

Language Authority in Daawah Discourse

Rebwar Abdullah Khattab¹, Sirwan Anwar Majeed^{2*}

1 Arabic Language Department, College of Art, Soraan University, Iraq

2 Department of Information Technology, College of Administration technology, Technical University of Irbil, Iraq

* sirwancawry@yahoo.com

ABSTRACT:

Persuasion has a great structure in the Daawa Speech, because it depends on arguments and every one while he wants to send his message to the receiver, he will try to do the best to persuade others. This paper delights the structure of Daawa Speech. Add to this; it tries to explain the authority of this language through the pragmatic theory. In another side, this paper tries to illustrate the identification of this language through the samples from Profits, Preachers, and media role to conclude the authority of this language in Convergence of views and how this language be a bridge of memorable understanding between peoples, although making a wonderful mechanism to understanding the speech.

Keywords: Authority; Language; Discourse; Daawah; Information.

سلطة اللغة في الخطاب الدعوي

د. ريبوار عبدالله خطاب^١، د. سيروان أنور مجيد^٢*

١ قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة سوران – العراق

٢ قسم تقنية الإعلام، كلية الإدارة التقنية، جامعة أربيل التقنية – العراق

* sirwancawry@yahoo.com

ملخص البحث

لا شك في أن اللغة دورًا بارزًا وسلطة حاکمة في الخطاب بصورة عامة وفي الخطاب الدعوي بشكل خاص، لأنّ الداعي في عملية الدعوة يعتمد على جملة من المعايير النصية والأطر الخطابية التي تضمن لدعوته نجاحها في توصيل الرسالة، ومن أهم هذه الأدوات المستعملة في الخطاب الدعوي هي اللغة بجميع مستوياتها، فيلجأ الداعي إلى تكوين خطاب مؤثر للوصول إلى إقناع المخاطب. ومن هذا المنطلق يستعين المخاطب بكل الوسائل اللغوية وغير اللغوية قصد الوصول إلى الهدف المرسوم، ويجعل السياق اللغوي وغير اللغوي منطلقًا لرسم خطاب مؤثر ومقنع تراعى فيه الظروف المصاحبة للأطراف المشاركة في عملية التخاطب، وجاء هذا البحث لتسليط الضوء على هذا البعد المهم في الخطاب الدعوي، كما يهدف إلى بيان دور اللغة وسلطتها في السياق التداولي في الحدث الكلامي والتواصلي، ويستهدف البحث في توضيح سلطة اللغة في الخطاب الدعوي بعض العينات القرآنية والأحاديث النبوية بالوصف والتحليل قصد استجلاء معالم هذه السلطة اللغوية وأثرها في المتلقي، ونرى أنّ الخطاب الدعوي لم يدرس لغويًا بشكل مطلوب.

الكلمات المفتاحية: سلطة، اللغة، الخطاب، الدعوة، الاعلام.

المقدمة

مما لا شك فيه أنّ اللغة أثراً بالغاً وبُعْداً اجتماعياً في حياتنا من منظور أنها صادرة عن الإنسان والإنسان كائن اجتماعي، لذلك تنشأ تداخلات وتفاعلات معرفية بين اللغة _ كأداة للتواصل ومنشئة للخطاب _ وبين العلوم الإنسانية والتجريبية الأخرى كمنجز اجتماعي، وهذا يؤكد لنا أنّ اللغة ليست بمعزل عن تلك المنجزات وليست بناءً مستقلاً بذاتها، ولم تكن مجرد جمل مقولبة، بل اللغة أشمل من ذلك كلّها لكونها خطاباً وحجاجاً ترمي إلى التأثير والإقناع، ومن هذا المنطلق يهدف هذا البحث إلى بيان دور اللغة وسلطانها في الخطاب الدعوي، ذلك الخطاب الذي يرمي إلى التأثير في المخاطب بغية إنجاح عملية الإقناع، كما يحاول رسم استراتيجية لغوية للداعية في مهمته الدعوية، ويرشده إلى كيفية الإفادة والاستفادة من اللغة بجميع مستوياتها وملابساتها، قصد إنتاج خطاب لغوي محكم يتكفل بنجاح الرسالة، ومن جانب آخر يبيّن البحث أهمية السياق والمقام وما يتعلّق بهما من ملابسات تداولية في الخطاب الدعوي، وكلّ ذلك بمراعاة التماسك النصي والربط المحكم والموقف المحيط بالخطاب والمخاطب والمخاطب.

وتكمن أهمية البحث في كونه يلقي الضوء على ما للغة من سلطة ودور في تكوين الخطاب _ أي خطاب كان _ وفي الخطاب الدعوي على وجه الخصوص، ذلك الخطاب الحجاجي الذي يرمي إلى التأثير في المتلقي وإقناعه بالرسالة الموجهة، وعنوان البحث يبرز هذا الجانب السلطوي للغة في التحكم بالخطاب وتوجيهه توجيهاً مثمرًا يؤتي أكلها، ومهارة الداعية في توظيف اللغة وقدرته في الانتقاء والاختيار تظهر لتلك السلطة الحاكمة في الخطاب الدعوي، فإنّه بهذا الأسلوب الجمالي التعبيري يقترب من هدفه المنشود الذي هو الإقناع، وبالتالي نجاحه في دعوته، ومن هنا تتبيّن لنا سلطة اللغة ودورها الفعّال بالتأثير في المتلقي وبالتالي تكوين خطاب دعوي ناجح يضمن إنجاح عملية التواصل بين الطرفين المعنيين بالخطاب.

ومن جانب آخر يسعى البحث للإجابة عن جملة من التساؤلات التي تشكّل إشكالية البحث وفرضيته، وهي؛ هل للغة سلطة في الخطاب الدعوي، وهل للغة تأثير في إنجاح المهمة الدعوية؟ هل على الداعية أن يتعلّم اللغة

الأدبية وجمالياتها البلاغية بهدف التأثير في المتلقي؟ هل تختلف لغة الخطاب الدعوي عن غيرها من الخطابات الأخرى؟ أين تكمن سلطة اللغة في الخطاب الدعوي؟

وأما ما يتعلّق بالدراسات السابقة حول الموضوع فنجد أنّ جلّ ما كتب عن الدعوة والداعية كان متعلّقًا بمجال تأصيل الدعوة وأهميّتها في المجتمع، وكذلك عن صفات الداعية وأسلوبها مع المدعو، أي دراستها في الجانبين الحركي والفقهية، دون التطرّق بشكل وافٍ إلى سلطة اللغة ودورها في الخطاب الدعوي، فهذا الجانب لم يدرس بشكل لائق، ولم يعط حقّه، مع أنّ لهذا الجانب من الدراسة والاهتمام صلة وثيقة بالجانب التداولي والسياقي والحجاجي والاستعمال اللغوي، الذي لا بدّ على الداعية الامام به وأخذه بعين الاعتبار، وهذا البحث محاولة لإبراز سلطة اللغة في الخطاب الدعوي، بمعنى دراسة الخطاب الدعوي من وجهة نظر لغوية وما يتعلّق بها من ملابسات سياقية و ومعطيات تداوليّة.

وقد اقتضت طبيعة الموضوع والمادّة العلميّة المجمعّة بناء البحث على مبحثين وخاتمة مذيّلة بقائمة المصادر والمراجع.

أمّا المبحث الأوّل فيتكوّن من مطلبين:

المطلب الأوّل؛ يتناول اللغة والتواصل

المطلب الثاني؛ يخصّ اللغة والإقناع

والمبحث الثاني يتكوّن من مطلبين أيضًا:

المطلب الأوّل؛ يتناول الخطاب والخطاب الدعوي

والمطلب الثاني؛ يخصّ الخطاب الدعوي في القرآن والأحاديث النبوية

ثمّ تأتي الخاتمة لإبراز أهمّ النتائج التي توصّل إليها البحث، مع ثبّت للمصادر والمراجع المعتمدة في هذا البحث.

المبحث الأول: مفهوم اللغة ووظيفتها

المطلب الأول: اللغة والتواصل

إنّ اللغة وسيلة رئيسة ومعنّية بعملية الاتصال والتفاهم بين البشر، وهي الكفيلة بهذه المهمة، والإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمتلك قدرة التواصل عبر اللغة وأنظمتها مع غيره، وقد بيّن اللغويون قديماً وحديثاً هذه الميزة البارزة للغة، ومن أبرز التعريفات عند القدماء هو تعريف ابن جني (ت ٣٩٢هـ) للغة إذ يقول "أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم"، ومن هذا التعريف نستنتج جملة من خصائص اللغة منها؛

١ / اللغة مجموعة من الرموز الصوتية، وهذه الرموز يتم إرسالها من المرسل إلى المستقبل وتحمل رسالة تواصلية مشحونة بالمعاني، تفكّ هذه الرموز بإيعاز من العقل وتحوّل إلى رموز دلالية مفهومة عند السامع.

٢ / اللغة وسيلة تواصلية وتفاهمية للتعبير عن الأفكار والرغبات، ومن هنا بيّن وظيفة اللغة الأساسية التي هي الاتصال والتفاهم.

٣ / لكلّ مجتمع لغة معيّنة، لأنّ اللغة مجموعة من التقاليد اللغوية التي يتبناها مجتمع ما.

٤ / اللغة ظاهرة اجتماعية، بمعنى أنّ المجتمع البشري برمته محكومون بنظام لغوي جماعي.

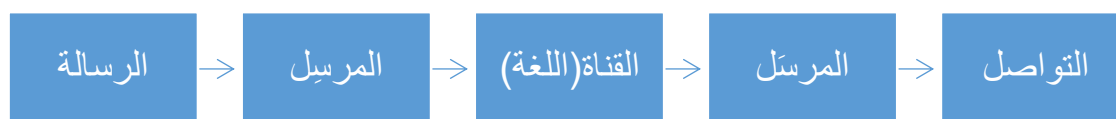
ويلتقي هذا التعريف مع تعاريف اللغويين الغربيين من أمثال دي سوسير، حيث بيّن دي سوسير أنّ اللغة ظاهرة اجتماعية، ووسيلة للتواصل في قوله "اللغة نتاج اجتماعي لملكة اللسان، ومجموعة من التقاليد الضرورية التي تبناها مجتمع ما ليساعد أفرادها على ممارسة هذه الملكة"، ونستنتج من تعريف دي سوسير هذه المميّزات للغة؛

- ١ / اجتماعية اللغة: اللغة نتاج جماعي، ومن هنا بيّن الجانب الاجتماعي للغة.
- ٢ / عرفية اللغة؛ اللغة مجموعة من الرموز والعلامات المتفق عليها في كل مجتمع لغوي.
- ٣ / لكلّ مجتمع نظام لغوي معيّن.
- ٤ / تعبيرية اللغة؛ اللغة وسيلة للتعبير، بمعنى وسيلة للاتصال أو التواصل بين أفراد المجتمع.

ويركز هذان التعريفان وغيرهما على اتصالية اللغة ودورها الرئيس في التعبير والتوصيل عن المقصود، وهناك أطراف تشارك في عملية الاتصال وهي:

- ١/ المرسل أو المتكلم: وهو منشئ الرسالة
- ٢/ المرسل أو المستقبل؛ وهو متلقي الرسالة
- ٣/ الرسالة: وهي الموضوع المثار الدائر بين طرفي الاتصال.
- ٤/ قناة التواصل: وهي اللغة التي عبارة عن مجموعة من الرموز الصوتية

وهكذا ترسل الرسالة من المرسل عبر قناة اللغة إلى المرسل إليه بغرض التواصل بين الطرفين، ويمكن توضيح التواصل اللغوي بهذه الترسمة التوضيحية:



المطلب الثاني: اللغة والإقناع

إن الإقناع عملية ناتجة عن التأثير والتأثر بين المخاطب والمخاطب، برسالة أو خطاب مقنع شكلاً ومضموناً، والإقناع لغة هو التذلل لمسألة ما أو الرضا والموافقة بأمر ما، جاء في كتاب العين "قَنَعَ يَقْنَعُ قَنَاعَةً: أي رَضِيَ بالقسم فهو قَنِعٌ وهم قَنِعُونَ، وَقَنَعَ يَقْنَعُ قُنُوعاً: تَذَلَّلَ لِلْمَسْأَلَةِ فهو قَانِعٌ"، ويرتبط مفهوم الإقناع بالرضا والموافقة كما جاء في لسان العرب "قَنَعَ بنفسه قَنَعاً وقَنَاعَةً رَضِيَ.... وقال بعض أهل العلم إن القُنُوعَ يكون بمعنى الرضا والقانعُ بمعنى الراضي"، كما أن الإقناع يدل على القبول والاطمئنان لرأي أو لفكرة ما، كما نجد هذا المفهوم في المعجم الوسيط "اقتنع) قنع بالفكرة أو الرأي قبله واطمأن إليه".

وقد عرّف الإقناع في العرف الاصطلاحي بتعريفات عديدة ومتنوعة، وكلها تتمركز حول قوة التأثير، وأساليب الإقناع المؤثرة، ونوع الخطاب، ومهارات المخاطب في خطابه، لذلك عدّ الإقناع استراتيجية تدور حولها الاطراف المعنية بالخطاب، فعلى سبيل المثال، عرّف بأنه "عملية إحداث تغيير أو تعزيز لموقف أو لمعتقد أو لسلوك ما، فهو عبارة عن نتيجة تصل إليها من خلال تبني أسلوب اتصالي تستخدم فيه أدوات التأثير"،

أو أنّه "الجهد المنظم المدروس الذي يستخدم وسائل مختلفة للتأثير على آراء الآخرين وأفكارهم بحيث يجعلهم يقبلون ويوافقون على وجهة النظر في موضوع معين، وذلك من خلال المعرفة النفسية والاجتماعية لذلك الجمهور المستهدف"، ومن خلال هذين التعريفين للإقناع نستنتج جملة من مميزات وخصائص الإقناع، منها:

١ / الإقناع عملية تعمل على تغيير فكر أو سلوك أو معتقد ما بغرض تعديله وتغيير مساره نحو اتجاه آخر.

٢ / للإقناع أدوات ومحققات تتكفل بإنجاح العملية أو إفشالها.

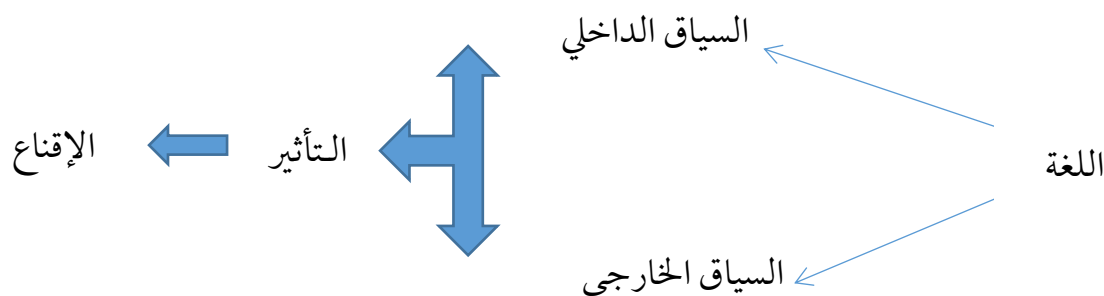
٣ / الإقناع نتيجة لمنظومة اتصالية مؤثرة، وهنا تتجه الأنظار إلى سلطة اللغة ودورها الريادي في الوصول إلى هذه النتيجة، فاللغة وأدواتها الاتصالية سبب من أهم أسباب هذه النتيجة المستهدفة. واللغة وسيلة للتعبير ولتوصيل الأفكار والرغبات إلى المتلقي.

٤ / إنّ الإقناع يعتمد على الحجاج والاستدلال والبراهين، لذلك فالعلاقة وثيقة بين اللغة والحجاج من جهة، وبين الحجاج والإقناع من جهة أخرى.

٥ / الإقناع بحاجة إلى جهد مبرمج وخطة مدروسة، لأنّها عملية تجمع بين شتى المعارف والفنون.

٦ / لكي يتمّ الإقناع لابدّ أن يكون المخاطب ملماً وعارفاً بأحوال المخاطب النفسية والاجتماعية والثقافية، وهذا الأمر يلزم المخاطب (الداعي) على التعرّف بالسياق سواء أكان سياقاً لغوياً (داخل الخطاب) - ويكون أثر السياق اللغوي "هو تحديد قيمة الكلمة ودلالاتها في النظم، كما يعدّ الأساس في ترتيب النصوص اللغوية من حيث الوضوح والخفاء" - أم سياقاً خارجياً، والسياق الخارجي يشمل: السياق الثقافي والعاطفي والاجتماعي والنفسي، وهذه الأمور المذكورة علاقة وثيقة بمفهوم التداولية، لأنّ دراسة السياق تندرج ضمن علم خاص يسمى بـ "التداولية Pragmatique التي اتخذته موضوعاً مركزياً، حيث جاءت لتغطي بطريقة منهجية منظمة المساحة التي كان يشار إليها في البلاغة العربية القديمة بعبارة؛ مقتضى الحال، وهي التي أنتجت المقولة الشهيرة في البلاغة العربية؛ لكلّ مقام مقال".^١

بقي أن نشير إلى أنّ عملية الإقناع بالدرجة الأولى هي عملية تواصلية بين الأطراف المعنية بسياق الخطاب، والاتصال يكون عبر شفرات اللغة ومنظومتها التعبيرية، ومن هنا تتضح لنا سلطة اللغة ودورها التأثيري في خلق الإقناع، ويمكن توضيح الفكرة بهذه الترسمة التوضيحية؛



المبحث الثاني: الخطاب والخطاب الدعوي

المطلب الأول: مفهوم الخطاب وأنواعه

يعدّ مصطلح الخطاب من المصطلحات المربكة لما له من ضبابية في مفهومه، وذلك لسبب وروده في ميادين معرفيّة متنوعة، فهو مصطلح يدخل ضمن سياقات مختلفة ويمتلك قدرة في حمل معان ودلالات كثيرة، وعلى هذا يعدّ الخطاب ميداناً رحباً لفتح باب التأويل والتفسير على مصراعيه.

جاء في العين أنّ "الخطاب: مراجعة الكلام، والخطبة: مصدر الخطيب"، ويقال "خطب فلانٌ إلى فلانٍ فخطبته وأخطبه أي أجابه الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً وهما يتخاطبان...." والمخاطبة مفاعلة من الخطاب والمشاورة^{١٢}، ويقصد به اصطلاحاً "كلام موجه إلى متلقٍ بقصد التأثير والإقناع، أو المشاركة الكلاميّة بين طرفي الاتصال مشافهة أو كتابة للتأثير والإقناع ولتحقيق مقاصد اتصالية"^{١٣}.

وإذا أمعنا النظر في المعنى اللغوي للخطاب والأطراف المشاركة في الخطاب نجد مدًا وجزرًا، أخذًا وعطاءً بين تلك الأطراف في المحاور والمخاطبة، وبهذا تتم عملية التواصل الدائرة بين المتكلم والسامع، وكل ذلك متأية نتيجة منظومة لغوية تواصلية.

أمّا في الجانب الاصطلاحي فعرف الخطاب بتعريفات متعددة ومتنوعة، حسب وجهات نظر مختلفة، ووفق منظورات المجال والتخصص، لأنّ المجالات المعرفية كثيرة، ولكل مجال خطاب معيّن، وأدوات معيّنة، وأهداف محددة، وعلى هذا أنتج المخاطب أو المجتمع عدة أنواع للخطاب، فنعرّف بعضًا منها حسب هذه الأنواع؛

١ / الخطاب القرآني: هو مجموعة من النصوص القرآنية، ولهذه النصوص دلالات وإشارات، وهذا الخطاب معصوم وغير قابل للتحريف نظرًا إلى مخاطبه وهو الله سبحانه وتعالى، وهذا الخطاب من أبلغ الخطابات وأبدعها من حيث الأنظمة اللغوية وجماليّتها، بدءًا بالصوت ومرورًا بالأبنية والصيغ الصرفية والتراكيب النحوية وانتهاء بالمعاني والدلالات، ويعدّ خطابًا محكمًا فريدًا لأنّه يتكوّن من مجموعة من النصوص المتسقة والمنسجمة، كما أنّه خطاب حجاجي ومنطقي واستدلالي^١.

٢ / الخطاب الإسلامي: هو الخطاب الذي يستند إلى أصول المصادر الإسلامية من القرآن الكريم والسنة النبوية، أو إلى مرجعية إسلامية أخرى، وهذا الخطاب ليس معصومًا مقارنة بالخطاب القرآني لأنّ منتجته هو الإنسان، والإنسان ليس بمعصوم، ويندرج ضمن هذا النوع كل الخطابات السياسية والاجتماعية التي مرجعها القرآن والسنة أو الإجماع والقياس أو أي مصدر آخر من مصادر التشريع الإسلامي.

٣ / الخطاب الإيصالي أو الإفهامي: وهو الخطاب الموجه من المخاطب إلى المخاطب عن طريق رسالة لغوية، ويهدف هذا الخطاب إلى إيصال أفكار وإرشادات إلى المخاطبين قصد الإقناع أو على الأقل عدم الاعتراض للرسالة الموجهة، كالخطابات الإعلامية والتجارية.

٤ / الخطاب الإبداعي الجمالي: وهو الخطاب الذي يستند إلى المعايير الجمالية والفنون البلاغية التي من شأنها أن تؤثر في المتلقي وتؤدي إلى الإقناع.

٥ / الخطاب الدعوي: وهو الخطاب الموجه إلى عموم المخاطبين بهدف التأثير فيهم وإقناعهم بتعاليم معينة ومبادئ سامية، متخذاً جميع الوسائل المؤثرة للوصول إلى هذا الهدف، والحجاج في هذا الخطاب سمة بارزة يلجأ إليه المخاطب لنجاح عملية التأثير والإقناع، لذلك نستطيع القول: إنّ الخطاب الدعوي خطاب حجاجي، وقابل " للمراجعة والتقويم والإبداع وارتقاء الأداء"^{١٥}.

إنّ اللغة الدعوية تختلف عن غيرها من اللغات، وتتميّز بجملة من المميّزات والخصائص، فهي لغة مؤثرة ذات طابع جمالي، تتضافر فيها إيجاءات وانزياحات لغوية وبلاغية قصد التأثير في المدعو وإقناعه بالرسالة الموجهة إليه، لذلك تختلف اختلافاً كبيراً عن اللغة العادية أو اللغة الخالية من الجمالية الأدبية والبلاغية، فإذا أمعنا النظر إلى آية " ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن"^{١٦} نجد صريحاً دور اللغة وسلطانها في خلق جو مناسب وملائم للدعوة، ودور الداعي في استعمال لغة تتسم بالحكمة، بمعنى اختيار كلمات وألفاظ وأساليب لغوية تناسب عظمة الرسالة وتناسب حال المدعو، فليس من الحكمة مخاطبة المتلقي بلغة لا تناسبه، وكذلك الموعظة الحسنة لا تؤتي أكلها إلا إذا كانت بلغة مشحونة بإيجاءات دلالية وجمالية يراعى فيها حال المتلقي ومكانته، كما يجب أن تكون الموعظة الحسنة في وقت ومكان مناسبين مراعاة للمقامية أو الموقفية، وهاتان السمتان من آليات التماسك النصي في الخطاب اللغوي، أمّا المجادلة الحسنة فلا يمكن إدارتها إلا بلغة جمالية مشحونة بشحنات دلالية وبلاغية، وكل هذه السمات (الحكمة والموعظة والمجادلة) يمكن أن تكون ضمن خطاب لغوي مشحون بأسمى الكلمات والتراكيب والدلالات، بمرعاة السياق والمقام وما يتعلق بهما، وخلق أرضية تسودها مصالح مشتركة بين المتكلم والمتلقي، لأنّ الحكمة تقتضي مراعاة السياق والموقف المحيط بالخطاب والمخاطب والمخاطب، والموعظة الحسنة تقتضي انتقاءات هادفة للكلمات والألفاظ والتراكيب اللغوية المشحونة بإيجاءات بلاغية، والمجادلة تقتضي خلق موقف يسوده الاحترام وتقبل الآخر وذلك بسلطة لغوية تستوجب ذلك الموقف.

إذن، الداعي بما أنّ رسالته للدعوة هي القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة الصحيحة لذلك لا بدّ أن يلجأ إلى وسيلة سامية أيضاً، لأنّ الأهداف السامية لا تأتي إلا بوسائل سامية، والوسيلة المناسبة لنجاح أي خطاب



تكون مرهونة بأسلوب المخاطب ولغته، ومن هنا تظهر أهمية اللغة وسلطانها التأثيرية في الخطاب بشكل عام وفي الخطاب الدعوي خاصة. ، وفشل المخاطب والرسالة مرهون بأسلوبه ولغته في الخطاب، والخطاب لابد أن يكون نصًا متسقًا ومتناسكًا مستوعبًا لجميع معايير وآليات النص المتناسك، والنص "شبكة من العلاقات التي تنتظم فيما بينها استنادًا إلى قوانين بنيوية خاصة يعدّ التعرف عليها مطلبًا رئيسًا لتحديد المعنى"^{١٧}، أو هو "حدث تواصلي يلزم لكونه نصًا أن تتوفر له سبعة معايير مجتمعة هي: الربط النحوي، والتناسك الدلالي، والقصدية، والمقبولية، والإخبارية، والمقامية، والتناسك"^{١٨}.

والإنسان بطبعه ميّال إلى استجابة تلقي خطاب متّسم بلغة سلسلة ذات جمالية يراعى فيها حالته النفسية والثقافية، ويأبى اللغة السوقية الحوشية التي لا تتسم بالحكمة ولا تراعي أوضاعه، وهذا يبيّن لنا الجانب التدوقي للغة عند الإنسان كما يبيّن لنا سلطة اللغة في خلق موقف مناسب، وما البلاغة إلا كلام مناسب لمقتضى الحال، فمتى ما كان الخطاب ذو لغة محكمة جميلة كان التلقي له أفضل، لأن كلا الطرفين (المخاطب والمخاطب) يميلان للتذوق السليم واللغة الجميلة، يقول العالم اللغوي (سبنسر): "إن لدى القارئ أو المستمع في أي لحظة من اللحظات طاقة ذهنية محدودة يمكن استغلالها لتعرف تغيير الرموز المعروضة عليه، والتي تتطلب جزءاً أكبر من المقدرة، والجزء الباقي يمكن تخصيصه للفكرة ذاتها، أما الطاقة الذهنية الأقل حيوية فهي لفهم هذه الفكرة"^{١٩}.

المطلب الثاني: الخطاب الدعوي في القرآن الكريم والأحاديث النبوية

إنّ الخطاب الدعوي يعتمد اعتماداً كبيراً على الحجة والدليل والبرهان، لأنّه يرمي إلى التأثير والإقناع، والإقناع عملية تواصلية لها أدواتها وآلياتها البيانية الفاعلة، ومن أهمّ آليات الإقناع هو الحجاج، والحجاج "حاصل نصّي عن توليف بين مكوّنات مختلفة تتعلّق بمقام ذي هدف إقناعي"^{٢٠}، وقيل إنّ "استراتيجية تعتمد للتأثير في المتلقّي من خلال إيصال رأي (ما) له، ومحاولة إقناعه أو زيادة تسليمه وإذعانه بذلك الرأي من تقنيّات وميكانيزمات مخصوصة ذات مرجعية بلاغية، أو لغوية، أو فلسفية أو جمالية، بتوظيف كلّ العلاقات التي يتكوّن منها النص الخطابي، للوصول بالمتلقّي إلى دائرة الإفهام عن طريق التفاعل والتواصل في بنية الخطاب

بين المتكلم والمتلقي^{١١}، والهدف من الحجاج أو المحاججة بين المخاطب والمتلقي هو الإقناع بقضية أو رسالة موجه ما قصد التسليم أو الإذعان أو التأييد والمناصرة^{١٢}.

وقد عدّ الحجاج من النظريات اللغوية التي قام بتأسيسها اللغوي الفرنسي إزفالد ديكرود سنة ١٩٧٣م، وقد استفاد ديكرود من أفكار أوستين وسييرل، وجعل الأفعال الكلامية منطلقاً لغوياً لهذه النظرية، والأفعال الكلامية التي هي موضوع التداولية تؤدي "دوراً حجاجياً من خلال اقترانها بالإثبات والإنجاز"^{١٣}.

ومن خلال ما تقدّم من حديث عن علاقة الخطاب والخطاب الدعوي بالحجاج نريد أن نصل إلى نتيجة مفادها: أنّ الخطاب الدعوي خطاب حجاجي، والحجاج بحث لغوي وموضوع من موضوعات التداولية، لذلك لا يمكن للخطاب الدعوي النجاح إلا بالرجوع إلى المنظومة اللغوية التي تكون خطاباً متسقاً ومنسجماً مع حال المتلقي والظروف المحيطة بالخطاب.

وإذا ما بحثنا عن الحجة أو الحجاج في المرجعية الخطابية لدى الداعي والتي هي النصوص القرآنية والأحاديث النبوية وأقوال الصحابة الكرام وأفعالهم، فنجد كما وكيفاً من النصوص الحجاجية التي تتخذ اللغة منطلقاً للإقناع والتأثير في المتلقي، وقبل أن نعرض بعضاً من هذه النصوص نبدأ بقوله تعالى: "أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ"^{١٤}، ويعقب صاحب التحرير والتنوير على هذه الآية ويبيّن المقصد من كلمة (حاجّ) بقوله "ومعنى (حاجّ) خاصم، وهو فعلٌ جاء على زنة المفاعلة، ولا يُعرف لـ (حاجّ) في الاستعمال فعلٌ مجردٌ دالٌّ على وقوع الخصام ولا تُعرف المادّة التي اشتقّ منها، ومن العجيب أنّ الحجة في كلام العرب البرهان المصدّق للدعوى مع أنّ (حاجّ) لا يُستعمل غالباً إلا في معنى الخاصمة"^{١٥}، وتبنى الخاصمة عادة على الحجة والبرهان، لذلك نجد في الآية كيف أنّ إبراهيم يقدّم حججه ويخاصم خصمه عندما يطلب منه أن يأتي بالشمس من المغرب، ونجد روعة الحجاج في القرآن الكريم وهدوء الاستدلال والحوار اللطيف بين المتخاصمين، فالحجاج اللغوي في القرآن الكريم يعلم الداعي أسلوب الحوار الهادي الإيجابي، كما يبيّن خطاباً دعوياً مثمراً.



وإذا أمعنا النظر نجد كمًا كثيرًا من الآيات والنصوص القرآنية تؤكد على أهمية تقديم الحجة في المخاصمة والمناظرة عند المحادثة مع الخصم، ويجدر بنا ونحن نتحدث عن الخطاب الحجاجي ودور اللغة وسلطانها في تكوين هذا الحجاج أن نستشهد ببعض الآيات، كي نبرهن على أهمية الحجاج في الخطاب الدعوي عند الداعي، كما نستشهد بأحاديث نبوية شريفة لرسم هذا المعلم الدعوي.

فمن النماذج القرآنية؛ قصة موسى وهارون (عليهما السلام) مع فرعون، عندما كلف الله موسى بمهمة التبليغ والمحاورة مع فرعون في مسألة الإيمان بالله ودعوته إلى الطريق القويم، وجد موسى عليه السلام صعوبة في الإبلاغ لوجود مشكلة لسانه ما سبب إشكالاً في قدرته على الإفصاح والبيان، لذلك نجد من خطاب موسى محاورة حجاجية مع الله سبحانه وتعالى كي يرسل إلى هارون أيضًا لأنه كان أفصح منه لسانًا، فيسجل لنا سبحانه وتعالى هذه المحاورة في قوله:

﴿قَالَ رَبِّ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ وَيَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسِلْ إِلَى هَارُونَ وَهُمْ عَلَيَّ ذَنْبٌ فَأَخَافُ أَنْ يَقْتُلُونِ قَالَ كَلَّا فَادْهَبَا بِآيَاتِنَا إِنَّا مَعَكُمْ مُسْتَمِعُونَ﴾ (الشعراء: ١٢-١٥)، وفي موضع آخر قال موسى ﴿قَالَ رَبِّ إِنِّي قَتَلْتُ مِنْهُمْ نَفْسًا فَأَخَافُ أَنْ يَقْتُلُونِ وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ﴾ (القصص: ٣٣-٣٤)، وجاء في موضع آخر ﴿ادْهَبْ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي وَاجْعَلْ لِي وَزِيرًا مِنْ أَهْلِ هَارُونَ أَخِي﴾ (طه: ٢٤-٣٠).

وإذا أمعنا النظر في هذه الآيات نجد كمًا من الحجج والأدلة، إذ تضافرت كلها في تكوين خطاب دعوي حجاجي، مبني على براهين منطقية سليمة، وتهدف هذه المحاورات الحجاجية إلى تعليم الدعاة فن المخاطبة والمحاورة وتكوين خطاب لغوي حجاجي مؤثر ومقنع.

أمّا عن لغة الرسول (عليه الصلاة والسلام) وإمكانيتها في التأثير على المتلقي فنجد أنها لغة سليمة بعيدة عن التكلف والمفردات الحوشية، مشحونة بالفنون البلاغية، مراعيًا فيها حال المخاطبين ومكانتهم الاجتماعية، وكلّ ذلك بقصد إحداث تأثير في قلوب المخاطبين وإقناعهم بالرسالة المنشودة، لذلك نجد في لغة الرسول



حجاجاً وبراهين تهدف إلى الإقناع والإذعان، وهذا الأمر يشكّل خطاباً دعوياً حجاجياً ممّا يؤدي التأثير والإقناع، وذلك بفضل ما للغة من إمكانيّة وسلطة في خلق خطاب دعوي متماسك ومتّسق.

والأمثلة على هذا النوع من خطابات الرسول (صلى الله عليه وسلّم) كثيرة جدّاً، ولعل تلك الرسائل التي أرسلها إلى ملوك الروم وبلاد فارس والنجاشي وغيرهم، حينما دعاهم إلى الإسلام، تقترب من هذا الخطاب الدعوي الذي نرى فيها سلطة اللغة ودورها في تناول تلك الرسائل الموجهة، إذ تتميز لغة هذه الرسائل بالبساطة، والفصاحة والدبلوماسية، مراعيّاً فيها السياق وأحوال المخاطبين، فلجأ الحبيب إلى استعمال أساليب تعبيرية متغايرة لكي تناسب الحثيات والاعتبارات الاجتماعية والشخصية عند مخاطبة هرقل والنجاشي وكسرى، ثمّ وجههم خطاباً موحّداً في المضمون.

ويكفي أن نختار رسالته عليه الصلاة والسلام إلى هرقل ملك الروم:

" بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، مِنْ مُحَمَّدٍ عَبْدِ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى هِرَقْلَ عَظِيمِ الرُّومِ، سَلَامٌ عَلَى مَنْ اتَّبَعَ الْهُدَى، أَمَّا بَعْدُ ؛ فَإِنِّي أَدْعُوكَ بِدَعَايَةِ الْإِسْلَامِ، أَسْلِمَ تَسْلَمَ يُؤْتِكَ اللَّهُ أَجْرَكَ مَرَّتَيْنِ، فَإِنْ تَوَلَّيْتَ فَإِنَّ عَلَيْكَ إِثْمَ الْأَرِيسِيِّينَ (أي أتباعه ورعاياه الذين يتابعونه على الكفر) . وَ﴿يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ﴾ (آل عمران: ٦٤)"^{١١}.

وإذا أمعنا النظر في هذه الرسالة القصيرة وجدنا فيها خطاباً دعوياً، إذ بدأت الرسالة بسم الله الموصوف بالرحمن والرحيم، واختيار صيغتي (فعلان وفعليل) للتعبير عن رحمة الله وشفقته بعباده يوافق السياق والمقام، فهما قريبتان سياقيتان لفظيتان، جاءتا لتحريك مشاعر هرقل عظيم الروم، وتعريفه بأن الله الذي أدعوك إليه يتحلّى بهذه الصفات، وهذا الخطاب فيه ترغيب وتشويق، وبعد تعريف الله سبحانه وتعالى، يعرف حبيبنا المصطفى نفسه (محمد عبدالله) ثمّ يبيّن له مهمّته بأنّه (رسول الله) ومكلّف بالدعوة إلى الله، ثمّ يعظّم من شأن هرقل ومنزلته بصيغة تليق به (عظيم الروم)، وهذه البلاغة عينها، لأنّ اقتضاء الحال حدّد مسار الكلام وطابق السياق، وكلّ ذلك لمسات لغويّة بيانيّة من عند الرسول عليه الصلاة والسلام، تشكّل هيكلها الخطابي نتيجة

آليات لغوية أدت إلى اتساقه وتماسكه، وفي نهاية المطاف برزت عبقرية اللغة وسلطتها في إنتاج خطاب دعوي مؤثر ومقنع.

ثم يتحوّل الخطاب إلى بيان المقصود من الرسالة (فإني أدعوك بدعاية الإسلام)، والمقصدية معيار من المعايير النصية التي تتحقّق بها نصية النص وتماسكه، كما أنّ هذا النص ينفي الغرض الشخصي والسلطوي ويوجّه المتلقّي إلى المسار الصحيح وهو الإسلام، ثم يبدأ الخطاب تدريجيّاً نحو تقنين المطالب التي تحملها الرسالة (أسلم تسلم)، وفيها ترغيب لهرقل بأنّه يسلم من الشرك ومن ضنك الحياة وعذاب الآخرة، وتحمل أيضاً رسالة أخرى وهي تذكير هرقل بالمسؤولية التي يحملها تجاه شعبه، لأنّ في إسلامه نجاة له ولشعبه في الدنيا والآخرة، وبمفهوم المخالفة نجد ترهيباً في الرسالة، لأنّ إثبات الحكم بقيد وصفي أو شرطي، ينتفي بانعدام تلك القيود، ومعنى ذلك (إن لم تسلم لا تسلم)، وفي ذلك ترهيب وتهديد إن صحّ التعبير، ويستمر الرسول الأكرم بترغيب هرقل وتشجيعه لإقناعه برسالته السماوية بقوله (يؤتلك الله أجرك مرّتين)، كما أنّ الإعراض يجعلك آثمًا، مرة عن نفسك ومرة عن شعبك.

ثمّ ختم الرسول رسالته بهذه الآية الكريمة (قل يا أهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا) واختيار هذه الآية موافق بالظروف المحيطة بالسياق، فجاءت لتوثيق العلاقة الإنسانية بين المسلمين وأهل الكتاب والديانات السماوية الأخرى، قصد التقارب وخلق أرضية مشتركة بين الجميع.

ومما سبق من تحليل لهذه الرسالة تبين لنا أنّ اللغة سلطة قائمة ودورًا بارزًا في إنتاج الخطاب، أيًا كان الخطاب، لا سيّما في الخطاب الدعوي، لأنّ هذا النوع من الخطاب يقوم على التأثير في المتلقّي بغرض الوصول إلى الإقناع والاقناع، لذلك على المخاطب أن يكون لغويّاً وبلاغياً في اختيار الصيغ والتراكيب والدلالات لإنتاج حدث تواصلية تتوفر فيه المعايير النصية المؤدية إلى تشكيل خطاب دعوي مؤثر ومقنع.

نتائج البحث

توصل البحث إلى جملة من النتائج نبرز منها:

- إنَّ عبقرية اللغة تأتي من تلك القدرة اللغوية اللا متناهية التي تعطي للغة حياة دائمة ونموًا مستمرًا وبناءً متكاملًا، فلولاها لما وجدت اللغة الإيحائية المؤثرة في المخاطب والمخاطب، قصد إنتاج نصوص وخطابات متماسكة ومتسقة ترمي إلى الإقناع والاقتران.
- إنَّ اللغة تستمد سلطتها ودورها البارز الريادي في إنتاج النص والخطاب من تلك القدرة أو الكفاية اللغوية المبرجة والمخزونة بصورتها التجريدية في أذهان المخاطب والمخاطب، وذلك بدءًا بإنتاج المعاني والأفكار المقولبة بقوالب لغوية ومروًا بإجراء انزياحات يستدعيها الموقف المحيط بالخطاب.
- إنَّ اللغة وبجميع مستوياتها تكون الخطاب، وعلى هذا فالخطاب كتلة مهيكلية من اللغة، بدءًا بالصوت ومروًا بالأبنية والتركيب وانتهاء ببناء خطاب مفهوم وهادف.
- إنَّ الخطاب الدعوي يتسم بطابع تواصلٍ تأثيري بين الأطراف المعنية بالدعوة، وعلى هذا تأخذ اللغة دورها الرئيس في انتقاء الأبنية والتركيب ثم الاستعانة بالفنون البلاغية لتكوين خطاب مؤثر يرمي إلى الإقناع.
- إنَّ الخطاب الدعوي خطاب حجاجي، من منطلق أنَّ الداعي يستعين بالحجة والدليل لإثبات ما يراه مناسبًا لتسهيل عملية الدعوة وإنجاحها، لأنَّ الحجاج مطلب أساسي في عملية الإقناع والاقتران.
- إنَّ القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة يرسمان للداعي معالم دعوية متكاملة، وإذا أخذ هذه النماذج والمعلم الدعوية بعين الاعتبار نجد دور اللغة وسلطانها الإقناعية في تصوير تلك المشاهد الدعوية.

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

- ١- الاتساق في تماسك النص سورة يوسف مثالا: د. محمود الهواوشه، ط ١، دار الرقيم، الأردن ٢٠١٧م.
- ٢- تحليل النص دراسة الروابط النصية في ضوء علم اللغة النصي: د. محمود عكاشة، ط ١، مكتبة الرشد، ٢٠١٤م.

- ٣- تداولية سياق الحال في الفعل الكلامي دراسة تحليلية تطبيقية، د. سامية بن يامنة، ط١، دار كنوز المعرفة، عمان ٢٠١٩م.
- ٤- الحجاج بين النظرية والأسلوب: باتريك شارودو، ترجمة د. أحمد الوديني، ط١، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت ٢٠٠٩م.
- ٥- الحجاج في النص القرآني سور الحواميم أنموذجا؛ هاني يوسف أبو غليون، رسالة دكتوراه، جامعة مؤتة ٢٠١٨م.
- ٦- الخصائص: ابن جني، أبو الفتح عثمان، تحقيق: د. عبد الحميد هندواي، ط٢، دار الكتب العلمية، بيروت ٢٠٠٣م.
- ٧- الخطاب والحجاج: دكتور أبو بكر العزاوي، ط١، مؤسسة الرحاب الحديثة، بيروت ٢٠١٠م.
- ٨- الدلالة السياقية عند اللغويين؛ د. عواطف كنوش المصطفى، ط١، دار السياب للطباعة والنشر والتوزيع، لندن ٢٠٠٧م.
- ٩- صحيح مسلم، ط١، دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت ٢٠٠٥م، باب كتاب النبي إلى هرقل، رقم الحديث ١٧٧٣.
- ١٠- علم لغة النص النظرية والتطبيق: د. عزة شبل، د. ط، مكتبة الآداب، القاهرة ٢٠١٨م.
- ١١- في لسانيات النص وتحليل الخطاب نحو قراءة لسانية في البناء النصي للقرآن، د. عبد الرحمن بودرع، جامعة الملك سعود ٢٠١٣م.
- ١٢- في نظرية الحجاج دراسات وتطبيقات: د. عبدالله صولة، ط١، مسكيلياني للنشر والتوزيع، تونس ٢٠١١م.
- ١٣- قضايا الخطاب في الفكر اللساني والسميائي؛ د. عبد السلام إسماعيلي علوي، ط١، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن ٢٠١٩م.
- ١٤- لسان العرب: لابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الأفريقي المصري، ط٣، بيروت، د. ت.
- ١٥- لسانيات الخطاب مباحث في التأسيس والإجراء، د. نعمان بوقرة، ط١، دار الكتب العلمية، بيروت ٢٠١٢م.
- ١٦- لغة الخطاب الدعوي: د. بشير عبدالله المساري، بحث منشور في مجلة كتاب الأمة، العدد ١٤٣٢، قطر ١٤٣٢ هـ.
- ١٧- مبادئ تحليل الخطاب في التراث البلاغي العربي من خلال شروح التلخيص: د. محمود طلحة، ط١، دار كنوز المعرفة، عمان ٢٠١٩م.
- ١٨- محاضرات في نحو النص: د. محمد ياسين الشكري، ط١، دار أمل الجديدة، دمشق ٢٠١٧م.
- ١٩- المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب: د. نعمان بوقرة، ط١، عالم الكتب الحديث، الأردن ٢٠٠٩م.
- ٢٠- المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب: دومينيك مانغونو، ترجمة محمد يحياطين، ط١، الدار العربية للعلوم، الجزائر ٢٠٠٨م.
- ٢١- معجم العين: الفراهيدي، لأبي عبد الرحمن بن أحمد، تحقيق: مهدي المخزومي، إبراهيم السامرائي، ط١، منشورات مؤسسات الأعلى للمطبوعات، بيروت ١٩٨٨م.
- ٢٢- المعجم الوسيط، مجموعة من الباحثين، د. ط، دار الدعوة، استنبول - تركيا، د. ت.
- ٢٣- معجم مقاييس اللغة: لابن فارس، أبو الحسين أحمد، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، د. ط، دار الفكر للطباعة والنشر، دمشق ١٩٧٩م.
- ٢٤- مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب: د. محمد محمد يونس علي، ط١، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت ٢٠٠٤م.
- ٢٥- المناهج في ترتيب الحجاج: الباجي أبو الوليد، تج: عبد المجيد تركي، ط٣، دار الغريب الإسلامي، بيروت ٢٠٠٠م.
- ٢٦- نسيج النص بحث فيما يكون به الملفوظ نصاً: الأزهر الزناد، ط١، المركز الثقافي العربي، بيروت ١٩٩٣م.
- ٢٧- النص والسياق استقصاء البحث في الخطاب الدلالي والتداولي: فان دايك، ترجمة: عبد القادر قنيني، د. ط، أفريقيا الشرق، المغرب ٢٠٠٠م.

الهوامش

- ١ / الخصائص: ٨٧ / ١
- ٢ / علم اللغة العام لدي سوسير، ترجمة يوثيل: ٢٧
- ٣ / العين للفراهيدي: ١ / ١٧٠.
- ٤ / لسان العرب لابن منظور: ٨ / ٢٩٧-٢٩٨
- ٥ / المعجم الوسيط: ٢ / ٧٦٣.
- ٦ / ينظر: نسيج النص (الزناد): ١٤.
- ٧ / قوة التأثير: ١٧
- ٨ / قوة التأثير: ١٧
- ٩ / الدلالة السياقية عند اللغويين: ٥٣
- ١٠ / تداولية سياق الحال: ٢٣، وينظر: المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب: ١٠٠-١٠١، النص والسياق (فان دايك): ٢٥٥.
- ١١ / العين للفراهيدي: ٤ / ٢٢٢.
- ١٢ / لسان العرب لابن منظور: ٣ / ١٥٠
- ١٣ / تحليل النص (عكاشة): ١٣، وينظر: مبادئ تحليل الخطاب: ١٥-٢٠، علم لغة النص (شبل): ٥١
- ١٤ / ينظر: الخطاب والحجاج (الغزاوي): ٢٨
- ١٥ / لغة الخطاب الدعوي: ٢٠.
- ١٦ / النحل: ١٢٥.
- ١٧ / قضايا الخطاب، علوي: ٨، وينظر: نسيج النص للأزهر الزناد: ١٢، في مفهوم النص ومعايير نصية القرآن الكريم: ٦، والمصطلحات الأساسية في لسانيات النص: ٤٢، في لسانيات النص وتحليل الخطاب: ١٦.
- ١٨ / مدخل إلى علم لغة النص: إلهام أبو غزالة وعلي خليل: ١١-١٢، وينظر: محاضرات في نحو النص: ١٣، الاتساق في تماسك النص: ٥٨.
- ١٩ / علم الإعلام اللغوي: ٨٩.
- ٢٠ / الحجاج بين النظرية والأسلوب: ١٦، وينظر: المناهج في ترتيب الحجاج: ٨.
- ٢١ / الحجاج في النص القرآني (أبو غليون): ١١، وينظر: في نظرية الحجاج (صولة): ١٣-١٤.
- ٢٢ / ينظر: الخطاب والحجاج (الغزاوي): ١٨-١٩، لسانيات الخطاب (بوقرة): ١٢٩-١٣١.
- ٢٣ / قضايا الخطاب: ٣٦١، وينظر: مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب: ٣٤-٣٥.
- ٢٤ / البقرة: ٢٥٨.
- ٢٥ / التحرير والتنوير لابن عاشور: ٣ / ٣٢.

٢٦ / صحيح مسلم: ٨٤٠-٨٤١، رقم الحديث ١٧٧٣.