

## أدوات الإقناع العقلي والعاطفي

### (خطبة عبد الله بن يحيى زعيم الإباضية لما استولى على اليمن أنموذجاً)

د. محمد إسماعيل بصل<sup>1</sup>

د. عدنان محمد أحمد<sup>2</sup>

اكسم احمد فياض<sup>3</sup>

(تاريخ الإيداع 2 / 5 / 2017. قبل للنشر في 20 / 11 / 2017)

#### □ ملخص □

يقدمُ البحثُ محاولةً لدراسة تقنيّات الخطابِ وآلياته الحجاجيّة التي من شأنها أن تؤدي إلى إقناع المتلقّي وقبول ما يعرض عليه من أفكار والتسليم بها، وتطبيقها على نصّ تاريخيٍّ، هو: "خطبة عبد الله بن يحيى زعيم الإباضية لما استولى على اليمن"، وقد حاول البحثُ وضعَ مقارنةٍ توضّح جانبي المقولة: النظريّ، والتطبيقيّ، والآليات التي تُوظفُ في الإقناع.

يبدأ الخطيب باستمالات عاطفيّة تنطلق من معطيات قبليّة يتوافقُ عليها المرسل، والمتلقّي، يستقيها من مبادئ العقيدة الإسلاميّة التي تثير الخشوع والرهبّة عند المتلقّي المسلم، بوصفها حججاً جاهزة، ثم يعرض حججاً عاطفيّةً وعقليّةً تتوخّى استدراج المتلقّي، وإشعاره بتلاشي الفوارق الطبقيّة مع المرسل، وذلك في إستراتيجيّات توجيهيّة مكنته من التأثير في المتلقّي، وتمرير مقاصده وأغراضه، عبّر بعضُ معطيات اللسانيّات التداوليّة القائمة على الحجاج، والأفعال الكلاميّة والأساليب التعبيريّة البليغة الموظفة في سياق الإقناع.

ولعلّ التداوليّة تكون أمثلاً للقراءات في مقارنة خطبة عبد الله بن يحيى، وتحليلها وكشف أدوات الإقناع فيها، بوصفه علماً يدرس اللغة في سياق الاستعمال.

الكلمات المفتاحية: الإقناع، الخطابة، الحجاج، التداوليّة.

<sup>1</sup> أستاذ علم اللغة واللسانيّات في قسم اللغة العربيّة من كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

<sup>2</sup> أستاذ أدب صدر الإسلام في قسم اللغة العربيّة من كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

<sup>3</sup> طالب دكتوراه في قسم اللغة العربيّة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

## **Mental and Emotional Persuasion Tools** **(the speech of Abullah Ibn Yehia, Head of Ibadyyeh when ruling Yemen)**

**Dr. Mohammad Esmael Basal\***  
**Dr. Adnan Mohammad Ahmd\*\***  
**Aksam Ahmd Fayad \*\*\***

**(Received 2 / 5 / 2017. Accepted 20 / 11 / 2017)**

### **□ ABSTRACT □**

The research presents is an attempt to study the Techniques and tactics of speech which convince the receiver of its notions and ideas so that he takes them for granted then it applies them to a historical text which is "the speech of Abullah Ibn Yehia, Head of Ibadyyeh when ruling Yemen". the research also attempts to make a compromise clarifying both sides of the saying : the theoretical and the practical alongside the tacticse utilized in persuasion.

The orator\ speaker begins with emotional usages emanated from tribal thoughts that both the receiver and the sender embrace taking them from Islamic law principles which evoke fear in the Muslim receiver as they are ready-made arguments. Then they display emotional mental ones that refrain from grabbing the attention of the receiver but make him aware of the disappearance of classes' differences with the sender. This happens in instructional strategies that enabled him to have an impact upon the receiver knowing his intentions and aim via some data of pragmatic linguistics which rely on argumentation, verbal acts and subtle expressionistic styles deployed in this same context.

This pragmatic might be the best when it comes to studying his speech, analyzing it, then unraveling its tools of persuasion taking into account that is a science that studies language in context.

**Keywords:** Persuasion, Argumentation , Speech, Pragmatic.

---

\*Professor of language and linguistics, at Department of Arabic in Faculty of Arts and Humanities ,Tishreen University, Lattakia, Syria.

\*\*Professor of Earlier Islamic Literature, at Department of Arabic in Faculty of Arts and Humanities ,Tishreen University, Lattakia, Syria.

\*\*\*Postgraduate student, at Department of Arabic in Faculty of Arts and Humanities, Tishreen University, Lattakia, Syria.

**مقدمة:**

تقدّم اللغة في استخداماتها المتنوّعة مادّةً ثريّةً للبحث في مستوياته كافّة، ولا سيّما الدراسات اللسانية الحديثة التي تعدّ اللغة مادة لها، ومخبرها الأكثر قدرة على استخلاص النتائج الدقيقة، ومن بين الاستخدامات اللغوية التي أغرت المشتغلين باللسانيات اللغوة بوصفها أداة للتواصل بين جماعة البشر، أو القيمة التواصلية للغة، وهي المزية التي اختصّ بها الإنسان العاقل عن سواه من الكائنات. وتتحدّد قيمة التواصل الإنساني بمقدار ما يؤدّي الغرض التواصليّ والإفهاميّ، ولكي يتمّ هذا الغرض، من الواجب أن تكون اللغة المستخدمة فيه مؤثّرةً أو مقنعة، وإنّ خاصيتي الإقناع والتأثير من الخصائص الأساسيّة في التواصل، فاللغة في سياق الرسالة يجب أن تكون مؤثّرة؛ بمعنى أن تستند إلى النزعة العاطفيّة عند المرسل إليه، وتؤثّر فيه انطلاقاً من قدرتها على إثارة العواطف والمشاعر، أو أن تكون مُقنعة؛ أي تكون لغة الرسالة مستندة إلى النزعة العقليّة عند المخاطب "المرسل إليه"، فتحاكي قدرته العقليّة على تلقّي الرسائل الموجّهة إليه.

هذا التّقديم لمفهوم اللغة والتواصل والقدرة على الإقناع يؤسّس للفكرة الأصل في بحثنا، وهي صناعة الإقناع بين العقل والعاطفة، فهذه الصناعة اعتمدت على القيمة التأثيريّة للغة، أو قدرة اللغة الإقناعيّة، وهنا نتذكّر أنّ (الاستعمال الإقناعيّ للغة ليس شيئاً مضافاً إلى اللغة، بل إنه موجود في نظامها الداخلي)<sup>1</sup>، فما الإقناع؟

**الإقناع لغة واصطلاحاً:**

**لغة:** جاء في لسان العرب مادة قنع<sup>2</sup>: هو الرضا بالشيء، نقول: قنع بنفسه قنعاً وقناعة رضي، والقناعة بالفتح الرضا بالقسم، قال لبيد: "فمنهم سعيدٌ أخذٌ بنصيبه ومنهم شقيٌّ بالمعيشة قانع". وقد قنع، بالكسر، يقنع قناعةً، فهو قنع وقنوع؛ قال ابن بري: يقال قنع، فهو قانع وقنع وقنيع وقنوع أي رضي وقال بعض أهل العلم: إن القنوع يكون بمعنى الرضا، والقانع بمعنى الراضي، قال: وهو من الأضداد؛ وقد قنع، بالكسر، يقنع قنوعاً وقناعة إذا رضي، وقنع، بالفتح، يقنع قنوعاً إذا سأل، والمقنع، بفتح الميم: العدل من اليهود؛ يقال: فلان شاهد مقنع أي رضا يقنع به... والإقناع رفع الرأس والنظر في ذلّ وخشوع. ويرى ابن فارس في معجم مقاييس اللغة أنّ الثلاثي "قنع" يدلّ على الإقبال على الشيء وهو الإقناع<sup>3</sup>، وأقنعه الشيء أي أرضاه<sup>4</sup>. وهذا المعنى الأقرب إلى موضوع البحث، وهو استخدامه في التأثير في الآخر.

**الإقناع اصطلاحاً:** تعددت مفهومات الإقناع الاصطلاحية من منظور علم الاتصال، فيعرّف "ولبر شرام" و"دونالد روبرت" الإقناع بأنه (عملية اتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي إلى إعادة تقييم "reapprisse إدراكه لمحيطه، أو إعادة النظر في حاجاته وطرق التقائها أو علاقاته الاجتماعية أو معتقداته أو اتجاهاته)<sup>5</sup>، كما يعرّف أنّه (استخدام الكلمة المنطوقة والمكتوبة والإشارات ولغة الجسم والحجّة والمنطق للتأثير على اعتقادات وسلوك المستقبلين)<sup>6</sup>، وهذا يعني أنّه يدرس رغبات المتلقي ويحاول إشباع حاجاته وتحققها، والتأثير في سلوكه ضمن مقاصد

1 - يوسف عبقرى، *الإقناع والمغالطة*، مجلة دراسات أدبية، ع 5 س 3، 1986، ص 47.

2 - ينظر: أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، *لسان العرب*، ج 8، ص 297، مادة "قنع".

3 - ينظر: أبو الحسين أحمد ابن فارس بن زكريا، *مقاييس اللغة*، مادة "قنع".

4 - ينظر: مجد الدين محمد يعقوب الفيروز أبادي، *القاموس المحيط*، مادة "قنع". وينظر: *مختار الصحاح*، مادة "قنع".

5 - جيهان أحمد رشتي، *الأسس العلمية لنظرية الإعلام*، ص 171.

6 - إبراهيم عرقوب، *الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي*، ص 263.

وأهداف منتج الخطاب، يشير التعريفان السابقان إلى ارتباط مفهوم الإقناع بمفهوم التأثير من خلال سعيه إلى تغيير السلوك والاعتقاد والآراء، أو على الأقل تعديلها أو ترسيخ قيم وأفكار جديدة للوصول إلى نتيجة يتحقق بها الاقتناع والتأثر بمضمون الخطاب، ولذلك يرتبط التأثير بالإقناع والتأثر بالاقتناع<sup>1</sup>، وتجدر الإشارة إلى ( أن تحقيق الاقتناع Convicatin الذي هو غاية الحجاج يقع في منطقة وسطى بين الاستدلال La demonstration والإقناع La persuasion)<sup>2</sup>، ويعدُّ الإقناع من مقومات الاتصال اللغويِّ الهامَّة، ويتطلَّب من أطراف الاتصال التدرُّب على فنون القول والخطابة، وإيراد الحجج والبراهين والأدلة اللغويَّة والإشاريَّة لممارسة فنِّ الإقناع للوصول إلى مرحلة الاقتناع عند المتلقِّي، ويؤكد ذلك أوستين فريلي "Austin Freely" مبيناً أنَّ الإقناع والحجاج جزءان من عمليَّة واحدة، ولا اختلاف بينهما إلا في التوكيد<sup>3</sup>، ولذلك كان اهتمام المنظرين الأوائل كبيراً بالإقناع، فكيف عبَّروا عنه بدءاً من اليونان إلى العرب؟.

### الإقناع الخطابي وفق رؤية بعض المنظرين في الدرسين "الغربي والعربي" القديمين:

غريباً: كان أرسطو المنظر الأوَّل الذي عُنِيَ بفنِّ البلاغة في كتابه الخطابة، وبخاصَّة ما يتعلَّق بموضوع الخطبة نفسها في موضوعها وأسلوبها، ودعا إلى ضرورة ترتيب أجزائها، فقسمها إلى<sup>4</sup>: (الاستهلال: وهو بدء الكلام وكلُّ وكُلُّ الخطباء يلتزمون به، ثمَّ العرض، ثمَّ الدليل، وفي النهاية الخاتمة). وتتحدَّد الخطابة عنده بمهمَّة الإقناع التي تضطلع بها، فقد عرَّفها بأنها (قوَّة تتكلَّف الإقناع الممكن في واحد من الأمور المفردة)<sup>5</sup>، فهي اتِّصال اجتماعيِّ لسانيُّ يُراد به توصيل فكرة إلى المخاطب وإقناعه بها بطريقة يُراعى فيها مبدأ التعاون، ومنه استمدَّ معظم اللسانيين تطويرهم للمفاهيم اللغويَّة حول الخطابة، وعليه فإنَّ (الإقناع مركزيُّ في الخطابة وهو يركب لذلك آليات عديدة تبحث في بناء أحكام حول القضايا المختلف فيها)<sup>6</sup>، وكان يرى أنَّ هدف "الخطابة" هو الإقناع، وقد يكون بالمحتملات المظنونة والآراء الخاصة التي تحملها الحجج والبراهين والأقيسة والأساليب البلاغية المتنوعة التي تؤثر في المتلقي على المستويين الوجداني والعقلي.

أمَّا العرب القدماء: فيعرِّف أبو هلال العسكري<sup>7</sup> "البلاغة بأنَّها (كلُّ ما تبلغ به المعنى قلب السامع لتمكنه من نفسه لتمكنه في نفسه مع صورة مقبولة ومعرض حسن، وإنما جعلنا حسن المعرض وقبول الصورة شرطاً من شروط البلاغة لأنَّ الكلام إذا كانت عباراته رثة ومعرضه خلقاً لم يسمَّ بليغاً)<sup>7</sup>، وهذا أوضح دليل على اهتمامهم في قضية التأثير بالمتلقي عبْر مرحلة أولى ليتمكَّن المعنى المقصود في عقله ووجدانه، وفي مرحلة ثانية استمالة المتلقي لتحقيق أغراض المرسل، فالأغراض هي جملة المعاني العرفيَّة التي اختزنتها تجربة الإنسان في نفسه وعقله وقلبه، والتي يفرضها المتكلم على أوضاع لغويَّة بعينها لتؤدِّي ما يهدف إليه من إبلاغ السامع رسالته والتأثير فيه، ويعدُّ إدراكها أهمَّ سبب لنجاح عمليَّة التواصل، إذ إنَّ العلم بمقاصد الناس في محاوراتهم - كما أجمع العقلاء - هو علم

1 - ينظر: عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي "خلفيته النظرية وآلياته العملية"، ص 18.

2 - د. عبد الله صولة، في نظرية الحجاج: دراسات وتطبيقات، ص 14.

3 - محمد العبد، النص الحجاجي العربي، مجلة فصول للنقد الأدبي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ع 60، 2002، ص 45. وينظر: باتريك شارودو - دومينيك مانغنو، معجم تحليل الخطاب، ترجمة عبد القادر المهيري وحمادي صمود، ص 417-419.

4 - ينظر: أرسطو طاليس، فن الخطابة، ص 229-230.

5 - أرسطو طاليس، الخطابة، حققه وعلق عليه عبد الرحمن بدوي، ص 9.

6 - د. عبد اللطيف عادل، بلاغة الإقناع في المناظرة، ص 53.

7 - أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكري، كتاب الصناعتين الكتابية والشعر، ص 8.

ضرورة<sup>1</sup>، وكان لابن رشد ت595هـ اهتمام كبير في موضوع الإقناع، إذ دعا إلى مراعاة أحوال الناس حين نتوجه إليهم لإقناعهم، فيقول: (طباع الناس متفاضلة في التصديق، فمنهم من يصدق بالبرهان ومنهم من يصدق بالأقوال الجدلية تصديق صاحب البرهان بالبرهان، إذ ليس في طباعهم أكثر من ذلك، ومنهم من يصدق بالأقوال الخطابية، كتصديق صاحب البرهان بالأقوال البرهانية)<sup>2</sup>، وهذا يعني ضرورة تنويع الآليات الحجاجية المعتمدة في الخطبة بما يناسب المتلقي، ويهيئه لموافقة أغراض المتكلم، حتى وإن كان ذلك يعني اللجوء إلى استدراجات وتمويهات وألعاب لغوية توهم المتلقي بصدق كلام المرسل لتحقيق الإقناع، ونلمس ذلك عند حازم القرطاجني، بقوله: (فالتموهيات تكون في ما يرجع إلى الأقوال، والاستدراجات تكون بتهيؤ المتكلم بهيئة من يقبل قوله، أو باستمالة المخاطب واستلطافه وتزكيتة وتقريضه)<sup>3</sup>. ويمكننا أن نخلص من رؤية الغريبيين القدماء والعرب إلى فهم يوضح وجهاً من وجوه الإقناع الخطابي، ألا وهو استعمال اللغة لمخاطبة عقول الناس، واستمالة قلوبهم، رغبة في تحقيق صورة مثلى من التواصل المؤسس على إستراتيجية الإقناع.

**أنواع الإقناع في الخطابة:** تعرّف الخطابة بأنها (فنٌ أدبيٌّ يعتمد على القول الشفوي في الاتصال بالناس لإبلاغهم رأياً من الآراء حول مشكلة ذات طابع جماعيٍّ، وبمعنى أشمل هي فنُّ المخاطبة بطريقة إقائية تشتمل على الإقناع والاستمالة)<sup>4</sup>، ويعرفها شوبنهاور "Schopenhauer" بوصفها (ملكة جعل الآخرين يشاركوننا آراءنا وطريقة تفكيرنا في شيء ما، وكذلك إيصال عواطفنا الخاصة إليهم، وجماع القول أن نجعلهم يتعاطفون معنا. ويجب أن نصل إلى هذه النتيجة بغرس أفكارنا في أذهانهم بواسطة الكلمات، وذلك بقوة تجعل أفكارهم الخاصة تتصرف عن اتجاهها الأولي لتتبع أفكارنا التي ستقودها في مسارها)<sup>5</sup>، وهذا يعني أن الخطابة فنٌّ قويٌّ لزراعة الأفكار في قلوب الآخرين وعقولهم، واستمالتهم، وتوجيه أفكارهم وسلوكهم نحو أفكار أخرى يوجّه المتكلم أغراضها.

تتنوع أشكال الإقناع في الخطابات تبعاً لتنوع مواضيعها "السياسية - الاجتماعية - الثقافية - الدينية"، واختلاف أهدافها، فكل رسالة تقتضي نوعاً معيناً من الأدوات الإقناعية التي تقوم على حجج وأدلة وبراهين وأساليب تعبيرية واستدراجات وتمويهات خاصة بها، فمنها ما يعتمد على إثارة الجانب الانفعالي العاطفي، وبعضها على الجانب العقلي المنطقي، ومن الجدير ذكره أن الجانبين السابقين هما ثنائية دائمة في الحجاج، وقد تبادل كل منهما مركز الاهتمام عند الباحثين بوصفهما يهدفان إلى غاية واحدة، وهي جذب المتلقي واستمالته لتعزيز قناعة ما أو تغييرها، وهما يعتمدان على الجانب اللغوي "البلاغي الجمالي الذوقي"؛ وقد تجتمع هذه الأنواع وتتداخل في خطاب واحد، مع اختلاف طريقة عرضها وأغراضها؛ والفصل بينها مجرد فصل إجرائي لتسهيل الدراسة:

أولاً- الإقناع العاطفي persuasion: من الممكن استخدام تقنيات الخطابة لإثارة حالة انفعالية عند المتلقي، وتكون متنوعة بين الإعجاب والفرح والغضب والسخط والخوف...، وتكون مهمة في تحقيق الفعل التأثيري "acte de perlocutione"، وهو لازم فعل الكلام؛ إذ يحاول الخطيب ربط الإثارة الانفعالية بأشكال معينة من السلوك ضمن إستراتيجية تعتمد على الحجج العاطفية، وجوهز الإقناع العاطفي استخدام خطاب فعال، له القدرة على ملامسة مكامن

1 - ينظر: عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، اعتنى به محمد علي زينو، ص 385.

2 - د. محمود عكاشة، دراسة تطبيقية لأساليب التأثير والإقناع الحجاجي في الخطاب النسوي في القرآن الكريم، ص 47.

3 - أبو الحسن حازم القرطاجني، منهاج البلاغ وسراج الأدباء، تحقيق محمد الحبيب ابن الخوجة، ص 64.

4 - فاروق سعد، فن الإلقاء العربي، ص 25.

5 - محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية-الخطابة في القرن الأول نموذجاً، ص 130.

**الانفعال في النفس البشرية** ، فنتيرها محاولة تعزيز بناء الوظائف النفسية للمتلقّي أو خلقتها، ودعم تركيب تلك الوظائف بما يناسب الاستجابة المرصّية لمقاصد الخطيب وتوجّهاته<sup>1</sup>، ويوضّح شارل بلانتا "Sharle Planta" أنّ الإقناع العاطفيّ الكامل يحصل من اجتماع ثلاث عمليّات خطبيّة، وهي: - يجب على الخطاب أن يُعلّم - يجب على الخطاب أن يُؤثّر - يجب على الخطاب أن يُرضي ويُمتع، لأنّ الطريق العقليّ لا يكفي لتحريض الإرادة التي تسمح بالفعل<sup>2</sup>؛ وتعتمد هذه الإستراتيجيّة على الاتصال الشخصيّ أو العاطفيّ بمشكلة الموضوع، ومثالها تقديم رؤيا طوباويّة مثاليّة عن المستقبل، ومقارنته بواقع حاليّ، أو استحضار حالة استقرار كان يعيشها الجمهور - بوصف منتج الخطاب جزءاً من هذا الجمهور، حتى ولو كان خليفةً أو زعيماً والمخاطبون هم عامة الناس- في حالة ما قبل الحرب، وإنّ استخدام هذه الإستراتيجيّات بصورة فعّالة يمكنه أن يخلق تواصلاً ناجحاً يشعُر المخاطب من خلاله بتلاشي الفوارق الطبقيّة والاجتماعيّة والسياسيّة بينه وبين المرسل، ويصبح الموضوع أكثر تشويقاً واندماجاً من الناحية العاطفيّة والشعوريّة، وعند ذلك توجّه أطرّ تكبير المتلقّي، وتسير مع توجّهات الخطيب نحو مسار متضامن مع أعراض الخطيب ومقاصده.

ثانياً- **الإقناع العقلي " Convection "**: (بخاطب المتكلم فيه العقل بالحجّة والدليل والمنطق، والتسلسل الذي يرتقي إلى النتيجة، وهو يبدأ بالمقدّمة التي تحدد الموضوع، أو القضية، ثم العرض، ثم أصل المشكلة، ثمّ الدليل والحجّة، ثم النتيجة أو الحكم، وله آداب منها التهيئة، وحسن العرض بالترتيب والتسلسل والتجانس مع مقتضى العقل والموضوع، والتلطف في القول، ومراعاة مقام المتلقي وحاله ومستواه العقلي ووجدانه، وتدعيم القول بالأدلة والأمثلة الواقعيّة، فهي مدخل العقل، وهذا أنجع في الإقناع)<sup>3</sup>، أي إنّ هناك منهجاً يتبعه الخطيب في الشكل والمضمون، إذ يقدّم خطابه بتسلسل معيّن مراعيّاً مقام التلقي، ومتوخياً توظيف الأدلة والبراهين المناسبة، وهنا يعتمد الخطيب إستراتيجيات تهدف إلى **تعديل وتنشيط العامل الإدراكي للفرد وتحفيزه**، ليقوم بمحاكمات عقلية واستدلالات منطقيّة غايتها تحقيق توجّهات منتج الخطاب، وفي ذلك يوضّح بعض الباحثين أننا نستطيع التأثير في الآخرين (إذا اعتمدنا في ما نقول على الأدلة المقنعة عقلياً، أو على الشواهد والحقائق الماديّة التي يمكن إثباتها، وكلّما اعتمد كلامنا على المنطق أو الحقائق كان ذلك أسهلّ وأيسر في إقناع المستمعين)<sup>4</sup>، أي أنّنا ننكئ على حقائق وقرائن منطقيّة تتوخّى فتح عين المتلقي ووعيه على الموضوع المطروح، ويستخدم معها روابط الشرط والسبب والنتيجة مثل "إذا، بعد ذلك، ..."، كقولنا: إذا كان العلم نافعاً للحياة ستقدّم، وهنا يحاول المسارّ العقلانيّ خلق التماسك والانسجام في فضاء الخطاب، ويسعى للتخفيف من النتائج العكسيّة التي قد تُبعد المرسل عن المتلقّي، ولا تؤسّس لتواصل ناجح بينهما.

ثالثاً- **الجانب اللغويّ "البلاغيّ" الجماليّ الدوقيّ**: يؤكّد بعض الباحثين - كما جاء في الدرس اللغويّ القديم- أنّ وظيفة البلاغة هي التأثير والإقناع، بقولهم: (البلاغة بمعناها الشامل ملكة يؤثر بها صاحبها في عقول الناس وقلوبهم عن طريق الكتابة والكلام، فالتأثير في العقول عمل الموهبة المعلّمة المفسرة، والتأثير في القلوب عمل الموهبة الجاذبة المؤثّرة، ومن هاتين الموهبتين تنشأ موهبة الإقناع)<sup>5</sup>، وتقوم هذه الملكة على توظيف الأساليب اللغويّة بحمولتها البلاغيّة

1 - ينظر: د. معصم بابكر مصطفى، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، ص 38-45.

2 - ينظر: Ruth Amossy ,L'argumentation dans Le discours, Nathan, Paris, 2000, p164

3- د. محمود عكاشة، دراسة تطبيقية لأساليب التأثير والإقناع الحجاجي في الخطاب النسوي في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 48.

4 - عبد الله علي مصطفى، مهارات اللغة العربيّة، ص 149.

5 - أحمد حسن الزيات، دفاع عن البلاغة، ص 34.

البلاغية والجمالية في سياق الإقناع الحجائي، وهذا ما أشار إليه الجاحظ 255 حين ربط بين الحجاج والبيان بوصفه وسيلة لتحقيق أغراض الخطاب ومقاصده الإقناعية، فيقول: (مدار الأمر والغاية التي إليها يجري القائل والسامع إنما هو الفهم والإفهام، فبأي شيء بلغت الإفهام وأوضحت عن المعنى فذلك هو البيان في ذلك الموضوع) <sup>1</sup>. أمّا الدراسات الحديثة والتي أعادت الاعتبار إلى الخطابة بمنظور حجاجي<sup>2</sup>، خاصة بيرلمان Perelman . CH و تيتكاه L.Olbrechts-Tyteca، فتعرّف (البلاغة الجديدة بأنها نظرية الحجاج التي تهدف إلى دراسة التقنيات الخطابية، وتسعى إلى إثارة النفوس وكسب العقول عبر عرض الحجج، كما تهتم البلاغة الجديدة أيضا بالشروط التي تسمح للحجاج بأن ينشأ في الخطاب، ثم يتطور، كما تفحص الآثار الناجمة عن ذلك التطور) <sup>3</sup>، ويجب الإشارة إلى أنّ البلاغة الجديدة تختلف عن البلاغة الحديثة التي أسس لها مورييه Morier، وجيرار جينت G.Genette، وجون كوهين J.Cohen، وجماعة مو groupe M البلجيكية<sup>4</sup>، والتي (هي بلاغة أدبية صرف من الأفضل أن تدعى أسلوبية، إنها تختزل البلاغة في دراسة الوجوه الأسلوبية، فالبلاغة الجديدة على عكس البلاغة الحديثة، غير معنوية بشكل الخطاب من أجل الزخرف أو القيمة الجمالية بل من جهة كون ذلك وسيلة للإقناع وخاصة وسيلة للإبداع)<sup>5</sup>، ولعلنا عبّر هذا الفصل بين البلاغة الجديدة والحديثة من حيث تعارضهما في القيمة الجمالية والغرض الإقناعي نقترح مصطلح "البلاغة التداولية" التي تجمع بين البلاغة الجديدة التي أسس لها بيرلمان، والتي لا تعدو كونها نظرية في الحجاج تسعى إلى إثارة النفوس والإقناع، وبين البلاغة الحديثة التي تعنى بالقيمة الجمالية، كما أنها وسيلة إبداعية تحقق المتعة والإقناع؛ لأنّ (التداولية هي دراسة القدرة الإنجازية والتأويلية وقدرة الفهم، وكيف يصل المخاطب إلى المعنى المراد، وهي بصفة عامة المعرفة الشاملة بالآخر، والمعرفة العميقة بمكونات عملية التخاطب، وبالنفوس البشرية، وبدلالة الكلمات والمفاهيم، وبالعلاقات القائمة بين الأشياء والظواهر والأفكار والأحداث والوقائع، والقضايا علمية كانت أم سياسية أم اجتماعية)<sup>6</sup>.

**أدوات الإقناع في الخطابية: تتنوع أدوات الإقناع تبعاً لموضوع الخطبة ومقامها وأغراضها، ونذكر منها:**

1 - استخدام الحجاج Argumentation أو المحاججة: وهو أساسي في الخطابة:

**المحاججة لغة: مأخوذة من كلمة (حجّة) وتعني البرهان، وقيل الحجّة ما دُفِعَ به الخصم، تقول: حجّة،**

وقال الأزهري: الحجّة الوجه الذي يكون فيه الظفر عند الخصومة، وإنما سُميت حجّة لأنها تُحجّ أي تُقصد، لأنّ القصد لها وإليها... والحجّة الدليل والبرهان، واحتجّ بالشيء اتخذ حجّة<sup>7</sup>؛ وذكر في القرآن الكريم بهذا المعنى في مواضع عدّة، منها: ﴿وَحَاجَّهُ قَوْمُهُ قَالَ أَتُحَاجُّونِي فِي اللَّهِ وَقَدْ هَدَانِ...﴾ <sup>8</sup>، وقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يُحَاجُّونَ فِي اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مَا اسْتُجِيبَ لَهُ حُجَّتُهُمْ دَاحِضَةً عِنْدَ رَبِّهِمْ...﴾ <sup>16</sup>.

<sup>1</sup> - الجاحظ، أبو عثمان بن بحر بن محبوب بن فزارة الليثي الكندي البصري، البيان والتبيين، ص 82.

<sup>2</sup> - ينظر: Olivier Reboul: Introduction a' La Rhetorique, pub, Paris, T2, 1994, p3-4

<sup>3</sup> - صابر الحباشة، التداولية والحجاج مداخل ونصوص، ص 16.

<sup>4</sup> - ينظر: Olivier Reboul: Introduction a' La Rhetorique, p3-4

<sup>5</sup> - صابر الحباشة، التداولية والحجاج مداخل ونصوص، مرجع سابق، ص 16.

<sup>6</sup> - ينظر: د. عبد السلام عشير، عندما تتواصل نغمة مقاربة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، ص 18 وص 63 وص 64.

<sup>7</sup> - ينظر: ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، مادة "حجج".

**المحاجة اصطلاحاً:** في المعجم الفلسفي نجد أن (الحُجَّة argument تعني ما يراد به إثبات أمر أو نقضه، ومنها جاءت كلمة محاجة argumentation، ويراد طريقة تقديم الحجج والاستفادة منها)<sup>1</sup>؛ فهي عملية كَسْبٍ تأييد فرد أو مجموعة من الأفراد لفكرة ما أو رأي معيّن، وذلك باستخدام أساليب تمثّل في غايتها حُججاً تعزيرية هدفها الإقناع، ونظراً لأهميتها تلك، فقد (دخلت المحاجة ميدان اللسانيات التداولية التي تُعنى بالقيم الإنشائية للغة، أي قدرة الكلام على التأثير على الغير)<sup>2</sup>. وإذا تذكرنا الخلاصة التي انتهت إليها نظرية أفعال الكلام: (النشاط اللغوي لا يتمثّل فقط في مجرد تبليغ المعلومات، بل يتعدّى ذلك ليجسّد في ذاته نمطاً من الفعل الذي يؤدي إلى إنشاء وقائع في العالم، باعتماد اللغة والكلام أداة لذلك)<sup>3</sup>، حيثُ تتمثّل هذه الوقائع في خلق أوضاع جديدة بين المتحدثين، ويمكننا أن نسوّق تعريفاً تداولياً للخطاب الحجاجي، موافقين ما جاء به الباحث السويسري "جون ديف ميشال آدم"، بأنّ (الخطاب الحجاجي موجّه للتأثير على آراء وسلوكات المخاطب أو المستمع، وذلك يجعل أيّ قول مدعماً صالحاً أو مقبولاً "النتيجة" وذلك بمختلف الوسائل، بالنظر لقول آخر "الحجة، المعطاة، الأسباب". نقول على سبيل التعريف أنّ "المعطاة، الحجة" تهدف إلى إثبات أو نقض قضية)<sup>4</sup>، ولذلك أضحي الحجاج مطلباً أساسياً لإنجاح أيّ عملية اتصالية تتوخى الإقناع والإقناع، والوصول إلى الاقتناع بالأسلوب المقدم.

- 2 - إثارة الصور والرموز في ذهن المتلقّي عبر الاستخدام الذكيّ والصائب للعبارات المناسبة، ففوة الكلمات مرتبطة بالصور التي تثيرها، وبخاصة العبارات التي تمتلك إجماعاً وخشوعاً من الجماهير، كالديمقراطية، المساواة، الحرية، العدالة، الحقّ...، فالعقل والمحاجات العقلانية لا يمكنها أن تقاوم سحر بعض الصياغات التعبيرية، وكأنّها تمتلك سرّاً وقوة وقدرة على حلّ المشكلات، أو الأمل بتحقيقها رغم غموض معانيها<sup>5</sup>.
- 3 - اهتمام الخطيب بتوظيف الكلمات المحمّلة بالمشاعر الدينية والعواطف النبيلة، وذلك بطريقة تقنية، لتكون سنداً له في تدعيم حججه، ومساعدته على تحقيق مقاصده، لأنه (ما إن تزرع عقيدة جديدة في روح الجماهير حتّى تصبح ملهمة لمؤسساته وفنونه وسلوكه، وتكون هيمنتها على النفوس مطلقة عندئذٍ)<sup>6</sup>، وكذلك إطلاق بعض الأحكام المسبقة التي تنطلق من قناعات يتوافق عليها المتخاطبون في المجتمع\*، والتي تعود للعقائد وللايرث الدينيّ والعادات والتقاليد، مثل الحلال والحرام والشكّ والشرك بالله والكفر... إلخ. وهذا ما حدث بعد مجيء الإسلام، ولذلك يسعى المتكلمون والخطباء ورجال السياسة إلى توظيفها في ممارساتهم اللغوية.
- 4 - دعم الحجج باستخدام المثل أو الشعر أو القصة أو القرآن، فاستخدام المثل هو استقراء بلاغي، أو حجة تقوم على المشابهة بين حالتين في مقدمتهما، ويراد استنتاج نهاية إحداهما بالنظر إلى نهاية ماثلتها، ويعدّ دعامة

<sup>1</sup> - جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج1، ص445.

<sup>2</sup> - محمد برقان، الخطاب الحجاجي والاتصال، مجلة كتابات معاصرة، ع58، ص23.

<sup>3</sup> - د. الرضي رشيد، الحجاجيات اللسانية عند أنسكومبر وديكرو، مجلة عالم الفكر، ع1، مج34، ص217.

<sup>4</sup> - محمد برقان، النص الحجاجي والاتصال، مرجع سابق، ص25.

<sup>5</sup> - ينظر: غوستاف لويون، سيكولوجية الجماهير، ص115-120.

<sup>6</sup> - غوستاف لويون، المرجع السابق، ص149.

\* - لعل ذلك يشير إلى استغلال الخطباء للعدوى النفسية التي تجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتمي إليها، وهو ما يسمى بغريزة القطيع، ينظر: د. معتصم بابكر مصطفى، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص58.



كبرى من دعائم الخطابة، لما يحققه من إقناع وتأثير، أما الشاهد فهو من **الحجج الجاهزة** التي اكتسبت قوتها من مصادقة الناس عليها، أو غير الصناعية كما يسميها أرسطو، ويجمع الأمثال والأبيات الشعرية والآيات القرآنية<sup>1</sup>.

5 - استخدام الحيل والمغالطات التي توهم المتلقي بصدق كلامه، وقد سبق، أن أشرنا إليها عند الاستشهاد بقول **حازم القرطاجني** في حديثه عن التمويهات والاستدرجات.

6 - استخدام البراهين والأقيسة الخطابية المضرة، التي تقوم على الرأي والاحتمال والترجيح، أو على الاستدلال المنطقي أو على التعارض، أو على التضاد<sup>2</sup>.

7 - استخدام التكرار: وهو من سنن العرب (يؤتى به لتأكيد القول وتثبيتته وحينما يستلزم المقام ذلك)<sup>3</sup>، ويكون تكراراً للألفاظ، أو لأساليب نحوية، أو للمعاني بتقليبها على وجوه مختلفة من اللفظ، وله وظائف مختلفة كالتأكيد والتنبيه والتوجيه...، و(يؤدى إلى تذكير المتلقي باستمرار بالهدف من الرسالة، ويثير في الوقت نفسه احتياجاته ورغباته)<sup>4</sup>.

8 - استخدام الأساليب البلاغية من وجهتين، **الأولى**: التشبيه والاستعارة والكنابة والمقابلة

والجناس... إلخ، ففوة الحجاج في المفردات تبدو في الاستعمالات الاستعارية أقوى مما نحسُّه عند استخدامنا المفردة نفسها بالمعنى الحقيقي، وهذا ما يدلُّ على مرونة العلاقات اللغوية؛ إذ تستجيب للمرسل في صوغ حجته في أوضح صورة<sup>5</sup>؛ **والثانية**: توظيف الأساليب الإنشائية والخبرية، والمعاني التي تخرج إليها في سياق الإقناع.

9 - استخدام الأفعال الكلامية: فهي تعدُّ من أهم مرتكزات التداولية؛ إذ تعني (أن اللغة بقدر ما هي وصف "إخبار" للعالم فهي إنجاز أفعال كالأمر والوعد... إلخ)<sup>6</sup>، وقد وضع أسسها **جون أوستن "Austin"**، وصنّفها في ثلاثة أصناف، هي<sup>7</sup>:

أ. **فعل الكلام "النطقي-التلفظي"** acte de la cutoire: وهو جملة الأفعال الصوتية والصرفية والتركيبية والدلالية.

ب. **الفعل الغرضي "الإنجازي"**-المتضمن في القول "acte d' ilacutoire": ويراد به أن المتكلم حين يلفظ قولاً ما فهو ينجز معنىً قصدياً، أي ما يؤديه الفعل اللفظي من وظيفة في الاستعمال كالوعد والتحذير والنصح... إلخ، وقد يكون الإنجاز مباشراً أو غير مباشر، وقسمه أوستن إلى خمسة أقسام، هي (الحكميات، التنفيذيات، الوعديات، السلوكيات، أفعال الرأي)، وقسمها سيرل "Searle" إلى خمسة أقسام<sup>8</sup>، هي (التمثيلات "الإعلانية"، والتوجيهيات "الأمريات-الطلبية"، والوعديات "الالتزاميات"، والتعبيريات، والتصريحيات "التقريريات").

<sup>1</sup> - ينظر: محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية- الخطابة في القرن الأول أنموذجاً، ص 82-90.

<sup>2</sup> - ينظر: محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، مرجع سابق، ص 71-80.

<sup>3</sup> - د. حسن فضل عباس، البلاغة فنونها وأفنانها، ص 416.

<sup>4</sup> - د. معتصم بابكر مصطفى، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 70.

<sup>5</sup> - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ص 496.

<sup>6</sup> - ينظر: Jacques Moeschler, Antoine Auchlin: Introduction a La Linguistique Contemporaine, P135.

<sup>7</sup> - ينظر: المرجع السابق، ص 136، بتصريف. وينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ص 156، بتصريف. وينظر: سيد هاشم الطبطبائي، نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب، ص 10.

<sup>8</sup> - ينظر: Jacques Moeschler, Antoine Auchlin: Introduction a La Linguistique

ج. **فعل التأثير بالقول** "لازمُ فعل الكلام" acte de perlocutione: ويعني أن ألفاظ المرسل محملة بمقاصد معينة في سياقٍ محددٍ تعمل على تبليغ رسالةٍ تُحدثُ أثراً، ويتحققُ هذا الصنف عندما يتوخى المرسلُ التأثيرَ في مشاعر المتلقي ومواقفه وسلوكه، كإزعاجه أو تخويفه أو حمله على سلوكٍ معينٍ أو صرفه عنه.

**الجانب التطبيقي:** يُفترض في هذا الجانب أن يجيب عن تساؤلاتٍ، أهمها: كيف أسس الخطيب لحجابه

الإقناعي في نصّ الخطبة؟ وما الحجج العاطفية والعقلية المستخدمة في استدراج المتلقي واستمالاته؟ وكيف حشد مفرداتٍ ورموزاً استقاها من عناصر التمثيل الثقافي والديني للجمهور المتلقي؟ وما دور أفعال الكلام والصور البلاغية في تحقيق مآربه في إقناع المتلقي والتأثير فيه؟ وهل تكون الندائوية بنسقتها المفهومية أداة طيعةً نقرأ من خلالها آليات الإقناع في الخطبة؟ وهل وفق المرسل عبر إستراتيجياته السابقة في إيصال المتلقي إلى الإقناع؟.

**نص خطبة عبد الله بن يحيى زعيم الإباضية لما استولى على اليمن<sup>1</sup>:**

لما استولى عبد الله بن يحيى الكندي على بلاد اليمن سنة 129هـ، خطب الناس، فحمد الله، وأثنى عليه، وصلى على نبيه ﷺ، ووعظ، وذكر، وحذر، ثم قال\*:

(إِنَّا نَدْعُوكُمْ إِلَى كِتَابِ اللَّهِ تَعَالَى وَسُنَّةِ نَبِيِّهِ وَإِجَابَةِ مَنْ دَعَا إِلَيْهِمَا، الْإِسْلَامَ دِينَنَا، وَمَحَمَّدٌ نَبِيُّنَا، وَالْكَعْبَةَ قِبْلَتُنَا، وَالْقُرْآنَ إِمَامَنَا، رَضِينَا بِالْحَلَالِ حَلَالًا لَا نَبْغِي بِهِ بَدِيلًا، وَلَا نَشْتَرِي بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا، وَحَرَمْنَا الْحَرَامَ وَنَبَذْنَا وَرَاءَ ظُهُورِنَا، وَلَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ، وَإِلَى اللَّهِ الْمَشْتَكِي وَعَلَيْهِ الْمَعُولُ، مَنْ رَزَى فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ سَرَقَ فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَرِبَ الْخَمْرَ، فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَكَّ فِي أَنَّهُ كَافِرٌ، فَهُوَ كَافِرٌ، نَدْعُوكُمْ إِلَى فَرَائِضَ بَيِّنَاتٍ، وَأَيَاتٍ مُحْكَمَاتٍ، وَأَنَارٍ مُقْتَدَى بِهَا، وَتَشْهَدُ أَنَّ اللَّهَ صَادِقٌ فِيمَا وَعَدَ، عَدْلٌ فِيمَا حَكَمَ، وَنَدْعُو إِلَى تَوْحِيدِ الرَّبِّ، وَالْيَقِينِ بِالْوَعْدِ وَالْوَعْدِ، وَأَدَاءِ الْفَرَائِضِ، وَالْأَمْرِ بِالْمَعْرُوفِ، وَالنَّهْيِ عَنِ الْمُنْكَرِ، وَالْوِلَايَةِ لِأَهْلِ وِلَايَةِ اللَّهِ، وَالْعَدَاوَةَ لِأَعْدَاءِ اللَّهِ. يَا أَيُّهَا النَّاسُ: إِنَّ مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ أَنْ جَعَلَ فِي كُلِّ قَبْتَرَةٍ بَقَايَا مِنْ أَهْلِ الْعِلْمِ، يَدْعُونَ مَنْ ضَلَّ عَنِ الْهُدَى، وَيَصْبِرُونَ عَلَى الْأَلَمِ فِي جَنْبِ اللَّهِ تَعَالَى، يُقْتَلُونَ عَلَى الْحَقِّ فِي سَالِفِ الدُّهُورِ شُهَدَاءَ، فَمَا نَسِيَهُمْ رَبُّهُمْ، وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا، أَوْصِيكُمْ بِتَقْوَى اللَّهِ، وَحُسْنِ الْقِيَامِ عَلَى مَا وَكَّلَكُمْ اللَّهُ بِالْقِيَامِ بِهِ، فَأَبْلُوا اللَّهَ بَلَاءً حَسَنًا فِي أَمْرِهِ وَذِكْرِهِ، أَقُولُ قَوْلِي هَذَا وَأَسْتَغْفِرُ اللَّهَ لِي وَلَكُمْ).

قبل الشروع في الاشتغال على كشف آليات الإقناع التي انطوت عليها الخطبة موضوع بحثنا، لا بد من وضع الخطبة في سياقها التداولي، الذي يقوم على منتج الخطاب هو "عبد الله بن يحيى الكندي" من رؤساء الخوارج الإباضية بوصفه القائد المنتصر الذي استولى على اليمن، ومخاطب هو أهل اليمن بوصفهم سكان البلاد المغلوبين،

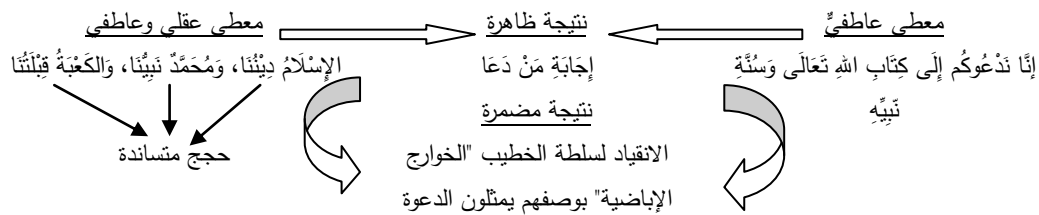
<sup>1</sup> - أحمد زكي صفوت، جمهرة خطب العرب في عصوره الزاهية، ج 2 العصر الأموي، ص 446-447. وينظر: أبو الفرج الأصفهاني، الأغاني، ج 20، ص 98.

\*- التعريف بالخطيب، ومناسبة الخطبة: هو عبد الله بن يحيى الكندي، من حضرموت، كان مجتهداً عابداً من رؤساء الخوارج الإباضية، والإباضية فرقة من فرق الخوارج الرئيسية، وتنسب إلى زعيمها عبد الله بن إباض (بكر الهمة)، وقد خرج ابن يحيى باليمن أيام مرور مروان بن محمد آخر خلفاء بني أمية، إذ رأى جوراً ظاهراً وعسفاً شديداً وسيرة في الناس قبيحة، فقال لأصحابه: إنه لا يحل لنا المقام على ما نرى ولا الصبر عليه، وكتب إلى جماعة من الإباضية في البصرة وغيرها شاوهم في الخروج فوافقوه، وشخص إليه أبو حمزة المختار بن عوف الأزدي ويلج بن عقبة المسعودي في رجال من الإباضية، فحرضوه على الخروج، وكثر جمعه وسموه طالب الحق، وتوجه إلى صنعاء سنة 129، وكان عامل مروان على صنعاء القاسم بن عمر، فجرت بينه وبين ابن يحيى حروب ومناوشات، كانت النصر فيها لابن يحيى، فدخل صنعاء، وأحرز ما فيها من الخزان والأموال. (ينظر جمهرة خطب العرب: ج 2، ص 446).

ويرى فيه الخطيب سيرة قبيحة استدعت إنتاج هذه الخطبة، رغبةً في إقناعهم واستمالتهم وتعبئتهم ضمن منظومة الخوارج الإباضية دينياً وعسكرياً، فكيف استهلّ خطبته، وكيف حاول إقناعهم: يستهلّ الخطيب خطبته بقوله: " إِنَّا نَدْعُوكُمْ إِلَى كِتَابِ اللَّهِ تَعَالَى وَسُنَّةِ نَبِيِّهِ وَإِجَابَةٍ مَنْ دَعَا إِلَيْهِمَا " ، وهنا بدأ بأسلوب خبريٍّ من الضرب الطلبي الذي يُلقى على مخاطبٍ يشكُّ في صيغة الخبر، ويطلب بيّنةً على ما يقال، فيأتيه التوكيد لإزالة الشكِّ والتوهم، وهذا الشكُّ حاصلٌ من كون المخاطب يعتقد أنّ الدعوة المدعو إليها خلاف ما دعي إليه في القرآن الكريم، فثبت **بالتوكيد** أنّ الدعوة مستقاة مما جاء في القرآن الكريم، حيث إنّ الداعي يتهمهم أنّهم ابتعدوا عما ورد في كتاب الله، لذلك كان يستحثهم، ويحاول إقناعهم بقبول الدعوة والاستجابة إلى كتاب الله، وهو الغرض من وراء الخبر، بعد أن التمس منهم ببدأً عنه؛ وحتى يزيل الشكَّ عطف سنّة نبي الله على كتاب الله من باب ترسيخ الدعوة وإقناع المتلقي فيما يدعى إليه، وفي ذلك خطابٌ عاطفيٌّ، حيث إنّ المتكلم يراعي خشوع المتلقي لعواطفه الدينية، ولذلك خاطبه بما يعتقد وجبٌ ويفدّس، وفي ذلك **استمالة عاطفية** للمتلقي ومحاولة استدراجه لينصت لدعوة الداعي، ويتهيأ للاقتناع بها وقبول الاستجابة لها، وهذا ما عطفه أيضاً بقوله: " وَإِجَابَةٍ مَنْ دَعَا إِلَيْهِمَا "، وهنا تتجلى الدعوة المطلوب فيها استجابة المتلقي وانقياده لما يدعى إليه.

نعلم أنّ **السلطة السياسية في الإسلام كانت هبةً إلهيةً**، فجهاز الحكم وقوة السلطة تكاليف إلهية، من أجل نشر الدين وتنفيذ الشريعة، ولعلّ قوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ ﴾ النساء: 59 يشكل نقطة البداية لمعظم التعاليم الإسلامية حول السياسات... ، والحاكم والمحكوم على السواء كلاهما محاط بتكاليف مفروضة عليه من الشريعة، كلاهما أمام الله، وكلٌّ منهما أمام الآخر، والواجب الأول والأساسي الذي يدين به الفرد للحاكم هو الطاعة<sup>1</sup>، ولذلك قال الخطيب: " وَإِجَابَةٍ مَنْ دَعَا إِلَيْهِمَا ".

كما تعدُّ عبارة الاستهلال السابقة من المقولات الإنجازية المباشرة التي يحيل لفظها إلى معناها مباشرة، إذ لا يمكن استبدالها بصيغ معرفية أخرى تقتضي الإدراك ذاته، وتبدو في ذلك، وكأنها حجةً منطقيةً على القائل والسامع، فكتاب الله وسنّة نبيه هما من **المعطيات القبلية** التي تبنى عليها الحجة، والدعوة إليهما، وفي ذلك راح الخطيب عبر مخاطبته **عقل المتلقي** يذكر أنّ دعوته لا تخرج على الحقّ، بل إنّها دعوة (كألف بها) أي أنه دعي إليها، فدعا إليها عندما أكدّ وفصل في قوله: " الإسلام ديننا، ومحمدٌ نبيّنا، والكعبةُ قبلتنا، والقرآنُ إمامنا "، وفيها أيضاً مخاطبة **لعاطفته** عندما يوحى للجمهور المتلقي بأنه واحد منهم، ويشاطرهم المبادئ الدينية والآمال ذاتها، ويظهر ذلك في قوله: " إِنَّا ندعوكم " من خلال ضمير جماعة المتكلمين " نحن "، وفي قوله: " ديننا، نبينا، قبلتنا " الذي يقصد به المتكلم والمخاطب معاً، وهذا ما هيا لخلق فضاء عاطفيّ يشعُر المخاطب من خلاله بتلاشي الفوارق الطبقيّة والاجتماعيّة والسياسيّة بينه وبين المرسل، وعلى ذلك تكون **النتيجة وسطاً بين معطين يتشارك فيهما خطاب العاطفة والعقل بوصفهما حججاً متساندة** في فضاء الخطبة، ويمكن توضيحهما وفق الآتي:



<sup>1</sup> - ينظر: برنار لويس، لغة السياسة في الإسلام، ص 140.

وهو من خلال ذلك يخاطب عقل المتلقي وعاطفته، ويقنعه بإستراتيجية توجيهية تدفعه إلى القيام باستدلال منطقي، هو أنه مدعو إلى قضية تملي عليه الاستجابة لها، طالما أنه آمن بها، وفي ذلك تشويق لما أراد الداعي أن يصل إليه من دعوته، وهذا ما تجلّى في قوله: " رَضِينَا بِالْحَلَالِ حَلَالًا لَا نُبْغِي بِهِ بَدِيلًا، وَلَا نَشْتَرِي بِهِ تَمَنَّا قَلِيلًا، وَحَرَمْنَا الْحَرَامَ وَتَبَدَّلْنَاهُ وَرَاءَ ظُهُورِنَا"، وفي هذا تشهير بمن يقومون على الأمر، بأنهم وضعوا الحرام مكان الحلال، والمحرم مكان المحلل، فوضعوا الحرام أمامهم، ونبذوا الحلال وراء ظهورهم، وهنا أراد الخطيب أن يضع الأمور في نصابها، ويحرض المتلقي على نبذ ما حصل من فساد قيم وبعُد عن دين محمد ﷺ، فالحكّام السابقون لليمن -بحسب زعم الخطيب- قد أبدلوا بالحرام الحلال، وباعوه بالثمن البخس، وحلّلوا المحرم، ونبذوا الحق والحلال وراء ظهورهم، أمّا الرعية فلا حول لهم ولا قوة إلا بالله، وهذا ما دفع الخطيب إلى الاستعانة بالله عليهم، وراح يشتكيه أفعالهم؛ إذ لا مناص له، ولا أحد يستطيع أن يعول عليه في هذا الظلم الواقع سوى الله، وقد عبّر عن ذلك بقوله: " وَلَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ، وَإِلَى اللَّهِ الْمَشْنَكِي وَعَلَيْهِ الْمَعْوَلُ".

تابع الخطيب كلامه مطلقاً أحكاماً تقريرية لا رجعة عنها، وربط نتائجها بأسبابها: "مَنْ رَزَى فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ سَرَقَ فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَرِبَ الْخَمْرَ، فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَكَّ فِي أَنَّهُ كَافِرٌ، فَهُوَ كَافِرٌ"، ولعلّه أطلق هذه الأحكام التي فيها تجاوز لشرع الله لأنه لمس "سيرة في الناس قبيحة"، فأراد أن يستعظم المصيبة، وبالغ في حكمه عليها من حيث معرفته الشرعية أن الزنا ليس بكفر، فينبطق من معطى ديني يحيل إلى الفكرة القائلة بأن الزنى من الكبائر، وهو واضح غير ملتبس، بحيث لا يحتاج إلى دليل، فالدليل سابق في الوجود على الحجّة، وأن السرقة ليست بكفر، وهنا ينبطق أيضاً من معطى جمعي ديني يحرم السرقة وينبذ السارق؛ فالسارق في الشرع تُفطع يده، وأن شرب الخمر ليس بكفر، فينبطق أيضاً من معطى جمعي ديني يضع الخمر في موضع الإثم ويعدّها من المحرمات، إذا المعطيات السابقة معصية لحد من حدود الله، لها حُكمها وعقابها المشهور، ويمكن الاستدلال على أحكامها مما استقرّ من توجيهات العقيدة الإسلامية في الوعي الجمعي لجمهور المتلقين، ولكن الخطيب حتى يمرّر مثل هذه الأحكام المغلوطة، ويقتنع المتلقي أن ما يقوله مستمد من القرآن الكريم، راح يعطف على ما قاله، من أن الشك نوع من الشرك، وفي ذلك مغالطة أخرى، في الإسلام نستعيز من الشك والشرك، ولكنه بالغ، وابتعد عن النصّ عندما قال: " وَمَنْ شَكَّ فِي أَنَّهُ كَافِرٌ، فَهُوَ كَافِرٌ، فَالشكُّ هنا معطى نفسي خالص، إذ إنه شك في النفس وليس في المسلمّات، فالخطيب عبّر عن هذه الحجّة، يحكم حكماً قطعياً على فكرة غير قطعياً، والصحيح: مَنْ شكَّ بوجدانية الله وعزّه وجلاله فهو كافر، وليس من شك في أنه كافر، وهذه آلية من (آليات توجيه السلوك تقوم على هدم الأنماط والعلاقات الطبيعية التي فرضتها مبادئ العقيدة الإسلامية والتي تأصلت في عقول المسلمين واستبدالها بمفاهيم وعلاقات جديدة)<sup>1</sup>. وإذا نظرنا إلى طبيعة المحاجة هنا نجدنا قائمة على أسلوب الشرط، وفي القضية الشرطية يتقدّم المتكلم على الأقل بقضيتين بسيطتين تسمى القضية الأولى، الشرط بالمقدّم "Antecedent"، وتسمى القضية الثانية المشروط بالتالي "Consequent"، ويلزم عن قبول المقدّم قبول التالي<sup>2</sup>، فيكون المقدّم هو المعطى، وقد جاء في صيغة الماضي تأكيداً لثبوت الاتهام على المخاطب الذي قام بفعل الزنى والسرقة وشرب الخمر" رغم وضع الفاعل بصيغة الغائب، ويكون التالي هو النتيجة التي يلزم المخاطب في قبولها، ونقرأ متواليّة الحجج هذه وفق الآتي:

تقديم الحجّة "هي حجة عاطفية"

المعطى "المقدّم" النتيجة "التالي"

1 - د فخري الدباغ، غسل الدماغ دراسة نفسية اجتماعية لظاهرة التمدّج وتحويل الاتجاهات، ص 91 بتصرف.

2 - ينظر: عمرو صالح يس، التفكير النقدي مدخل إلى طبيعة المحاجة، تقديم د. جاسم سلطان، ص 79-80.

1	من زنى	فهو كافر	وفيها مصادرة على المطلوب لأن فيها تضخيماً وإثارة للعواطف
2	من سرق	فهو كافر	المتطرفة مستخدماً شعراً عنيفاً يزرع الرعب في المتلقي، فهو يربط
3	من شرب الخمر	فهو كافر	الحجاج بمعطيات ينفر منها المسلمون بوصفها مسلمات تخالف
4	من شك في أنه كافر	فهو كافر	عقيدتهم، دون أن يحاول إثبات النتائج عن طريق المحاجة العقلية.

ومن أجل أن يستدرج الخطيبُ الجمهورَ المخاطبَ، ويستثيرُ عاطفتهم الدينية، ويمررُ قناعاته الخاصة التي أراد فرضها راح يبالحُ في التأكيد على دعوة الناس، في قوله: " نَدْعُوكُمْ إِلَى فَرَائِضَ بَيِّنَاتٍ، وَأَيَّاتٍ مُّحْكَمَاتٍ، وَأَثَارٍ مُّقْتَدَى بِهَا"، ليقول لهم: إنَّ ما قاله، وما جاء به إنما هو فرائضُ بَيِّنَةٌ وَأَيَّاتٌ مُحْكَمَةٌ لا يشكُّ فيها أحدٌ، ولا يجوز أن يخرُجَ على طاعته أحدٌ، مُشْهِدًا اللهَ زوراً ويهتاناً على أقواله، وذلك حين قال: " وَنَشْهَدُ أَنَّ اللهَ صَادِقٌ فِيمَا وَعَدَ، عَدْلٌ فِيمَا حَكَمَ"، وهذا يعني أنَّ ما جاء به سعيٌّ إلى الفوز بوعدِ الله وتحقيقِ عدلِ الله وحكمه؛ وبعد ذلك، وحتَّى يبالغ في تثبيت الدعوة التي دعاها جاء يذكرُّ بما هو مشهور ومتعارف عليه عند المسلمين بأنَّ الله وعد وتوعَّد، وله فرائض تجلَّت بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ليمررَ بذلك مقصداً سلطوياً مفادُه أنَّ أمره لهم هو أمرٌ من الله، ونهيه لهم هو نهْيٌ عمَّا نهى عنه الله مذكراً إياهم بأنَّ الولاية لا تكون إلا لأهل ولاية الله، والعداوة لا تكون إلا لأعداء الله، وفي هذا تمرير لغرض تداوليٍّ يعني فيه تحريضَ المتلقِّي على معاداة بني أمية الذين يراهم الخطيب قد خرجوا عن سبيل الله، فيقول: " ندعو إلى توحيدِ الرّبِّ واليقينِ بالوعدِ والوعدِ، وأداءِ الفرائضِ، والأمرِ بالمعروفِ، والنهيِ عن المنكرِ، والولايةِ لأهلِ ولايةِ الله، والعداوةِ لأعداءِ الله"، ظاهرُ الكلام لم يأتِ الخطيبُ بأيّ جديدٍ، وليس كلامه إلا تنكيراً وتكراراً لما قاله الرسول ﷺ والدعاة والخطباء، ولكنَّ المعنى التداوليَّ المضمّر قد يعني " توريةً " يستحضر فيها الفرقَ الأخرى، ومنها بنو أمية إلى دائرة الاتهام، بأنهم يفعلون خلاف ذلك، وهم المقصودون بختام عبارته "والعداوة لأعداءِ الله"، فأهل الولاية من وجهة نظره من اعتقدوا ما اعتقد الخطيب، وأعداء الله من خالفوه فيما اعتقد، وفي كل ذلك إشارة إلى الفرق الأخرى التي لا تتوافق مع فكر الخوارج، وفيها تحريضٌ للناس على خلع طاعتهم **والخروج عليهم تحت راية أهل الولاية التي يشير فيها إلى نفسه**، وهذا استقراءً بلاغيٌّ ومحاكاةٌ تقوم على المقارنة المضمرة بين حالتين في مقدمتهما، ويراد استنتاج نهاية إحداهما بالنظر إلى توجيهه الأولى، نمثلها كالآتي:

معطى /1/	معطى /2/	معطى /3/	نتيجة توجيهية مضمرة
ندعو إلى: توحيدِ الرّبِّ واليقينِ بالوعدِ والوعدِ، وأداءِ الفرائضِ، والأمرِ بالمعروفِ، والنهيِ عن المنكرِ.	ندعو إلى: الولايةِ لأهل ولايةِ الله.	ندعو إلى: العداوةِ لأعداءِ الله.	من خلال المعطى الأول الذي يساند المعطى الثاني ليكون الخطيب هو من أهل ولاية الله الذي يجب الانقياد له، ويشكل المعطيان الأولان حجة واحدة يستنتج "يراد" منها تعبئة الناس ضد من لا يوافق الخوارج.
↓	↓	↓	
مسلمات من صلب العقيدة الإسلامية	أمرٌ مختلف عليه بين المسلمين في زمن إنتاج الخطبة	كلامٌ عام "مسلمات" لكنها غير واضحة في ظل انقسامات المجتمع في العصر الأموي	

ومن الجدير ذكره أنَّ موضوعَ الطاعة وإضفاء الشرعية، أو إصاقَ صفة الكفر، لم يكن فيه مشكلة أو خلاف بالنسبة للرسول ﷺ والمسلمين الأول، فقد كان أساسَ الشرعية تفويضاً إلهياً بواسطة الوحي، وكان بأمر الله أن هاجم الرسول حُكَّام مكة وأسقطهم، وكان بأمر الله أن احتفظ لنفسه بالسلطة ضدَّ كلِّ مَنْ حاول أن يسقطَ هذه السلطة، حتَّى بعد الرسول ﷺ لم تكن هناك مُشكلةٌ لفترة من الزمن، وبقي معيارُ الشرعية هو الإيمان بالله وصيانة شريعته، وكان هدفُ الفعل السياسي والعسكري خلع الكفر من السلطة، لأنَّه لا يمكن أن يُمنَحَ شرعيةً، وإحلال الإسلام محلَّه، وقد بدأت المشكلة في الإسلام عندما لم يصبح القتال موجَّهاً نحو وثنيين أو كفرة لكنَّه صار موجَّهاً ضدَّ مسلمين، وذلك عندما

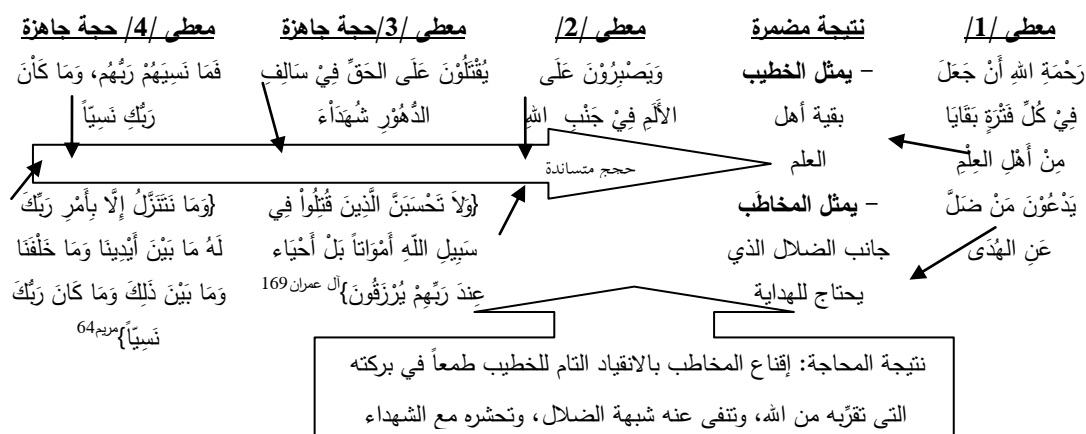
أسقط حاكم أو نظام مُسلم بالقوة، وحلَّ محلَّه حاكم آخر، وكثُر هذا الأمر خلال الصراعات المذهبية والسياسية في القرون الأولى من التاريخ الإسلامي، وصارت الشرعية قضية مُختَرقة<sup>1</sup> وقضية خلافية، وشاع وصف فرقة لأخرى بأنهم أعداء الله، وأنهم خرجوا من جادة الحق، وخالفوا تعاليم الإسلام بناءً على أيديولوجيا نظرية أحادية أو فتوى تصدر عن زعماء الفرق والمذاهب.

في القسم الأخير من الخطبة تتغيَّر النبرة الخطابية التي اعتمد فيها على **التقرير**، واجتهد ليضع نفسه مع المخاطب في سياقٍ إيمانيٍّ مشتركٍ متوسلاً بضمير الجماعة "نا" الذي يتجاوز جماعة المتكلمين ليضمَّ إليها جماعة المخاطبين، ويبدأ بجملةٍ إنشائيةٍ اتَّخذَ فيها وضعاً آخرَ داخلَ الخطاب، وهو "أنا — أنتم" أراد منها تشبيه الناس "المخاطب"، مُستخدِماً حرف النداء "أي"، والنداء بـ"أي" (يصور حالةً من الانفصال بين المتكلم والمنداد تستلزم اجتهاداً من المتكلم حتى يُحقِّق النداء غايته)<sup>2</sup>، يضاف إلى ذلك مقصدٌ سلطويٌّ يَمَنِّحُه حقَّ توجيه الناس، بوصفه القائد المنتصر والداعي الذي يجب اتباع دعوته، فيقول: "يا أيُّها النَّاسُ: إِنَّ مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ أَنْ جَعَلَ فِي كُلِّ فِتْرَةٍ بَقَايَا مِنْ أَهْلِ الْعِلْمِ، يُدْعُونَ مَنْ ضَلَّ عَنِ الْهُدَى، وَيَصْبِرُونَ عَلَى الْأَلَمِ فِي جَنْبِ اللَّهِ، يُقْتَلُونَ عَلَى الْحَقِّ فِي سَالِفِ الدُّهُورِ شُهَدَاءَ، فَمَا نَسِيَهُمْ رَبُّهُمْ، وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا"، وفي ذلك **خطابٌ عاطفيٌّ** يؤكد فيه الخطيبُ رحمةَ الله لعباده بوجود بقيةٍ من أهل العلم الذين أدخروهم سبحانه لهداية الناس ممن ضلَّ عن جادة الصواب، وهنا يمرُّ<sup>3</sup> معنى آخر تحت غطاء معنى ألفاظه السابقة، إذ يُصَبُّ نفسه واحداً من بقية أهل العلم الذين يجب اتباعهم والانقياد لهم، ومن جانب آخر يتَّهم المخاطب بالضلال ويؤكد وجوده في مقام المخاطب، أي يتَّهم المخاطب مثيراً انفعالاته حول قضية الضلال ضمن مجموعة من المعطيات المتساندة التي تصف بقية أهل العلم، وهذا تحويل وتوجيه لسلوك المتلقي يعتمد على صراع نفسيٍّ يُشعره بعدم الكفاءة في مقام التواصل مع الخطيب، فلا يُترك مجالاً للمخاطب لإقامة محاكمة عقلية يكشف من خلالها **المغالطة** التي أوقعه فيها منتج الخطاب، ويكون الخيار الموفور اتباع هذه الرحمة المتمثلة بقية أهل العلم الذين يصبرون على الألم، والتي جسدها في شخصه، وعندما يُقتلون فهم الشهداء المبشرون بالجنة، يموتون في سبيل الله، وهنا اقتباس من قوله تعالى: ﴿وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ قُتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْواتًا بَلْ أَحْيَاءُ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرْزُقُونَ﴾<sup>169</sup> آل عمران ليؤكد أن ابتياع الله نفوسهم هو ابتياع موفور الجزاء ونتيجته الخلود، وأن الله يحفظهم، ويحفظ جهادهم ولا ينساهم، وهذه **موجَّهات** أيديولوجية عقائدية تعبى الجمهور المتلقي ليس فقط لموافقة أقوال الخطيب، وإنما لتوجيهه نحو فعلٍ إنجازيٍّ هو القتال مع الخطيب لنيل الشهادة، وأن هذه المعطيات تؤسِّس للحجة التي عرضها "فما نسيهم ربُّهم"، مستخدماً **الفاء** بوصفها رابطاً حجاجياً يدلُّ على ارتباط المعطى بالحجة، وفي غمرة هذا الانفعال يساند حجته مؤكداً ثواب الهداية، وأنهم ممن يذكرهم الله، بتوظيف قرآنيٍّ لقوله تعالى: ﴿وَمَا نَنْزِلُ إِلَّا بِأَمْرِ رَبِّكَ لَهُ مَا بَيْنَ أَيْدِينَا وَمَا خَلْفَنَا وَمَا بَيْنَ ذَلِكَ وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا﴾<sup>64</sup> مريم، نعلم أن الشاهد القرآني من الحجج الجاهزة التي لا تحتاج إلى تفسير، وهي تشير خشوع المتلقي المسلم من خلال هيمنتها المطلقة على النفوس، وبذلك يكون قد وضع الحجة برهاناً غير قابلٍ للجدل، إذ يورد الشاهد على برهانه من نصٍّ لغويٍّ مقدَّس هو فوق كلِّ شبهة، ولذلك كان انقياد المتلقي مُنجزاً رغم **المغالطة** التي استدرجه إليها مُنتج الخطاب، ويمكننا تمثيل المحاجة وفق الآتي:

<sup>1</sup> - ينظر: برنار لويس، لغة السياسة في الإسلام، مرجع سابق، ص 145-146.

<sup>2</sup> - نرجس باديس، المشيرات المقامية في اللغة العربية، ص 270.

<sup>3</sup> - حول الفعل التمريبي ينظر: بول ريكور بول، نظرية التأويل الخطاب وفنائ المعنى، ص 41.



وبعد أن اطمان الخطيب إلى أنه بدأ يؤثر في نفوس متلقّيه، واعتقد أنهم اطمأنوا إليه وعازمون على تلبية دعوته راح يوصيهم بتقوى الله وحسن القيام والبلاء في سبيل الله، فقال: "أَوْصِيكُمْ بِتَقْوَى اللهِ، وَحُسْنِ الْقِيَامِ عَلَى مَا وَكَّلَكُمُ اللهُ بِالْقِيَامِ بِهِ، فَأَبْلُوا اللهُ بِلَاءً حَسَنًا فِي أَمْرِهِ وَذِكْرِهِ، أَقُولُ قَوْلِي هَذَا وَأَسْتَغْفِرُ اللهُ لِي وَأَكُم"، ولذلك يكون قد مرر دعوته، وأثار حفيظة الحاضرين مذكراً إياهم بأنه يستغفر الله له ولهم إن كان قد حصل منهم ما يُغضب الله، وفي ذلك إشارة خفية إلى أنه متواضع أمام أمر الله رغم أنه من بقية أهل العلم، فهو مجرد إنسان خاطيء، وتلك إستراتيجية توجيهية توضح أنه أقلهم، ولكنه أمر فأمّر وكلف فتكلف، وعليهم التصديق والطاعة، وبذلك يكون قد أرسى دعائم خطابه في خاتمة **تتلطف بالمتلقي**، وهي تطابق شرط أرسطو الذي يوصي الاستهواء برفق في الخاتمة؛ ليتمكّن الخطيب من توجيه سامعيه وفق مقاصده الخاصة.

وفي جانب آخر عمد الخطيب إلى اختيار النعوت أو الصفات، (فالصفات تنهض بدور حاجي يتمثل في كون الصفة إذ نختارها تجلو وجهة نظرنا وموقفنا من الموضوع، والقصد من إطلاق الصفة تحديد نوع الموقف الذي ينبغي أن نحكم به عليه... وإطلاق الصفات المفيدة مدحاً أو ذمّاً هو من قبيل المصادر على المطلوب في كلمة واحدة)<sup>1</sup>، ولذلك عندما يقول: "مَنْ رَزَى فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ سَرَقَ فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَرِبَ الْخَمْرَ، فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَكَّ فِي أَنَّهُ كَافِرٌ، فَهُوَ كَافِرٌ" يعمد إلى إطلاق صفة **الكفر** على الزاني الذي قد تكون عقوبته الجلد، وعلى شارب الخمر أيضاً، وعلى الشك في النفس، ومن خلال ذلك يحدد وجهة نظر المتلقي من خلال **مصادرة رأيه** وجعله يقتنع ويتوافق مع الخطيب، ليس فقط على إدانة الزاني وشارب الخمر، والذي يشك في إيمانه، وإنما على نوعية العقوبة المستحقة، وهي أن من يقوم بالأعمال السابقة كافر بنظر الخطيب والمخاطب، والكافر يجب أن يُقتل؛ وفي سياق آخر، عندما يقول: "تَدْعُوكُمْ إِلَى فَرَائِضَ بَيِّنَاتٍ، وَأَيَّاتٍ مُحْكَمَاتٍ، وَأَثَارٍ مُقْتَدَى بِهَا، وَتَشْهَدُ أَنَّ اللهَ صَادِقٌ فِيمَا وَعَدَ، عَدْلٌ فِيمَا حَكَّمَ"، يحاول تمرير **فكر الخوارج** من خلال إيهام المتلقي بأن هذه الفرائض البينة والآيات المحكمة هي ذاتها الأفكار الإسلامية التي يعطف عليها آثاراً مقترنة بها دون أن يحدّد ماهية هذه الآثار، وإنما يوظف هذه التقنيّة مطلقاً النعوت في شعارات واسعة تثير

<sup>1</sup> - ينظر: عبد الله صولة، في نظرية الحجاج، مرجع سابق، ص 31-32.

صوراً في ذهن المتلقي المسلم، وبخاصة تلك العبارات التي تمتلك إجماعاً وخشوعاً من الجماهير المسلمة، مثل "الفرائض، الآيات، الله صادق، الله عدل، شهادة..."، فالعقل والمحاجات العقلانية لا يُمكنهما مقاومة سحر تلقي هذه الصياغات التعبيرية، وكأن هذه الملفوظات تمتلك سراً وقوةً وقدرةً على تفعيل انقياد السامعين إلى حيث يريدُهم الخطيب.

**أما توظيف التكرار:** فقد كرّر الخطيب لفظة **الحلال** بصيغة المصدر التي تفيد إطلاق الحكم الذي لا رجعة عنه، وقد أكد ذلك في قوله: "رَضِينَا بِالْحَلَالِ حَلَالًا لَا نُبْغِي بِهِ بَدِيلًا، وَلَا نَشْتَرِي بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا"، ثم كرّر لفظة **الحرام** مستخدماً الجنس الاشتقائي بين الفعل ومصدره من باب المجانسة اللفظية التي ربطت الفعل بالمصدر في قوله: "وَحَرَمْنَا الْحَرَامَ وَتَبَدُّنَاهُ وَرَاءَ ظُهُورِنَا"، وفي ذلك تأكيدٌ للتحريم في صورة بيانية، إذ ركب سبيل الاستعارة وجسد الحرام شخصاً منبوءاً ملقى وراء الظهر، وهنا تجاوز للحرام باتجاه الحلال، وتغيير منه، فما نضعه وراء ظهورنا يصبح ماضياً لا نلتفت إليه، ولا نعتد به، وما نبذناه يكون مستقبلاً لا يستهوي فينا شعوراً، ولا يستميل فينا عاطفةً، كما لجأ إلى تكرار الحكم على مُرتكب الحرام في قوله: "فَهُوَ كَافِرٌ"، إذ جاء هذا التكرار في مقام الوعد والوعيد والتوهيل والتعظيم لمن يزني ويسرق ويشرب الخمر، من خلال وصفه **بالكفر** الذي يقتضي قصاصاً شديداً، كما أن تكراره أسلوب الشرط الذي يقوم على البناء الثلاثي المكوّن من الأداة "مَنْ" وفعل الشرط وجوابه والذي جاء بترتيب ونظام واحد أعطى الإيقاع انسجاماً يستميل المخاطب، ويهيئه لتمرير مقاصد الخطيب الحاملة اتهام المخاطب وتهديده ضمن مغالطات تتجاوز ما جاء من أحكام حول هذه القضايا في النصّ القرآني، ليكون **لأسلوب الشرط في سياق الخطبة وظيفة تداولية هامة هي الاتهام في تهديد ووعيد**، وتكراره تأكيد لهذه الوظيفة؛ يضاف إلى ذلك نسقها الذي يستحضر الشرط في لغة القرآن كما في قوله تعالى: ﴿وَمَنْ يَقْتُلْ مُؤْمِنًا مُتَعَمِّدًا فِجْرًاؤُهُ جَهَنَّمَ خَالِدًا فِيهَا...﴾<sup>93</sup>، وجاء تكراره للفظة "الفرائض" تذكيراً بواجبات المخاطب، وتأكيداً على الالتزام الديني الذي ينطلق منه الخطيب.

**كان لأفعال الكلام دور في الإقناع والتأثير:** فقد بُنيت الخطبة على مجموعة من الأفعال الكلامية التي تفاوت تأثيرها تبعاً لأغراضها الإنجازية، وإذا نظرنا إلى المستوى الأول من أفعال الكلام، وهو الفعل النطقي "فعل القول"، نجده قد تحقّق تركيبياً ودلالياً عبر إنجاز المتواليات اللفظية بمعانيها الدلالية أمام مخاطب مستمع؛ أما المستوى الثاني من أفعال الكلام، وهو **الفعل الغرضي** "الإنجازي" المتضمن في القول، فقد وظّف إمكانات اللغة وقدراتها التأثيرية في المتلقي لاستمالاته وإقناعه، بخاصة أنه حاضرٌ وجهاً لوجه مع منتج الخطاب: بدأ ابن الكندي خطبته بفعلٍ إنجازيٍّ مباشرٍ يقع ضمن **الممارسات التشريعية** مظهراً سلطته ومكانته بوصفه المكلف بالدعوة، فيقول: "إِنَّا نَدْعُوكُمْ إِلَى كِتَابِ اللَّهِ تَعَالَى وَسُنَّةِ نَبِيِّهِ وَإِجَابَةِ مَنْ دَعَا إِلَيْهِمَا"، ثم ينتقل إلى نمط آخر من الأفعال الإنجازية، وهو **أفعال الرأي** ليبين للمخاطب أن منطلقاتهما الأيديولوجية تتقاطع متشاركةً في عقيدة واحدة هي "الإسلام ديننا"، ونبى واحد "محمد ﷺ"، وقبله واحدة "الكعبة قبلتنا"، وكتاب واحد "القرآن إمامنا"، وهو عبّر هذه الأفعال يثير العاطفة الدينية للمتلقي، ويخاطبه بما يؤمن ويُجلُّ ويُقدِّس، مؤسساً لمصادقية تلغي الفوارق الطبقيّة، وتقوّي جسور التواصل بينهما، وتحمّل المخاطب على الاقتناع والانقياد للمرسل؛ وبعد ذلك راح يسرد مجموعة أفعالٍ مستخدماً رموزاً تثير عاطفة المتلقي، مثل "الحلال والحرام"، فيقول: "رَضِينَا بِالْحَلَالِ حَلَالًا لَا نُبْغِي بِهِ بَدِيلًا، وَلَا نَشْتَرِي بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا، وَحَرَمْنَا الْحَرَامَ وَتَبَدُّنَاهُ وَرَاءَ ظُهُورِنَا"، إذ تبدو هذه الأفعال الإنجازية المباشرة في ظاهرها **أفعالاً سلوكية** تبين موقفه من الحلال والحرام، ولكنها في حقيقتها **أفعالاً تقريرية**، هدفها إحداث تغيير في العالم الخارجي، عبّر قيمة إنجازية توجيهية، غرضها إقناع المخاطب بأفكار الخوارج الإباضية، وحمله على الخضوع والطاعة.



وكان إستراتيجية ذكر العواقب حضوراً على مستوى الأفعال الكلامية، بوصفها من الآليات المباشرة، ثم الصريحة التي تربط إنجاز الفعل بالنتائج، وهذا ما يستعمله الخطيب ليوجّه المخاطب وفق ما يريده من مقاصد وأغراض، وتتضح النتائج من خلال استخدام الشرط بوصفه موجّهاً حاجياً، وهو يتكون من فعل الشرط وجوابه، لأن الآلية أو "الأسلوب" يجمع في بنيته العميقة بين دلالاتي أسلوب الأمر والنهي معاً<sup>1</sup>، ومن بعد ينتج عنها خطابان، نلاحظهما في قوله: " مَنْ رَزَى فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ سَرَقَ فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَرِبَ الْخَمْرَ، فَهُوَ كَافِرٌ، وَمَنْ شَكَ فِي أَنَّهُ كَافِرٌ، فَهُوَ كَافِرٌ"، ويتجلى هذان الخطابان في الجزء المعطى " فعل الشرط" على مستويين، الأول دلالي يضعها ضمن الأفعال التمثيلية "الإعلانية" التي تصف وضعاً معيناً هو " الزنى - السرقة - شرب الخمر - الشك"، والثاني مستوى تداولي توجيهي يتجسدُ أمراً ونهياً ضمن طائفة الطلبات من الأفعال الإنجازية التي تحدت عنها سيرل، أما التالي من القضية الشرطية "جواب الشرط"، فهو قرارٌ وحكمٌ يصدره الخطيب على المتلقي ضمن فئة الحكميات من الأفعال الإنجازية، وذلك في قوله: " فهو كافر"، ويمكن أن نُملئه وفق الآتي:

التمثيلات	نهي	الطلبات	أمر	الحكميات
من زنى	لا تزن	ابتعد عن الزنى	أمر	فَهُوَ كَافِرٌ
من سرق	لا تسرق	ابتعد عن السرقة		فَهُوَ كَافِرٌ
من شرب الخمر	لا تشرب الخمر	ابتعد عن شرب الخمر		فَهُوَ كَافِرٌ
من شك أنه كافر	لا تشك	ابتعد عن الشك		فَهُوَ كَافِرٌ

يتابع الخطيب انطلاقاً من سلطة المنتصر، ومن المعطيات الدينية المشتركة بين المرسل والمتلقي توجيه المخاطب بأفعالٍ إنجازية مباشرة يستمدّها من فئة الممارسات التشريعية "التنفيذيات" داعياً إياه إلى التمسك بمسلمات العقيدة الإسلامية التي يتوافق عليها جميع المسلمين، بوصفها تنبئ الخشوع عندما يذكر الفرائض والآيات، وتنبئ الرهبة عندما يذكر الوعد والوعيد والمنكر، فيقول: " نَدْعُوكُمْ إِلَى فَرَائِضَ بَيِّنَاتٍ، وَأَيَاتٍ مُحْكَمَاتٍ، وَأَثَارٍ مُتَدَدِي بِهَا، وَنَشْهَدُ أَنَّ اللَّهَ صَادِقٌ فِيمَا وَعَدَ، وَعَدْلٌ فِيمَا حَكَمَ، وَنَدْعُو إِلَى تَوْجِيهِ الرِّبِّ وَالْيَقِينِ بِالْوَعْدِ وَالْوَعْدِ، وَأَدَاءِ الْفَرَائِضِ، وَالْأَمْرِ بِالْمَعْرُوفِ، وَالنَّهْيِ عَنِ الْمُنْكَرِ"، ولكنه يمرر مقاصده التداولية عبر إستراتيجية تلميحية فيلحق أفعالاً غير مباشرة بتوجيهاته السابقة، وهي "...الولاية لأهل ولأية الله، والعداوة لأعداء الله"، لأنه قد يتعذر على المتلقي التوافق مع المرسل حول هذين الفعلين "ولاية أهل الولاية وعداوة أعداء الله"، ولذلك كان الإنجاز مضمراً أفتع به المرسل المخاطب بأنه من أهل الولاية الذين أوصى الله بطاعتهم.

يتابع إستراتيجيته التلميحية موجّهاً إلى وجوب طاعته بوصفه من بقية أهل العلم، فيقول: " إِنْ مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ أَنْ جَعَلَ فِي كُلِّ فِتْرَةٍ بَقَايَا مِنْ أَهْلِ الْعِلْمِ، يَدْعُونَ... يُفْتَلُونَ عَلَى الْحَقِّ فِي سَالِفِ الدُّهُورِ شُهَدَاءَ، فَمَا نَسِيَهُمْ رَبُّهُمْ، وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا"، وهو حين يفصل بذكر أوصافهم يشير إلى نفسه مظهراً تفوقه على الآخرين من جهة، ويحرض المتلقي لاتباعه، والسير في طريقه من جهة أخرى.

ينتقل الخطيب في ختام خطبته إلى توظيف الأفعال التوجيهية "الأمريات - الطلبات"، فيقول: " أَوْصِيكُمْ بِتَقْوَى اللَّهِ، وَحُسْنِ الْقِيَامِ عَلَى مَا وَكَّلَكُمْ اللَّهُ بِالْقِيَامِ بِهِ، فَأَبْلُوا اللَّهَ بِلَاءً حَسَنًا فِي أَمْرِهِ وَذِكْرِهِ"، والغرض منها حمل المخاطب على التمسك بتقوى الله وأداء الفرائض، ونصحه والإلحاح عليه بذلك، وهو تكرارٌ لكلامه السابق "تدعوكم إلى فرائض..."

<sup>1</sup> - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، مرجع سابق ص 362-363.

النهي عن المنكر"، بعد ذلك يأتي **بفعل تعبيرياً** يكشف عن حالته النفسية تجاه مضمون الخطاب، ويبين أنه قد انتهى من الخطبة بطلب الاستغفار من الله سبحانه وتعالى لذاته وللمخاطب في موقف وجداني يقتنع المخاطب فيه بأن الخطيب بوصفه من أهل الولاية ومن بقية أهل العلم سيكون دعاؤه مستجاباً، فيقول: " أَقُولُ قَوْلِي هَذَا وَأَسْتَغْفِرُ اللَّهَ لِي وَلَكُمْ".

إن لأفعال الكلام دوراً هاماً في بناء الخطاب الإقناعي لهذه الخطبة، والذي يبني على أفعال "مباشرة وغير مباشرة"، تنوعت أغراضها الإنجازية لتحقيق غاية التأثير في عقل المتلقي ووجدانه، وكان لا بد لها من نتيجة تداولية متحققة هي **الفعل التأثيري** المتمثل في محاولة إقناع المخاطب بأنه ابتعد عن الحق والصواب، ولكي يعود إلى الهداية والحق، ويبتعد عن الضلال يحتاج إلى اتباع أهل ولاية هم من بقية أهل العلم ممن اختصهم الله بالدعوة إلى تطبيق تعاليمه ووصاياه، وشملهم بالرعاية، وبارك جهادهم في سبيل الحق، ويمثل هؤلاء منتج الخطاب بسلطته السياسية والدينية والعقائدية بوصفه القائد المنتصر والزعيم السياسي والديني.

#### **الخاتمة والنتائج:** نخلص من التحليل السابق إلى مجموعة نتائج، نصلها كالآتي:

استهدف الخطيب " المرسل " في خطبته إقناع مخاطب يؤمن بالله رباً والقرآن كتاباً ومحمد ﷺ نبياً وبالفراسخ والأحكام التي جاء بها، والتي شكّلت دعائم حاجية سياقية ساعدته في فرض سلطته داخل الخطاب معتمداً على إرث ديني ووصايا إلهية جسدها قوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ ﴾ النساء:59، ولذلك حاول المرسل **تمكين هذه الحقيقة في نفس المتلقي لإقناعه** بحجج تعتمد معطيات قبلية خالصة، وهي من مسلمة العقيدة الإسلامية.

اللبعد الإقناعي التأثيري في الخطبة لا يبني على حجة منطقية عقلية خالصة وفق المفاهيم الأرسطية، ولكنه يبني على منكمأ سياقي أسهمت في صياغته حجج عقلية واستمالات عاطفية أسس من خلالها عقداً تواصلياً جديداً بين المرسل والمتلقي، مُرسِل لبس ثوب التقوى، وأقنع المخاطب بأنه من بقية أهل العلم ممن يجب اتباعهم والانقياد لهم، ومتملق يريد أن يكون مع الحق، وممن يذكرهم الله، بعد أن وجد نفسه مُتهماً بالضلال.

لنطلق الخطيب من أفكار مُسلم بها لدى الجمهور المتلقي إلا أنه جاء بطروحات تتضمن **بدائل سياقية** لمرحلة الحكم الأموي مكنته من استمالة المتلقي وإقناعه، واستخدم إحياء تقوم على **هدم الأنماط والعلاقات والأحكام** القائمة في المجتمع واستبدالها بأخرى تخدم توجهات الخطيب وأغراضه.

ليس الإقناع مجرد فكرة أو تنظير، بل هو فعل إنجازي يتوخى تحريك المتلقي نحو فعل أو فكرة أو سلوك، أو الحمل على اعتقاد شيء ما، أو الوصول إلى إقناع بفعل شيء أو تركه، وعندما يتحقق هذا التأثير نصل إلى لازم فعل الكلام أي العمل بطريقة استدلالية أو استنتاجية خارج لفظ العبارة.

اعتمد الخطيب إستراتيجية تتضمن **استدعاء اللغة القرآنية** بوصفها لغة المخاطب وثقافته، وهي ترتبط

بالمقدس عندهم، فالمقدس هو القرآن، ولذلك كانت أقرب إلى التأثير في الفهم والإقناع.

من أدوات الإقناع توظيف أفعال كلامية وأساليب تعبيرية وتركيب لغوية بليغة، لتحقيق أثر تداولي غايته تمرير أغراض الخطيب والتأثير في المخاطب، وتعبئته فكراً وعقائدياً ضمن منظومة الخوارج الإباضية.

## المصادر والمراجع:

- 1 القرآن الكريم.
- 2 ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم لمسان العرب. د ط، بيروت، لبنان، دار صادر، د ت.
- 3 أبو الحسين، أحمد ابن فارس بن زكريا، مقاييس اللغة. ط1، بيروت، لبنان، دار الجيل، 1991.
- 4 أبو الفرج، علي بن الحسين بن محمد بن أحمد بن الهيثم المرواني الأموي القرشي الأصفهاني، الأغاني، ج20، ط1، بيروت، لبنان، دار إحياء التراث العربي، 1415.
- 5 أرسطو طاليس، الخطابة. حققه وعلق عليه عبد الرحمن بدوي، د.ط، بيروت لبنان، دار القلم، 1979.
- 6 أرسطو طاليس، فن الخطابة. ترجمة: إبراهيم سلامة، ط1، مصر، مكتبة الأنجلو المصرية، 1953.
- 7 جاديس، نرجس، المشيرات المقامية في اللغة العربية. ط بلا، تونس، مركز النشر الجامعي، جامعة منوبة، 2009.
- 8 الجاحظ، أبو عثمان عمر بن بحر بن محبوب بن فزارة الليثي الكندي البصري، البيان والتبيين. ج1، تحقيق وشرح عبد السلام هارون، ط7، مصر، مكتبة الخانجي، 1998.
- 9 الجرجاني، عبد القاهر، دلائل الإعجاز. اعتنى به محمد علي زينو، ط1، بيروت، لبنان، مؤسسة الرسالة، 2005.
- 10 الجباشة، د.صابر، التداولية والحجاج مدخل ونصوص. ط1، دمشق، سورية، دار صفحات للدراسات والنشر، 2008.
- 11 -الدباغ، د فخري، غسل الدماغ دراسة نفسية اجتماعية لظاهرة التمهذب وتحويل الاتجاهات. ط1، بيروت، لبنان، دار الطليعة للطباعة والنشر، 1982.
- 12 -راضي، د.عبد الحكيم، نظرية اللغة في النقد العربي. ط1، القاهرة، مصر، المجلس الأعلى للثقافة، 2003.
- 13 -رشتي، جبهان أحمد، الأسس العلمية لنظرية الإعلام. ط2، مصر، دار الفكر العربي، 1975.
- 14 -ريكور، بول، نظرية التأويل الخطاب وفائض المعنى. ترجمة سعيد الغامدي، ط1، الدار البيضاء، المغرب، المركز الثقافي العربي، 2006.
- 15 -الزيات، أحمد حسن، دفاع عن البلاغة. ط2، القاهرة، مصر، عالم الكتب، 1967.
- 16 -سعد، فاروق، فن الإلقاء العربي. شركة الحلبي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط2، 1999.
- 17 -شارودو، باتريك-منغنو، دومينيك، معجم تحليل الخطاب. ترجمة عبد القادر المهيري، حمادي صمود، مراجعة صلاح الدين الشريف، د.ط، تونس، دار سيناترا المركز الوطني للترجمة، عام 2008.
- 18 -الشهري، عبد الهادي بن ظافر، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية. ط1، لبنان، دار الكتاب الجديد المتحدة، 2004.
- 19 صالح يس، عمرو، التفكير النقدي مدخل إلى طبيعة المحاجة. تقديم د. جاسم سلطان، ط1، بيروت، لبنان، الشركة العربية للأبحاث والنشر، 2015.

- 20 صفوت، أحمد زكي، *جمهرة خطب العرب في عصوره العربية الزاهرة*. ج2 العصر الأموي، ط1، مصر، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1933.
- 21 -صليبا، جميل، *المعجم الفلسفي*. الجزء الأول، د. ط، بيروت، لبنان، دار الكتاب اللبناني، 1982.
- 22 -صولة، د. عبد الله، *في نظرية الحجاج: دراسات وتطبيقات*. ط1، الشركة التونسية للنشر والتوزيع وتمتية فنون الرسم، 2011.
- 23 -الطبطبائي، سيد هاشم، *نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب*. د.ط، الكويت، مطبوعات جامعة الكويت، 1994.
- 24 -عادل، د. عبد اللطيف، *بلاغة الإقناع في المناظرة*. ط1، الجزائر، منشورات الاختلاف، 2013.
- 25 -عباس، د. حسن فضل، *البلاغة فنونها وأقنائها*. ط4، إربد، الأردن، دار العرفان للطباعة والنشر والتوزيع، 1997.
- 26 عرقوب، إبراهيم، *الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي*. ط1، عمان، الأردن، دار مجدلاوي، 1993.
- 27 -العسكري، أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل، *كتاب الصناعتين الكتابة والشعر*. ط1، مصر، دار المعارف، 1320هـ.
- 28 عشير، د. عبد السلام، *عندما نتواصل نغيّر مقارئة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج*. ط بلا، دار أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، 2006.
- 29 عكاشة، د. محمود، *دراسة تطبيقية لأساليب التأثير والإقناع الحجاجي في الخطاب النسوي في القرآن الكريم*. ط1، القاهرة، مصر، دار النشر للجامعات، 2014.
- 30 -العمرى، محمد العمري، *في بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية-الخطابة في القرن الأول أمودجاً*. ط2، بيروت، لبنان، دار أفريقيا الشرق، 2002،
- 31 -الفيروز آبادي، مجد الدين محمد يعقوب، *القاموس المحيط*. تحقيق محمد نعيم عرقسوسي، ط8، بيروت، لبنان، مؤسسة الرسالة، 1426هـ، 2005م.
- 32 -القرطاجني، حازم، *منهاج البلغاء وسراج الأدباء*. تحقيق محمد الحبيب ابن الخوجة، ط3، بيروت، لبنان، دار الغرب الإسلامي، 1986.
- 33 -لويون، غوستاف، *سيكولوجية الجماهير*. ترجمة هاشم صالح، ط1، بيروت، لبنان، دار الساقى، 1991.
- 34 -لويس، برنار، *لغة السياسة في الإسلام*. ترجمة د. إبراهيم شتا، ط1، ليماسول، قبرص، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 1993.
- 35 -مصباح، عامر، *الإقناع الاجتماعي "خلفيته النظرية وآلياته العملية"*. ط1، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 36 -مصطفى، عبد الله علي، *مهارات اللغة العربية*. ط1، عمان، الأردن، دار المسيرة، 2002.
- الدوريات والمجلات:**
- 1 بركان، محمد، *الخطاب الحجاجي والاتصال*. كتابات معاصرة. مجلة الإبداع والعلوم الإنسانية، بيروت، لبنان، ع 58، 2005.

- 2 رشيد، د. الرضي ، *الحجاجيات اللسانية عند أنسكو مير وديكرو* . عالم الفكر. ع 1، مج 34، سبتمبر 2005.
- 3 العبد، محمد، *النص الحجاجي العربي* . مجلة فصول للنقد الأدبي. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ع 60، 2002.
- 4 عبقرى، يوسف، *الإقناع والمغالطة* . مجلة دراسات أدبية. ع5، س3، 1986.
- 5 مصطفى، د. معنصم بابكر ، *من أساليب الإقناع في القرآن الكريم* . نشر ضمن سلسلة كتاب الأمة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية. الدوحة، قطر، العدد95، ط1، 2003.

#### المراجع الأجنبية:

- 1- JACQUES MOESCHLER; ANTOINE AUCLIN, Introduction a La Linguistique Contemporaine, Armand Colin, Paris, 2000.
- 2- OLIVIER REBOUL: Introduction a' La Rhétorique, pub, Paris, T2, 1994.
- 3- RUTH AMOSSY , L'argumentation dans Le discours, Nathan, Paris, 2000.