجوهرية التي تنشأ عن هذا التسريع في التداول الإعلامي، هي تغييب السياق. والمفردة القرآنية، بطبيعتها، لا تُفهم إلا في سياقها النصي والموضوعي والشرعي. حين تُؤخذ كلمة من القرآن وتُوضع في خبر عاجل أو شريط إخباري دون مقدمات، فإنها لا تنقل معناها، بل تنقل صداها، أي تأثيرها النفسي والرمزي فقط، وهذا أمر بالغ الخطورة. لأنه يُفرض اللغة من وظيفتها المعرفية، ويُحوّل المفردات إلى أدوات زخرفية أو تحريضية أو دعائية، يتم تداولها لأغراض التأثير اللحظي دون أي التزام بالدقة أو المرجعية.⁽²⁷⁾

السرعة هنا لا تقتصر على الإنتاج، بل تشمل التلقي أيضاً. فالمتلقي في العصر الرقمي لم يعد يتوقف طويلاً عند المفردة أو الجملة، بل يتصفح، يمر، ينقر، ينتقل، ويحكم غالباً على أساس العنوان فقط. وهذا ما يدفع بعض المؤسسات الإعلامية إلى التركيز على العناوين اللافتة التي تُستخرج منها المفردات الأكثر تأثيراً، والتي غالباً ما تكون من قاموس الدين أو الرمزية القرآنية. والنتيجة أن هذه المفردات تفقد قدرتها على أداء معناها الأصلي، وتتحول إلى أدوات لغوية عائمة يُعاد استخدامها في سياقات تسويقية أو دعائية.

وما يزيد من تعقيد الأمر، هو الطبيعة التفاعلية للإعلام الرقمي، حيث يُعاد نشر المفردة ذات الاستخدام المشوّه آلاف المرات عبر وسائل التواصل، مع تعليقات وآراء قد تبتعد أكثر فأكثر عن مرجعها الأصلي. وهكذا تتضاعف طبقات التأويل، وتصبح المفردة القرآنية المستخدمة في العنوان أو النص الأصلي مجرد "نقطة انطلاق" لمتواليات من التحريفات التي يصعب السيطرة عليها لاحقاً.⁽²⁸⁾

ومما لا شك فيه، أن هذه البيئة الإعلامية المتسارعة تُشكّل خطراً حقيقياً على المفردة القرآنية بوصفها وعاءاً للدلالة المقدسة. فهي ليست مصطلحاً عادياً يمكن استهلاكه ثم تجاوزه، بل هي عنصر تأسيسي في الوعي الإسلامي، لا يقبل الاجتزاء أو التشويه. ومن هنا فإن إدماجها في خطاب

إعلامي يتنفس السرعة والاختزال، هو بمثابة نزعه من جذورها، وتطويعها لخدمة أهداف لا تمتّ في الغالب إلى مقاصدها الشرعية بصلة.

ثانيًا: الإثارة والحس الدرامي في البناء الخطابي

تُعتمد الإثارة كعنصر رئيسي في صناعة المحتوى الإعلامي، إذ تُستخدم مفردات ذات وقع عاطفي قوي، وتتسم بلغة حركية وتعبيرات مجازية تضخم الحدث وتُضفي عليه طابعًا دراميًا. هذه الخاصية تمثل إحدى تحديات التعامل مع المفردات القرآنية، إذ أن الأخيرة تتمتع بثبات ووقار لغوي، وتُبنى دلالتها في ضوء سياق شرعي وروحي لا يقبل الإثارة الشعبوية، فعندما تُستخدم كلمة كـ"الفتنة" مثلًا في عنوان إخباري بصيغة "اندلاع فتنة طائفية"،⁽²⁹⁾ يتم تحميلها طاقة عاطفية سلبية تتجاوز معناها القرآني المجرد (الابتلاء أو الاختبار) لتصبح مرادفًا للفوضى والعنف، ويؤدي ذلك إلى انزياح في التأويل وفقدان للحيادية المفترضة في النقل اللغوي. إن الاستعانة بالحس الدرامي لتسويق المادة الإعلامية قد يُفضي إلى تشويه المفردة القرآنية أو تحويرها باتجاهات لا تتوافق مع مصدرها الأصلي، خصوصًا حين توظف بغرض التهييج أو التحريض أو الشحن العاطفي الجماهيري.⁽³⁰⁾

ثالثًا: التأثير الجماهيري الواسع والتكرار الثقافي

يتمتع الإعلام المعاصر بقوة تأثير هائلة، ليس فقط بسبب قدرته على الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور، بل كذلك بسبب التكرار الكثيف للخطاب عبر منصات متنوعة (التلفاز، الإذاعة، الإنترنت، وسائل التواصل). هذا التكرار يُسهّم في ترسيخ مفاهيم بعينها في أذهان الجمهور، ما يُنتج نوعًا من "الاعتیاد الدلالي" الذي يثبت تأويلًا معينًا للمفردة – حتى لو كان مخالفًا لأصلها.⁽³¹⁾

فإذا استخدم الإعلام على نحو متكرر مفردة كـ"الجهاد" للإشارة إلى الصراع المسلح أو الإرهاب فقط، فإنه بذلك ينحت في الوعي الجمعي دلالة ضيقة وسلبية، تتعارض مع المفهوم القرآني الأشمل الذي يضم الجهاد النفسي والعلمي والاجتماعي. وحين يُستعمل "الكفر" كتوصيف سياسي في مواجهات إعلامية، يتماهى في أذهان الناس مع خصومة أو عداوة، بينما هو في النص القرآني تعبير عقائدي يتعلق بالإيمان.

هكذا تؤدي عمليات التكرار المتراكم عبر الإعلام الجماهيري إلى إعادة إنتاج المفاهيم بشكل جديد، بحيث يُقصى المعنى الأصلي للمفردة القرآنية ويحل محله تأويل إعلامي سريع الانتشار،

مُحمّل بتوجهات أيديولوجية أو عاطفية. وهذا التحول ليس بريئاً لغوياً، بل يترتب عليه آثار عميقة في وعي الأفراد وسلوكهم ومواقفهم.⁽³²⁾

رابعاً: الحاجة إلى التبسيط أو إعادة التفسير في الإعلام الجماهيري

من طبيعة الإعلام الجماهيري أنه يخاطب جمهوراً عريضاً غير متخصص، ما يستدعي تبسيط الخطاب وتليين اللغة، بما في ذلك عند الحديث عن الشؤون الدينية أو استخدام المفردات القرآنية. غير أن هذا التبسيط قد يتحول – أحياناً – إلى اختزال أو اجتزاء في المعنى، وربما إلى تحوير في الدلالة.

على سبيل المثال، يتم تقديم مصطلح "الرحمة" في التقارير الإنسانية بوصفها تعني الشفقة أو المساعدة المادية فقط، دون الإشارة إلى بعدها الروحي الشامل كما هو في القرآن الكريم. كذلك تُستخدم مفردة "النور" للدلالة على التقدم أو الديمقراطية أو المعرفة، وهي دلالات جزئية أو مجازية بالنسبة للسياق القرآني الذي يربط النور بالهداية الإلهية و إن الحاجة إلى التبسيط ليست مشكلة في حد ذاتها، ولكن متى ما غابت الدقة في الاختيار، أو تم إقصاء البعد الديني والمعرفي للمفردة، ظهرت الإشكالية الحقيقية. فالإعلام في هذه الحالة لا يقرب المعنى للجمهور، بل يُشوّهه، ويُعيد إنتاجه وفق منظور إعلامي قد لا يعكس جوهر النص القرآني ولا خلفيته التأويلية المتكاملة.⁽³³⁾

خامساً: التباين الجوهرى بين النص القرآني والخطاب الإعلامي

يبني النص القرآني على منظومة لغوية دقيقة وثابتة، تُحاط فيها المفردات بهالة من القداسة، ويُراعى فيها التوازن بين المبنى والمعنى، والسياق الداخلي والخارجي. لذلك فإن لكل كلمة قرآنية تاريخاً دلاليّاً وارتباطاً سياقياً وإيقاعاً صوتياً يُعزّز معناها. في المقابل، يتصف الخطاب الإعلامي بالمرونة والانسحابية، وبالقدرة على التكيف مع الحدث، والبحث عن أقصر الطرق إلى عقل وقلب المتلقي.⁽³⁴⁾

هذا التباين يُنتج توتراً عند استحضار المفردة القرآنية في السياق الإعلامي، حيث تخضع هذه المفردة إلى إعادة تشكيل تُفقد فيها شيئاً من رسوخها الدلالي. فالكلمة القرآنية لا تتحرك اعتباطاً داخل النص، بل تخضع لقوانين الإعجاز والبيان، في حين أن الكلمة في الإعلام تتحرك بناءً على المقتضى العاجل للحدث أو الخبر.

المطلب الثاني: أمثلة من المفردات القرآنية المتغيرة دلاليًا

يمكن في سياق هذا المطلب الوقوف على خمسة أمثلة بارزة من المفردات القرآنية التي تبرز فيها تغيرات دلالية عند الانتقال إلى الخطاب الإعلامي الحديث: ⁽³⁵⁾

- «فتنة» في القرآن الكريم تعني كلمة «فتنة» الاختبار أو الامتحان الذي يميز بين الإيمان والكفر، وقد وردت بمعنى الابتلاء والبلاء أيضًا. على سبيل المثال، تعني الآية «وَنَبْلُوكُم بِالشَّرِّ وَالْخَيْرِ فِتْنَةً» الامتحان والابتلاء. أمّا في الإعلام فهي غالبًا ما تحمل دلالة النزاع أو الاستفزاز الطائفي والمذهبي؛ فنجد عبارات مثل «إثارة الفتنة الطائفية» أو «تفريق المجتمعات بالفتنة». بهذا الاستخدام تحولت دلالة «الفتنة» من كونها محكًا إيمانًا يوصل النفس، إلى وصف سلبي لأي خلاف سياسي أو اجتماعي يحاول الإعلام رفع سقف النزاع حوله. مدى التحول هنا كبير؛ إذ إن الجماهير قد تترجم الكلمة تلقائيًا بمعنى «الشغب» أو «الفرقة»، متناسية استخدامها القرآني كهبة إلهية للتمييز والتطهير. ويكون الأثر على المتلقي استدشعار هذه الكلمة بمنحى سلبي يخيف من أي اختلاف أو احتجاج، ما يؤدي إلى استبعاد الحوار والاختلاف بصفتها «فتنة». ⁽³⁶⁾

- «جهاد» أصلًا الجهاد في القرآن والسنة يعني بذل الجهد في سبيل الله بأشكاله كافة، بما يشمل مواجهة النفس والهوى أولاً، ثم القتال دفاعًا عن الدين والمجتمع. يسعى القرآن المؤمنين بالجهاد الصادق في سبيل عقيدتهم. أما في الإعلام، فقد تطور استخدام كلمة «جهاد» ليشمل أحيانًا مفهوم «الحرب المقدسة» و«الكفاح المسلح». يستخدم الإعلام المعاصر الكلمة في سياقات سياسية وعسكرية، ك«دعوة للجهاد»، أو «الجهاد الدفاعي»، وقد تطلقها التنظيمات المتطرفة لتبرير أعمالها، وتنسبها إليها القنوات الفضائية بهدف شد انتباه الجمهور. ومع التطور التكنولوجي ظهر أيضاً تعابير مثل «الجهاد الإلكتروني» للدلالة على مكافحة الشائعات. مدى التحول هنا واضح: فقد انحصر معنى «الجهاد» عند كثير من المتلقين في المنظور القتالي رغم شمولية مفهومه الشرعي، وأضحى يترافق مع مشاعر الخوف أو التضامن الشديد حسب السياق السياسي. أثر ذلك أن البعض استبطن جهادًا محدودًا بفكرة العنف والنفير، متجاهلاً الجهاد الإنساني مثل جهاد العلم أو العمل الصالح الذي يغلب طابعًا إيجابيًا. بذلك تغير تصور العامة للجهاد بشكل بات فيه أكثر ارتباطاً بالحرب، وهذا يؤثر على وعي المتلقي فيقرن الجهاد دومًا بمبادئ العنف. ⁽³⁷⁾

- « كفر » في السياق القرآني، يُعدّ لفظ "الكفر" ضدّ الإيمان، ويتضمن إنكار الحقيقة أو سترها، ويتقرب تأويله الشرعي إلى "الجهل أو الإنكار المتعمد". في هذا الإطار، عبّر البغوي قائلاً إن "الكفر" في اللغة يعني الجحود؛ ومنه تسمّى الأشياء وهي تستر الظلمة، كما في قوله: "الكافر يستر الحقّ بجحوده"، مضيّقاً أن "الكفر" يتفرع إلى: إنكار، جحود، عناد، ونفاق، لكل منها دلالاته الخاصة. وقد قال المفسّر: "والكافر يستر الحق بجحوده"، وهو ما يؤكّد طبيعة الكفر كسترٍ معنوي لا مجرد مصطلح لغوي.⁽³⁸⁾
- من ناحية أخرى، يرى الطبري أن أصل الكفر هو التغطية، كما في تسمية الليل بـ"كافر" لستر النهار، وتصور بذلك أن "الكفر" هو جحود واضح بعد المعرفة، كما فعل الأخبار عندما "جحدوا نبوة محمد ﷺ، ورخواها عن الناس، مع أنهم كانوا يعرفونها". فالطبري قد عرّف الكفر هنا بأنه جحد معروف، وستر مقصود.⁽³⁹⁾
- «رحمة»: تحمل «الرحمة» في النص القرآني معانٍ واسعة، فهي اسم من أسماء الله الحسنى تدل على الرحمة الإلهية والمغفرة، كما أن العلاقة بين الناس مبنية على الإحسان والرفق (مثلاً: «وَرَحِمَتِي وَسِعَتْ كُلَّ شَيْءٍ»). في الإعلام الحديث نجد «الرحمة» تستخدم للدلالة على التعاطف الإنساني أو الفضل الإلهي (مثل عناوين «رحمة الله تشمل الجميع»)، وقد تحول إلى شعار في حملات إنسانية وخيرية لتعميق الروابط مع الجمهور. مدى التحول في هذه الحالة أقل حدة؛ إذ يظل مغزى الكلمة إيجابياً دون التباين الكبير الموجود في مفردات مثل «فتنة» أو «كفر». مع ذلك، فإن إسقاط «الرحمة» إعلامياً على أحداث معينة قد يضيق معناها بالمقارنة بالمعاني الإسلامية الأصيلة التي تشمل التعليم والنصيحة والعقاب المنير، وليس فقط المساعدة الاقتصادية. تأثير ذلك على الوعي يتجلى في تقصير فهم الجمهور للدين ككل حين يختزلون الرحمة إلى مشاهد إنسانية بسيطة، وربما يعرضهم للاستغلال العاطفي إن وظفت الكلمة لإيصال رسائل عاطفية دون محتوى علمي عميق.⁽⁴⁰⁾
- «نور» في القرآن «النور» يرمز إلى الهداية والإيمان والمعرفة الإلهية («اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ») وغالباً ما يقترن بالوعي الروحي (كقوله: «يهدي الله بنوره مَن يشاء»). أما في الإعلام الحديث، فـ«النور» تستعمل غالباً بمعنى مجازي إيجابي واسع، كـ«نور العلم» أو «نور الديمقراطية»، لتشير إلى التقدم أو المعرفة أو النصر. مدى التحول هنا معتدل، إذ بقي الاعتبار الإيجابي ثابتاً، لكن زاد في المعنى العادي اتساعاً فنسمع عن «نور إنساني»، «إشراقة النور»، دون الإشارة الصريحة للدلالة الدينية العميقة. أثر هذا التوسع على المتلقي هو

تنسيب النور في سياقات عديدة بحيث يفقد جزءاً من خصوصيته القرآنية، فتصبح الكلمات المقتبسة من القرآن أشبه بتعايير عامة للتفاوت والوضوح. وبذلك ينحسر مفهومه كهدى روي إلى مجرد وصف في عناوين إخبارية أو منشورات تحفيزية.

يتضح من الأمثلة السابقة أن التحول الدلالي قد طال بعض المفردات بشكل كبير، في حين كان معتدلاً في أخرى. المفردات ذات الدلالة الثابتة الحساسة («فتنة»، «كفر») شهدت تحولات أعمق، أما المفردات التي تحمل طابعاً إيجابياً عاماً («رحمة»، «نور») فاحتفظت بالكثير من مدلولها مع توسع ضمني. والنتيجة على المتلقي تتمثل في تباين في الفهم: فقد يصعب عليه تتبع المعاني الأصلية لهذه الكلمات ما لم يكن لديه ثقافة دينية وسيطة، ويتفاعل مع الصورة الإعلامية العامة أولاً. فالتكرار الإعلامي يولد مألوفاً يؤدي إلى غلبة التفسير الشائع على المعنى القرآني المختزل، ويكسب الكلمات قراءات سطحية قد تركز انطباعات وأحكام مسبقة، سواء أكانت سليمة أم منحرفة عن المقصد القرآني.⁽⁴¹⁾

يبرز مما سبق الضرورة القصوى لضبط الخطاب الإعلامي عند تناول المفردات القرآنية. فرغم تعدد السياقات وأشكال التعاطي التواصلية، يجب أن تراعي الوسائل الإعلامية ثقل الكلمة القرآنية وإطارها الشرعي، وتكثيف جهود التثقيف اللغوي والديني لجمهورها. ذلك يشمل التحقق من السياق عند استخدام كل لفظ، والاستعانة بالخبراء الشرعيين عند الحاجة.

المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية والتوصيات

في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم في مجالات الإعلام والاتصال، أصبح من الضروري دراسة كيفية توظيف المفردات القرآنية في الخطاب الإعلامي الحديث. فالمفردة القرآنية، التي تحمل دلالات مقدسة وثابتة في سياقها الأصلي، قد تتعرض لتحولات دلالية عند استخدامها في وسائل الإعلام، مما قد يؤثر على فهم المتلقي ويحدث تبايناً بين المعنى الأصلي والمعنى المستحدث. لذا، يتناول هذا المبحث دراسة تطبيقية لتحليل نصوص إعلامية مختارة، بهدف رصد مظاهر التغير الدلالي في المفردات القرآنية، وتقديم توصيات لضبط استخدامها في الإعلام.

المطلب الأول: تحليل نصوص إعلامية مختارة

في عصر يتسم بفيض المعلومات وتعدد الوسائط وتنوع الخطابات، أصبح للإعلام دور بارز في صياغة الوعي المجتمعي، لا من خلال نقل الوقائع فحسب، بل أيضاً من خلال اختيار المفردات، وطريقة عرضها، والسياقات التي تُوظف فيها. وهذا الأمر يزداد حساسية حينما يتعلق باستخدام مفردات ذات طابع ديني، وخصوصاً المفردات القرآنية التي تحمل طابعاً قدسياً وشرعياً. إن

المفردة القرآنية ليست مجرد وحدة لغوية يمكن التلاعب بها أو إعادة تشكيل معناها، بل هي وحدة دلالية مستقرة في سياقها النصي، محكومة بعقيدة، ومؤطرة بشروط التفسير والتأويل المأذون. غير أنّ الإعلام المعاصر، بمختلف وسائله وتوجهاته، بات يتناول هذه المفردات بأسلوب يُراعي في أحيان أهداف الإثارة أو التأثير، أكثر من مراعاة الضبط الشرعي أو الدلالي، مما يستدعي الوقوف تحليليًا أمام هذه الظاهرة وتفكيك طبيعتها.⁽⁴²⁾

أولاً: عرض نماذج من الإعلام المكتوب والمرئي

ولرصد طبيعة التغير الدلالي الذي يصيب المفردة القرآنية داخل الخطاب الإعلامي، تم اعتماد مجموعة من النماذج الواقعية من وسائل إعلامية مكتوبة ومرئية، عربية، متنوعة التوجهات والخطاب. وقد اختيرت خمس مفردات قرآنية تحديداً، هي: الفتنة، الجهاد، الكفر، الرحمة، النور، بالنظر إلى شيوع استخدامها، وقابلية دلالاتها للانزياح عند توظيفها في سياقات إعلامية غير منضبطة.

في إحدى افتتاحيات صحيفة يومية واسعة الانتشار، نُشر عنوان لافت جاء فيه: "الفتنة تطل برأسها من جديد في الجنوب". استخدم كاتب المقال كلمة "الفتنة" لتصوير تصاعد التوتر الطائفي في إحدى المدن، موحياً بأن النزاع يحمل بعداً دينياً تقليدياً متجدداً، إلا أن السياق الواقعي يشير بوضوح إلى أن النزاع ذو طبيعة سياسية ومحلية أكثر منه عقائدية.

في المقابل، يؤكد السياق القرآني على أن لفظ "الفتنة" يُستخدم غالباً بمعنى الابتلاء والامتحان العميق، لا الاتهام أو التحريض الطائفي. فعلى سبيل المثال، في قوله تعالى:

﴿وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ﴾ [البقرة: 191]

يشرح أبو جعفر الطبري (ت 310هـ) أن "الفتنة" هنا تعني الشرك بالله، معتبراً أن ابتلاء المؤمن في دينه حتى يرجع عنه أشدّ عليه من القتل، ويقول: «الشرك بالله أشدّ من القتل»⁽⁴³⁾

وللمزيد من التوضيح، يرى ابن كثير (ت 774هـ) أن المقصود بالفتنة هنا هو الكفر بالله، وأن إيقاع المؤمنين في الردة أو الصّدّ عن دينهم أشدّ من قتل النفوس، لأن في الكفر فساد الدين وهو أعظم من فساد الجسد.⁽⁴⁴⁾

وفي تقرير تلفزيوني بثته إحدى القنوات الإخبارية البارزة، وصف المراسل الهجوم الذي نفذته إحدى الجماعات المسلحة على معسكر للجيش بـ "عملية جهادية بطولية ضد العدو". وهذا الاستخدام يُظهر نمطاً شائعاً في الإعلام العربي، حيث يتم إطلاق وصف "الجهاد" على أي تحرك

عسكري من جماعة تعارض النظام الحاكم، بصرف النظر عن مشروعية الفعل، وأهدافه، وضوابطه الشرعية. والجهاد في القرآن والسنة ليس مجرد القتال،⁽⁴⁵⁾

بل هو مفهوم شامل يشمل مجاهدة النفس، والدعوة إلى الله، والدفاع المشروع وفق شروط واضحة، كما في قوله تعالى: ﴿وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ﴾ [الحج: 78].

وبالتالي، فإن هذا الاستخدام الإعلامي يُفرغ المفردة من مضمونها الشرعي، ويُوظفها لتبرير العنف، مما يؤدي إلى ترويح ثقافة مُضللة عن الجهاد.

وفي نموذج ثالث، ظهر مقال رأي في موقع إلكتروني إخباري عنوانه: "سياسات الكفر السياسي تقودنا إلى الهلاك". وفي متن المقال، استخدم الكاتب مفردة "الكفر" لوصف قرارات سياسية اتخذها البرلمان، معتبراً أنها "تنكّر لقيم الأمة". هذا التوظيف يخرج الكلمة من معناها العقدي المرتبط بإنكار الإيمان بالله، إلى وصف إيديولوجي خاضع للأهواء والرؤى السياسية. إن هذا الخلط، الذي أصبح شائعاً، يؤدي إلى خلق حالة من التوتر بين الدين والسياسة، وقد يُفضي إلى التكفير الرمزي لجماعات أو أفراد بناءً على مواقف سياسية، وليس على مواقف عقدية.⁽⁴⁶⁾

في المقابل، جاءت بعض الاستخدامات ذات طابع إيجابي، لكنها لا تخلو من انزياح دلالي. ففي تقرير بثته قناة فضائية إنسانية، وُصفت الحملة الطبية الميدانية في مخيمات اللاجئين بأنها: "رحمة من السماء على هؤلاء المظلومين". وعلى الرغم من أن المفردة هنا تُستخدم في سياق إنساني نبيل، فإنها تنقل "الرحمة" من كونها صفة إلهية خالصة – كما في قوله تعالى: ﴿وَرَبُّكَ الْغَفُورُ ذُو الرَّحْمَةِ﴾ [الكهف: 58].

وقد ذكر الطبري أن الرحمة في هذا الموضع صفة لله تعالى، تعني المغفرة والعفو والإنعام على عباده، فهي رحمة شاملة لا يقدر عليها أحد من الخلق.⁽⁴⁷⁾ ابن كثير أن "ذو الرحمة" أي صاحب الرحمة العظيمة التي وسعت كل شيء، وهي رحمة إلهية مطلقة لا تُشبه أي رحمة بشرية.⁽⁴⁸⁾ لكن الاستخدام الإعلامي هنا حوّل الرحمة من معناها الإلهي المطلق إلى معنى مؤسسي بشري مرهون بالعمل الخيري، وهو ما يمثل إعادة تأويل دلالي، حيث سُحبت الكلمة من بعدها الغيبي إلى معنى مادي رمزي.

وفي تقرير تربوي بثته إحدى القنوات التعليمية، وردت العبارة: "النور يعود إلى المدارس الريفية بفضل مشروع التعليم الإلكتروني". وهنا استُخدمت كلمة "النور" – التي هي في أصلها وصف لله تعالى كما في قوله: ﴿اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ﴾ [النور: 35].

وقد فسر القرطبي "النور" بأنه الهادي المرشد لعباده، وبه استنارت قلوب المؤمنين بالإيمان، فهو نور معنوي يتجاوز الحس إلى الهداية. ⁽⁴⁹⁾ بينما يرى الرازي أن "النور" في الآية إشارة إلى كمال الله في ذاته، وأنه سبب كل هداية ووجود، ولا يفهم النور هنا على أنه مجرد ضوء حسي بل حقيقة إلهية عظمى ⁽⁵⁰⁾ إلا أن الاستخدام الإعلامي أعاد توظيف الكلمة مجازياً لتدل على العلم أو المعرفة، وهو معنى جميل في ذاته، لكنه فقد سياقه الإلهي الذي ارتبط به النص القرآني، مما يمثل انزياحاً دلاليًا من الحقل الغيبي إلى الحقل الرمزي-التربوي.

ثانياً: دراسة تأثير هذا التغير الدلالي على الخطاب والمتلقي

من خلال تتبع أنماط الاستخدام الإعلامي للمفردات ذات المصدر القرآني، يتضح أن التأثير لا يقتصر على البنية اللغوية للنص الإعلامي، بل يمتد إلى مستوى أكثر خطورة يتمثل في إعادة تشكيل المدركات العامة لدى الجمهور. فالإعلام، بصفته فاعلاً ثقافياً واجتماعياً، لا يعكس الواقع فحسب، بل يشارك في صناعته من خلال اللغة، والصياغة، وطريقة تقديم المعلومة، لا سيما عندما يتعلق الأمر بمفردات تعبّر في الأصل عن مفاهيم دينية مستقرة.

إن الخطورة في هذا النوع من التناول اللغوي للمفردة القرآنية تكمن في قدرة الإعلام على تحويلها من مفهوم نابع من مرجعية دينية محددة إلى أداة مرنة تُكيّف حسب مقتضى الحدث، أو الإيديولوجيا، أو الخط التحريري للمؤسسة الإعلامية. هذه التحولات لا تحدث بطريقة فجائية أو مباشرة، وإنما تسلك مساراً تراكمياً يجعل التأثير أشد رسوخاً وأوسع نطاقاً. فالإنسان المعاصر، بحكم انغماسه اليومي في منصات إعلامية متنوعة، أصبح يتلقى اللغة الجديدة بدون مقاومة، ويعيد إنتاجها في محيطه الشخصي دون مراجعة. ⁽⁵¹⁾

ففي الوقت الذي تشير فيه كلمة مثل "الابتلاء" في القرآن الكريم إلى امتحان إيماني من الله تعالى

للعبد، كما في قوله: ﴿وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ...﴾ ، البقرة: 155

نجد أن الخطاب الإعلامي قد يُفرغها من بعدها الروحي، ويحولها إلى توصيف درامي لحادثة أو أزمة اجتماعية، فتفقد المفردة عمقها العقدي وتُستخدم كأداة لإثارة التعاطف أو تسويق الخبر. وكذلك الحال مع مفردة مثل "العدالة"، التي تمثل في النص القرآني قيمة أخلاقية ومبدأً تشريعي محكوم بضوابط شاملة، فإن الإعلام قد يعيد تعريفها في إطار سياسي محدود، فترتبط بعدالة توزيع الثروة فقط، أو بمواقف حكومية دون مرجعية أخلاقية أو دينية، وهو ما يفرغها من شموليتها المفاهيمية، ويحولها إلى شعار مجتزأ يخدم هدفاً لحظياً.

وتزداد الإشكالية وضوحاً حين تستخدم مفردات مثل "الضلال" أو "الهداية" في وصف مواقف أو توجهات سياسية أو ثقافية، فتصبح أداة للتصنيف لا أداة للهداية بمعناها الشرعي. فحين يُقال في أحد البرامج الحوارية أن "هذه الفكرة ضلال مبين"، فإن التوصيف الذي يُفترض أن يكون عقائدياً يُسحب إلى فضاء الفكر والموقف الشخصي، مما يُربك المتلقي ويزرع في ذهنه خلطاً بين مفاهيم الإيمان والرأي.⁽⁵²⁾

والمعضلة الأساسية أن الخطاب الإعلامي لا يعرض هذه المفردات في فراغ، بل في سياق مشحون بالعاطفة، وغالباً ما يكون مصحوباً بمؤثرات بصرية وصوتية تُعزز من وقعه وتأثيره على المتلقي. وبالتالي، فإن ما يبدو استخداماً لغوياً عابراً قد يُسهم فعلياً في إعادة بناء المنظومة المفهومية لدى الجمهور، وخاصة لدى الفئات الأقل وعياً أو الأقل اطلاعاً على المفاهيم الشرعية الأصلية، يصبح التغير الدلالي الذي يُحدثه الإعلام نوعاً من التحوير المعرفي، لا مجرد انزياح لغوي. فالكلمة التي كانت تُستخدم في مجال تعبدي، تُستعار الآن لوصف نزاع حزبي، أو قرار اقتصادي، أو حادثة اجتماعية، وهو ما يؤدي إلى تفكيك المرجعية الأصلية للمفردة واستبدالها بمرجعية إعلامية شعبية أو دعائية. وهكذا تتحول مفردات مثل "الهلاك"، و"النجاة"، و"السكينة"، و"الرجس"، من أدوات هداية قرآنية إلى أدوات بلاغية تُستغل لتحقيق تأثير مؤقت أو جذب انتباه المتابع.

ولا يخفى أن لهذه الظاهرة آثاراً تربوية وسلوكية بعيدة المدى، خاصة عند الأجيال الشابة التي تفتقر أحياناً إلى خلفية دينية متينة، وتتشكل معارفها من خلال المنصات الرقمية ووسائل الإعلام الجماهيري. فحين تتكرر مفردة معينة في سياق منحرف عن أصلها، فإن العقل الباطن للمتلقي يعيد برمجة فهمه لها، دون أن يدرك أنه قد انتقل من دلالة مستمدة من الوحي إلى دلالة مفروضة من الإعلام. ومع الزمن، تتضاءل مكانة التفسير الديني، ويعلو صوت التفسير الإعلامي، حتى يصبح هو الأصل المرجعي الجديد وما يُضاعف من خطورة هذا التأثير، أن المتلقي غالباً ما يثق بالخطاب الإعلامي الموجه، ويمنحه شرعية غير مشروطة، بسبب الصورة أو الصوت أو شخصية المذيع أو الصياغة الحماسية. وقد أثبتت دراسات الإعلام أن التكرار في الخطاب، حتى لو احتوى على تحريف، يُكسبه مشروعية في أذهان المتلقين، وهي ظاهرة تُعرف في علم النفس الإعلامي بتأثير "الاعتیاد الإدراكي". أي أن المفردة الجديدة، وإن كانت خاطئة في أصلها، تصبح مقبولة لمجرد أنها تكررت في قنوات ذات مصداقية ظاهرية.

لهذا، فإننا لا نتحدث هنا عن خلل لغوي عرضي، بل عن تحول منهجي في العلاقة بين اللغة والدين والإعلام. خطاب كان يجب أن يكون أداة للإيضاح والتنوير، بات أحياناً وسيلة للخلط والتشويش، ليس لجهل بالمعاني فحسب، بل لسعي نحو التبسيط المفرط أو الاستغلال الدعائي⁽⁵³⁾.

ثالثاً: تصنيف الأنماط الدلالية في الخطاب الإعلامي

من خلال تتبع الاستخدامات الإعلامية المتنوعة للمفردات القرآنية، يمكن رصد أنماط ثابتة من التغيرات الدلالية، تتكرر بصورة ملحوظة في مختلف المنصات، سواء في الصحف والمواقع الإلكترونية أو في البرامج الحوارية والتغطيات الإخبارية. هذه الأنماط لا تأتي اعتباطاً، بل تنبع من طبيعة الخطاب الإعلامي الذي يسعى غالباً إلى التأثير السريع، والإقناع اللحظي، والتفاعل العاطفي، وهو ما يجعله في كثير من الأحيان يغفل المرجعية الأصلية للمفردة، ويُعيد إنتاج معناها في صورة مشوهة أو مبتورة. ويمكن تصنيف هذه الأنماط إلى ثلاث فئات رئيسية:

1. التهويل (Dramatization)

وهو النمط الأكثر شيوعاً في الأخبار العاجلة والعناوين الرئيسية، حيث تميل اللغة إلى التضخيم والمبالغة بهدف إثارة اهتمام الجمهور، حتى وإن كان الحدث بسيطاً بطبيعته. يُلاحظ في هذا النوع من الخطاب استخدام مفردات قرآنية قوية التعبير، ذات دلالات ثقيلة في أصلها، مثل: "الزلازل"، "الطوفان"، "الهاوية"، "العذاب"، أو "الفتنة"، لتوصيف مواقف لا تستحق هذا القدر من التصعيد. على سبيل المثال، قد يُعنون خبر عن خلاف سياسي بـ"عاصفة فتنة تضرب البرلمان"، أو يُقال عن انقطاع كهربائي في حيّ سكني: "الظلام يلتهم المدينة". هذه التراكيب، وإن بدت مجازية، إلا أنها تُساهم في تحميل المفردة القرآنية دلالة إعلامية تُفقد سكونها الشرعي، وتضعها في خدمة التأجيج والتهويل.

ما يجعل هذا النمط خطيراً أنه يُكسب المفردات طابعاً دعائياً يتكرر يومياً حتى تتحول تلك المفردات إلى أدوات خطابية معتادة تُستخدم خارج مرجعياتها، مما يجعل المتلقي يتفاعل معها بمرجعية إعلامية جديدة، وينسى أو يتجاهل معناها القرآني الأصلي.⁽⁵⁴⁾

2. التحريف (Distortion)

ويمثل النمط الأكثر جذرية في التلاعب بالمعنى، حيث يتم نقل المفردة من مجالها الدلالي إلى مجال مخالف تماماً، دون أي اعتبار لما تحمله من ثوابت شرعية أو لغوية. في هذا النمط، لا تقتصر الإشكالية على المبالغة، بل تشمل قلب المعنى أو إسقاطه على مواضع لا تمت إليه بصلة.

ومثال ذلك وصف أي فعل عنف سياسي بـ"الجهاد"، أو إطلاق وصف "المرتد" على شخص اختلف في الرأي أو خالف الاتجاه السائد، أو استعمال كلمة "الكفر" في انتقاد مشروع ثقافي أو فني.

هذا النمط لا يضرّ بالدلالة فحسب، بل يُفضي إلى نتائج اجتماعية وسياسية خطيرة، إذ يسهم في شرعنة التكفير المجازي، وتبرير العنف الرمزي، كما يُمكن التيارات المتشددة من تطبيع خطابها في المجال العام من خلال توظيف المفردات الدينية بأسلوب سطحي أو مشوّه. بل وقد يؤدي إلى انزياح مفاهيمي يجعل الجمهور، خاصة الشباب، يخلط بين القيم الدينية الأصيلة، والخطابات التحريضية التي تتقن لبس عباءة المقدس.

3. إعادة التأويل (Symbolic Recontextualization)

وهو النمط الأكثر خفاءً ونعومة، إذ لا يقوم على قلب المعنى أو تضخيمه، بل على سحبه بهدوء من سياقه الأصلي وإسقاطه على مجال رمزي جديد. وغالبًا ما يحدث هذا في النصوص التي تُعنى بالثقافة، أو التعليم، أو التنمية، أو المبادرات الإنسانية، حيث يتم توظيف مفردات مثل "النور"، و"الرحمة"، و"السكينة"، و"الطمأنينة" في دلالات ذات طابع دينوي إيجابي. فنقرأ مثلاً في تقرير تربوي عبارة: "مشروع نور المعرفة يعيد إشراق الأمل في القرى النائية"، أو نسمع في نشرة إنسانية: "الرحمة تهطل على اللاجئين من السماء إلى الخيام".

في هذا النوع من الاستخدام، لا يبدو الانزياح الدلالي مقلقاً للوهلة الأولى، بل يُنظر إليه كنوع من المجاز المشروع أو التوظيف البلاغي الجميل. إلا أن الإشكال يكمن في أنه يساهم في علمنة المفردة، أي في فصلها عن سياقها الغيبي وربطها كلياً بالمجال الوظيفي البشري، مما يفقدها هويتها العقدية. فـ"الرحمة" التي تُنسب إلى الله في النص القرآني بوصفها صفة من صفاته العظمى، تتحول إلى فعل إداري أو مؤسسي، و"النور" الذي هو تجلٍ للهداية، يصبح مرادفًا للتقنيات الرقمية أو الوسائل التعليمية.⁽⁵⁵⁾

الخاتمة:

من خلال الدراسة التطبيقية الموسعة التي تناولت نماذج من الخطاب الإعلامي العربي، تبين بوضوح أن المفردات القرآنية، حين تُستعار وتُعاد صياغتها داخل منظومة الإعلام المعاصر، تتعرض لتحولات دلالية تتفاوت في شدتها، لكنها تشترك جميعاً في سحب المفردة من سياقها التشريعي أو الروحي إلى فضاءات تداولية وظيفية، محكومة بمنطق التأثير اللحظي والإثارة الجماهيرية.

لقد كشفت النماذج المدروسة عن أن أبرز سمات اللغة الإعلامية، مثل السرعة، والاختزال، والإثارة، والرمزية الانفعالية، تُساهم في إعادة تشكيل المفردة القرآنية وفقاً لمقاصد تتناقض في الغالب مع مقاصدها الأصلية. بل إن بعض المفردات، مثل "الجهاد"، و"الكفر"، و"الفتنة"، أصبحت تُستخدم كأدوات تأطير سياسي أو تحريضي، مما يُفضي إلى إدخال الجمهور في حالة من التلقي المشوّه، حيث تختلط المعاني الشرعية بالخطابات الدعائية، وينزاح المعنى المستقر لصالح المعنى الإعلامي اللحظي.

كما أن تصنيف أنماط التغير الدلالي إلى ثلاث فئات رئيسة – التحويل، التحريف، إعادة التأويل – أتاح لنا فهماً أكثر دقة لطبيعة العلاقة بين اللغة المقدسة والخطاب الجماهيري. ففي حين يُمكن أن تبدو بعض الاستخدامات "بريئة" أو رمزية، فإنها في مجملها تُؤسس لفهم جديد للمفردة، قوامه التكرار خارج السياق، والإسقاط الدلالي القسري، وتغيب المرجعية التفسيرية. ولا يخفى أن استمرار هذا النمط من الاستخدام غير المنضبط، خاصة في بيئة إعلامية متسارعة ومتفاعلة رقمياً، يُهدد بفقدان المفردة القرآنية شيئاً فشيئاً لقداسها ووضوحها، وقد يؤدي إلى تصورات خاطئة عند الجمهور، لا سيما لدى الأجيال الجديدة التي تتشكل ثقافتها من خلال الإعلام أكثر مما تتشكل من خلال التعليم التقليدي أو الدراسات الشرعية.

لذلك، فإن مواجهة هذا التحدي لا تكون بردود فعل ظرفية، بل من خلال وعي منهجي شامل يُعيد الاعتبار لقدسية المفردة القرآنية، ويحمّل المؤسسات الإعلامية والتعليمية والدينية مسؤوليات واضحة في حماية المعنى وصونه من التشويه.

التوصيات

1. إعداد دليل إرشادي إعلامي للمفردات القرآنية
ينبغي على الهيئات الإعلامية بالتعاون مع المؤسسات الدينية واللغوية، وضع دليل شامل يُبين المعاني الدقيقة للمفردات القرآنية الأكثر تداولاً، ويوجه الإعلاميين إلى كيفية استخدامها دون الإخلال بسياقها. يجب أن يكون هذا الدليل عملياً، مبنياً على دراسات تطبيقية، ومتاحاً للصحفيين والمحريين والمذيعين.
2. إشراك المختصين في الشريعة واللغة في الإنتاج الإعلامي الديني
توصي الدراسة بضرورة وجود هيئة تحرير شرعية-لغوية في كل مؤسسة إعلامية تُعنى بالأخبار الدينية أو البرامج ذات المحتوى الروحي، بحيث يتم مراجعة المفردات القرآنية قبل بثها، للحيلولة دون إساءة استخدامها أو تأويلها بشكل غير منضبط.

تضمين "أخلاقيات المفردة الدينية" في مناهج كليات الإعلام من المهم تطوير مناهج تعليمية تُدرّس الطلبة المبادئ الأساسية في التعامل مع المفردات ذات الطابع الديني، خاصة تلك التي تنتمي للقرآن الكريم. ويجب أن تكون هذه المقررات عملية وتطبيقية، وتشمل دراسات حالة وتحليلاً للخطاب الإعلامي، بهدف تعميق الوعي الدلالي والأخلاقي لدى الإعلاميين منذ المراحل الأولى لتكوينهم الأكاديمي.

تنظيم ورش عمل وتدريب دوري للإعلاميين تقترح الدراسة تنظيم دورات تدريبية في المؤسسات الإعلامية تتناول موضوع "المفردة القرآنية في الخطاب الإعلامي"، وتُدرّس فيها أسس الفهم الصحيح، وأخطار التحريف أو الانزياح الدلالي، مع إشراك باحثين متخصصين في علوم القرآن، واللغة، والإعلام.

تشجيع البحوث الأكاديمية التطبيقية حول اللغة الدينية في الإعلام هناك حاجة ماسة إلى مزيد من الدراسات التطبيقية التي ترصد وتوثق كيف يتم تداول المفردات القرآنية في الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب والرقمي. هذه الدراسات تساهم في إنتاج وعي معرفي طويل الأمد، وتُزود صانعي القرار الإعلامي ببيانات واضحة تُساعد في تقويم السياسات اللغوية للمؤسسات. إطلاق حملات توعية مجتمعية عبر منصات التواصل لمواجهة التشويه الحاصل، من الضروري استثمار المنصات الرقمية نفسها لإطلاق حملات توعية موجّهة للجمهور، تُظهر المعاني الأصلية للمفردات القرآنية

الهوامش :

- (1) فادي بن محمود الريحانة، (2017). التطور الدلالي للفظ القرآني عند ابن عاشور في تفسيره التحرير والتنوير. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، 2(35). القدس المفتوحة ص 32
- (2) محمد بن علي الجيلاني (الشتيوي)، التغير الدلالي وأثره في فهم النص القرآني (كتاب)، بيروت: مكتبة حسن العصرية للطباعة والنشر، 2011.
- (3) أمجد كامل العثمان، ألفاظ الإعلام في القرآن الكريم: دراسة دلالية (كتاب)، بغداد: منشورات آداب الرافدين، 2008.
- (4) زهراء جواد البرقعوي، الإعلامية في الخطاب القرآني: دراسة في ضوء نظرية التواصل (كتاب)، دمشق: دار كنوز المعرفة العلمية، 2011.
- (5) ينب زيادة دسوقي البغدادي و ينب. (2016). التطور الدلالي في القاموس المحيط (بين النظرية والتطبيق) إعداد د/زينب زيادة دسوقي البغدادي، أستاذ علم اللغة المساعد في كلية الدراسات الإسلامية والعربية

- للبنات بالإسكندرية/أستاذ علم اللغة لمشارك بقسم اللغة العربية كلية الآداب جامعة الطائف (العدد الخامس والثلاثون-الجزء 35 (2)، ص 1450-1665.
- (6)الأحمري و ظافر بن محمد عبد الله. (2016). أسباب التطور الدلالي ومظاهره في اللغة العربية قراءة وتحليل. التربية (الأهر): مجلة علمية محكمة للبحوث التربوية والنفسية والاجتماعية)، 35 (168 جزء 2)، ص 158-174.
- (7)عبد الحي أحمد فؤاد، الإعلام الإسلامي: المبادئ والنظرية والتطبيق (كتاب)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.
- (8) زينب جعفر صادق، و أ. د. علاوي صدر جاززع. (2019). تم تطوير النسخة النموذجية من التنوع الثلاثي والتغاير الدلالي والأثره. مجلة كلية التربية الأساسية، 25 (105)، ص 78.
- (9) سرّ الختم عثمان الأمين، نظرية الاتصال في الرسالة الإسلامية: دراسة في الوحي والرؤيا والإعلام الاجتماعي (كتاب)، دبي: دار النشر للجامعات، 2008.
- (10) محمد بن جرير الطبري،. (2001). جامع البيان عن تأويل أي القرآن (تحقيق: أحمد شاكر). القاهرة: دار هجر. (ج 12، ص 117).
- (11) محمد بن أحمد القرطبي،. (2006). الجامع لأحكام القرآن. القاهرة: دار الكتب المصرية. (ج 9، ص 3).
- (12) محمد بن جرير الطبري،. (2001). جامع البيان عن تأويل أي القرآن (ج 24، ص 598). تحقيق: أحمد شاكر. القاهرة: مكتبة ابن تيمية.
- (13) محمود بن عمر الزمخشري،. (1998). الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل (ج 4، ص 733). بيروت: دار الكتاب العربي.
- (14) ابن كثير، إسماعيل بن عمر. (1999). تفسير القرآن العظيم (ج 4، ص 445). بيروت: دار المعرفة.
- (15) أحمد فتحي عبد العال، علم الدلالة: أنواعه وأهدافه (كتاب)، القاهرة: دار المعارف، 1962.
- (16) محمد بن جرير الطبري،. (2001). جامع البيان عن تأويل أي القرآن (ج 3، ص 566). تحقيق: أحمد شاكر. القاهرة: مكتبة ابن تيمية.
- (17) ابن كثير، إسماعيل بن عمر. (1999). تفسير القرآن العظيم (ج 2، ص 217). بيروت: دار المعرفة.
- (18) محمد بن أحمد القرطبي،. (2006). الجامع لأحكام القرآن (ج 2، ص 278-279). القاهرة: دار الكتب المصرية.
- (19) زكي نجيب محمود، أسس علم اللغة (كتاب)، القاهرة: دار الفكر، 1973.
- (20) ابن كثير، إ. ب. ع. (1999). تفسير القرآن العظيم (ج 2، حول النساء: 46). بيروت: دار المعرفة.
- (21) الطبري، م. ب. ج. (2001). جامع البيان عن تأويل أي القرآن (ج 3/5 تقريباً، النساء: 46). تحقيق: أحمد شاكر. القاهرة: مكتبة ابن تيمية.
- (22) محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي،. (دون تاريخ). الجامع لأحكام القرآن (سورة النساء: 46). القاهرة: دار الكتب المصرية.

- (23) عبد الرحمن بن ناصر السعدي، (2019). تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان (سورة النساء: 46). الرياض: دار ابن الجوزي.
- (24) رياض حمدي رشوان، البلاغة العربية: دراسات في علم المعاني والبيان والبيدع (كتاب)، القاهرة: دار العلم للملايين، 1970.
- (25) إلياس عطا الله و المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. (2020). رشقات من العَرَبِيَّة: محاضرات في التدقيق والتحرير. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ص 33.
- (26) يوسف أحمد علي أبو رويده، أعلام الأماكن في القرآن الكريم: دراسة دلالية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح – نابلس (فلسطين)، 1955.
- (27) إبراهيم العسكري، "البُعد السيميائي في القرآن الكريم: دراسة إعلامية"، مجلة الدراسات القرآنية، العدد 7، 2015، صص. 45-60.
- (28) مازن المبارك، نحو وعي لغوي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية - ١٩٨٥ م ص 62
- (29) محمود مصطفى احمد القويدر، البحث الدلالي عند الراغب الأصفهاني، دار الكتب والوثائق العراقية ١٩٩٩م.
- (30) زينب جمعة جاسم الساعدي، "الألفاظ القرآنية الدالة على الكذب: دراسة إعلامية"، مجلة الباحث الإعلامي (كلية الإعلام – جامعة بغداد)، العدد 36، 2017، صص. 37-58.
- (31) عبد الله محمود عدوي و المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. (2016). الجماليات في الإعلام التلفزيوني. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ص 65.
- (32) فؤاد حسونة، دراسات في البلاغة العربية وعلوم القرآن (كتاب)، القاهرة: المكتبة الأزهرية للتراث، 1956.
- (33) قدور أحمد محمد، في الدلالة والتطور الدلالي، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد السادس والثلاثون. عمان، 1981م ص 42.
- (34) حسام محمد فهد، ألفاظ الإعلام ومدلولاتها في القرآن الكريم، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية – بغداد، 2008.
- (35) عاطف إبراهيم المتولي رفاعي، صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم: دراسة في التفسير الموضوعي، رسالة ماجستير، جامعة المدينة العالمية (ماليزيا) – كلية العلوم الإسلامية، 2016.
- (36) محمد سليمان سة نكاوي. (2012). معجم مصطلحات الفكر الإسلامي المعاصر (دلائها أطولها). دار الكتب العلمية دار الكتب العلمية.
- (37) منير صايقي، ترجمة أسماء الأعلام في القرآن الكريم (دراسة معجمية دلالية)، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية – الرياض، 2018
- (38) البغوي، أبو محمد الحسين بن مسعود. (1997). معالم التنزيل في تفسير القرآن (ج 1، ص 117). بيروت: دار إحياء التراث العربي ..

- (39) الطبري، محمد بن جرير. (2001). جامع البيان عن تأويل آي القرآن (تحقيق: أحمد شاكر، ج1، ص233). القاهرة: دار هجر.
- (40) عبد الكريم خالد عناية التميمي، حسام أحمد الراوي، "أثر السياق القرآني في تغير دلالة الألفاظ"، مجلة آداب البصرة (كلية الآداب – جامعة البصرة)، العدد 69، 2014، صص. 163-188
- (41) مخلد إسماعيل سليمان أبو هلاله، "دلالة الفعلين 'علم' و'عرف' ومواردهما في القرآن الكريم: دراسة نحوية دلالية"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد 6، العدد 1، 2020، صص. 1-16.
- (42) نادية رشاد، "لغة الصحافة بين التحرير ودلالات القرآن الكريم"، مجلة إعلام ودين، العدد 3، 2018، صص. 101-119.
- (43) الطبري، محمد بن جرير. (2001). جامع البيان عن تأويل آي القرآن (تحقيق: أحمد شاكر، ج3، ص561). القاهرة: دار هج
- (44) ابن كثير، إسماعيل بن عمر. (1999). تفسير القرآن العظيم (تحقيق: سامي سلامة، ج1، ص508). الرياض: دار طيبة.
- (45) هناء جابر، "استعمالات مفردات قرآنية في الإذاعة والتلفزيون: دراسة اجتماعية"، مجلة الدراسات الإعلامية (جامعة القاهرة)، العدد 25، 2016، صص. 77-92.
- (46) عادل عبد الرازق، "الدلالة اللغوية لألفاظ القرآن في الإعلام العربي المعاصر"، مجلة اللغة العربية (جامعة الملك سعود)، العدد 145، 2013، صص. 33-50.
- (47) محمد بن جرير الطبري،. (2001). جامع البيان عن تأويل آي القرآن (تحقيق: أحمد شاكر، ج15، ص178). القاهرة: دار هجر.
- (48) ابن كثير، إسماعيل بن عمر. (1999). تفسير القرآن العظيم (تحقيق: سامي سلامة، ج3، ص108). الرياض: دار طيبة.
- (49) محمد بن أحمد القرطبي،. (2006). الجامع لأحكام القرآن (ج12، ص270). القاهرة: دار الكتب المصرية.
- (50) الرازي، فخر الدين. (1981). التفسير الكبير (مفاتيح الغيب) (ج23، ص224). بيروت: دار الفكر.
- (51) ناصر الكبيسي، "إعلام القرآن في الصحافة السعودية: معجم جديد للمفردات الإعلامية"، مجلة الدراسات العربية (جامعة الكويت)، العدد 54، 2017، صص. 129-147.
- (52) خالد الحناوي، "قضايا الدلالة في البلاغة الإعلامية: مقارنة تحليلية"، مجلة جامعة بنها للعلوم الإنسانية، المجلد 9، العدد 4، 2016، صص. 89-108.
- (53) سناء مصطفى شحاته، "الألفاظ القرآنية في الخطاب الإعلامي العربي: دراسة تأصيلية"، مجلة دراسات إسلامية (جامعة الأزهر)، المجلد 14، العدد 27، 2019، صص. 205-222.
- (54) أمجد مصطفى جمال، "معجم إعلامي للفهم القرآني: الأسس والتطبيق"، المجلة العربية للبحوث والدراسات الإسلامية، المجلد 22، العدد 3، 2018، صص. 301-320

(55) مصطفى علوان، "التغير الدلالي للمفردات القرآنية في فضاء التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية"، مجلة بحوث لغوية (جامعة الأزهر)، العدد 18، 2017، صص. 57-76.

المصادر:

أولاً: القرآن الكريم والتفاسير

- القرآن الكريم.
- ابن كثير، إسماعيل بن عمر. (1999). تفسير القرآن العظيم (ج1، ص508؛ ج2، ص217؛ ج2 النساء: 46؛ ج3، ص108؛ ج4، ص445). بيروت: دار المعرفة / الرياض: دار طيبة.
- البغوي، أبو محمد الحسين بن مسعود. (1997). معالم التنزيل في تفسير القرآن (ج1، ص117). بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- الرازي، فخر الدين. (1981). التفسير الكبير (مفاتيح الغيب) (ج23، ص224). بيروت: دار الفكر.
- الزمخشري، محمود بن عمر. (1998). الكشف عن حقائق غوامض التنزيل (ج4، ص733). بيروت: دار الكتاب العربي.
- السعدي، عبد الرحمن بن ناصر. (2019). تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان (سورة النساء: 46). الرياض: دار ابن الجوزي.
- الطبري، محمد بن جرير. (2001). جامع البيان عن تأويل آي القرآن (تحقيق: أحمد شاکر، ج1، ص233؛ ج3، ص561 و566؛ ج5/3 النساء: 46؛ ج12، ص117؛ ج15، ص178؛ ج24، ص598). القاهرة: دار هجر / مكتبة ابن تيمية.
- القرطبي، محمد بن أحمد الأنصاري. (2006). الجامع لأحكام القرآن (ج2، ص278-279؛ ج9، ص3؛ ج12، ص270). القاهرة: دار الكتب المصرية.

ثانياً: الكتب

- أحمد فتحي عبد العال. (1962). علم الدلالة: أنواعه وأهدافه. القاهرة: دار المعارف.
- أمجد كامل العثمان. (2008). ألفاظ الإعلام في القرآن الكريم: دراسة دلالية. بغداد: منشورات آداب الرافدين.
- الجيلاني، محمد بن علي (الشتيوي). (2011). التغير الدلالي وأثره في فهم النص القرآني. بيروت: مكتبة حسن العصرية.
- زهراء جواد البرقعواي. (2011). الإعلامية في الخطاب القرآني: دراسة في ضوء نظرية التواصل. دمشق: دار كنوز المعرفة العلمية.
- زكي نجيب محمود. (1973). أسس علم اللغة. القاهرة: دار الفكر.
- سرّ الختم عثمان الأمين. (2008). نظرية الاتصال في الرسالة الإسلامية: دراسة في الوحي والرؤيا والإعلام الاجتماعي. دبي: دار النشر للجامعات.

- عبد الحي أحمد فؤاد. (2002). الإعلام الإسلامي: المبادئ والنظرية والتطبيق. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- فؤاد حسونة. (1956). دراسات في البلاغة العربية وعلوم القرآن. القاهرة: المكتبة الأزهرية للتراث.
- مازن المبارك. (1985). نحو وعي لغوي. (الطبعة الثانية). بيروت: مؤسسة الرسالة.
- محمد سليمان سة نكاوي. (2012). معجم مصطلحات الفكر الإسلامي المعاصر. بيروت: دار الكتب العلمية.
- رياض حمدي رشوان. (1970). البلاغة العربية: دراسات في علم المعاني والبيان والبديع. القاهرة: دار العلم للملايين.
- ثالثاً: الرسائل الجامعية
- أبو رويدة، يوسف أحمد علي. (1955). أعلام الأماكن في القرآن الكريم: دراسة دلالية (رسالة ماجستير). جامعة النجاح – نابلس.
- أبو هلاله، مخلد إسماعيل سليمان. (2020). دلالة الفعلين "علم" و"عرف" ومواردهما في القرآن الكريم: دراسة نحوية دلالية. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، 6(1)، 16.1-16.
- الساعدي، زينب جمعة جاسم. (2017). ألفاظ القرآنية الدالة على الكذب: دراسة إعلامية. مجلة الباحث الإعلامي، 36(3)، 58.37-58.
- صافبي، منير. (2018). ترجمة أسماء الأعلام في القرآن الكريم: دراسة معجمية دلالية (رسالة ماجستير). جامعة الإمام محمد بن سعود – الرياض.
- عاطف إبراهيم المتولي رفاعي. (2016). صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم: دراسة في التفسير الموضوعي (رسالة ماجستير). جامعة المدينة العالمية – ماليزيا.
- فهد، حسام محمد. (2008). ألفاظ الإعلام ومدلولاتها في القرآن الكريم (رسالة ماجستير). الجامعة الإسلامية – بغداد.
- رابعاً: المقالات/البحوث
- الأحمرري، ظافر بن محمد عبد الله. (2016). أسباب التطور الدلالي ومظاهره في اللغة العربية: قراءة وتحليل. مجلة التربية (الأزهر)، 35(168/2)، 174.158-174.
- البغدادى، زينب زيادة دسوقي. (2016). التطور الدلالي في القاموس المحيط (بين النظرية والتطبيق). مجلة كلية اللغة العربية بأسبوط، 35(2)، 1665.1450-1665.
- البرقعواي، زهراء جيا. (2011). الإعلامية في الخطاب القرآني: دراسة في ضوء نظرية التواصل. دمشق: دار كنوز المعرفة.
- الحناوي، خالد. (2016). قضايا الدلالة في البلاغة الإعلامية: مقارنة تحليلية. مجلة جامعة بها للعلوم الإنسانية، 9(4)، 108.89-108.
- العسكري، إبراهيم. (2015). البعد السيميائي في القرآن الكريم: دراسة إعلامية. مجلة الدراسات القرآنية، 7(7)، 60.45-60.

- العدوي، عبد الله محمود. (2016). الجماليات في الإعلام التلفزيوني. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ص65.
- الكبيسي، ناصر. (2017). إعلام القرآن في الصحافة السعودية: معجم جديد للمفردات الإعلامية. مجلة الدراسات العربية (جامعة الكويت)، (54)، 147.129-
- الرياحنة، فادي بن محمود. (2017). التطور الدلالي للفظ القرآني عند ابن عاشور في تفسيره التحرير والتنوير. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، 2(35)، 32.
- جابر، هناء. (2016). استعمالات مفردات قرآنية في الإذاعة والتلفزيون: دراسة اجتماعية. مجلة الدراسات الإعلامية (جامعة القاهرة)، (25)، 92.77-
- جمال، أمجد مصطفى. (2018). معجم إعلامي للفهم القرآني: الأسس والتطبيق. المجلة العربية للبحوث والدراسات الإسلامية، 22(3)، 320.301-
- رشاد، نادية. (2018). لغة الصحافة بين التحرير ودلالات القرآن الكريم. مجلة إعلام ودين، (3)، 101-119.
- صادق، زينب جعفر، وجازع، علاوي صدر. (2019). تم تطوير النسخة النموذجية من التنوع الثلاثي والتغاير الدلالي وأثره. مجلة كلية التربية الأساسية، 25(105)، 78.
- علوان، مصطفى. (2017). التغير الدلالي للمفردات القرآنية في فضاء التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية. مجلة بحوث لغوية (جامعة الأزهر)، (18)، 76.57-
- المتولي، قدور أحمد محمد. (1981). في الدلالة والتطور الدلالي. مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، (36)، 42.

Semantic change in Quranic vocabulary in modern media discourse

Assist Lect .Muhammad Matroud Anad

Ministry of Education



muhamad998w@gmail.com

Keywords: Qur'anic vocabulary, semantic shift, media discourse

Summary:

This paper explores how the vocabulary from the Qur'an is used differently in contemporary media texts. The paper looks into the way sacred terms are interpreted when they are presented in the media or on TV. The team uses a description-analysis and comparison approach to identify the terms that are most influenced, investigate changes to these terms and assess their effect on public understanding. The study suggests that media regularly interprets and dramatizes terms from the Qur'an, making distortions possible. The research finishes by suggesting how to use religious terms appropriately, to avoid changing the true meanings of the Qur'an.