

الأبعاد التداولية للخطاب المسجدي - خطب الجمعة أنموذجا -
Pragmatics Dimensions of the Mosque Rhetoric: A Case
Study of the Friday Sermons

* د. خديجة ابراهيمي

Khadidja Brahimi

جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)

University of Biskra/ Algeria

تاريخ النشر: 2019/12/01	تاريخ القبول: 2019/08/20	تاريخ الإرسال: 2019/03/22
-------------------------	--------------------------	---------------------------

مُلَخَّصٌ لِلْبَحْثِ

يعدّ الخطاب المسجدي أو الخطب المنبرية من أهم الوسائل الاتصالية بين الخطيب والسامعين فتمثل بدورها فعلا كلاميا دينيا واجتماعيا يحمل صوت رسالة التوحيد والإسلام في أبعادها وأهدافها، نبحث من خلالها عن مقصدية الإرسالية، وعن قوتها الإنجازية المتمثلة في الدعوة إلى الله، وتثبيت الإسلام في قلوب المؤمنين، وذلك لإحداث الفعل التأثيري هو الاقتناع بشمولية الرسالة /الإسلام والوصية بتقوى الله .

الكلمات المفتاح : تداولية؛ خطب الجمعة؛ اتصال؛ فعل الكلام؛ إقناع.

Abstrat:

The mosque rhetoric or the pulpit speeches are one of the most important means of communication between the Khatib and the audience, they represent in turna religious and social speech which carries the voice of the message of Tawheed and Islam in its dimensions and objectives. We seek through it the purpose of the mission and its delivery power of preaching God's word and establishing Islam in the hearts of the believers, so that the act of influencing is the conviction of the totality of the message / Islam and the commandment of the piety of God.

Keyword: Pragmatics, Friday Sermons, Communication, Act of Speech, Persuasion.

* خديجة ابراهيمي . khadidjabra@gmail.com



تمهيد:

يمثل الخطاب المسجدي (خطبة الجمعة أو العيدين)، أو الخطب المنبرية وجها من وجوه المشهد الديني والثقافي، نمط حياتي وفعل ديني للأمة الإسلامية، ومظهر من أهم مظاهر حياة الفرد و هوية الإنسان المسلم، فصلاة الجمعة نداء وأمر من رب العالمين إلى عباده المؤمنين سعيا لذكره، ومشعر مقدّس يتواصل المسلمون من خلاله في كل يوم من الأسبوع مع الله في مكان مقدّس - المسجد -، فارتبط -المسجد- من المنظور التداولي بالبعد الوظيفي حامل لدلالات دينية و روحية ونفسية، فارتبط المكان في هذا الخطاب بيوم الجمعة وبالوظيفة التي يقوم بها الإمام أولا: ماهية الخطاب المسجدي (خطبة الجمعة) :

تعرف الخطبة في لسان العرب بأنها "خطب:الخطب:الشأن أو الأمر، صغر أو عظم، وقيل هو سبب الأمر. يقال: ما خطبك؟ أي: ما أمرك؟ وتقول: هذا خطب جليل، وخطب يسير. والخطب: الأمر الذي تقع فيه المخاطبة، والشأن والحال، ومنه قولهم: جل عظم الأمر والشأن¹، وأشمل ما تعرف به الخطابة هو أنها فنّ قولي، يقصد به الإبلاغ مع التأثير في الجمهور عن طريق السمع والبصر.

بعدّ الخطاب المسجدي « إنتاجا سوسيوثقافيا يصاغ في سياقات اجتماعية وثقافية وأعراف استقر عليها المجتمع الذي تحدث فيه عملية التواصل »²، فيكون الإمام أداة التوسط المثلى وصوت رسالة التوحيد قناة للتواصل بين العبد وربه، فالسلطة الدينية -الإمامة-، تحوله ليحمل الأبعاد الدينية والاجتماعية والإيديولوجية والسياسة والاقتصادية لها، هدفها ديني بالدرجة الأولى وكأن الخطبة تمثل « عارض لبضاعة وبين زبون محتمل مضطرا - اجتماعيا أو نفعيا أو جماليا- إلى استعمال هذه البضاعة في تدبير شأنه اليومي »³، فتكون هذه البضاعة هي الدعوة إلى تقوى الله و نيل الجنان لأن التواصل الديني لا يتم إلا بالتذكير ودعوة إلى الله وأمر للتدبر في كونه المنظور والمسطور، وهذا ما يقودنا للحديث عن المقاصد والأهداف والقضايا التي يدخل الخطيب من أجلها في عملية الحوار والتفاعل مع المستمعين والحاضرين، وذلك لتبليغ أهداف وغاية رسالة التوحيد وتعدّ الوصية بتقوى الله شرطا أساسيا وركنا ركيزا به وعليه تقوم الخطبة.

ثانيا:خطبة الجمعة وخصائصها:

يراهن الخطيب أو الإمام من خلال الصناعة المحكمة لخطبته التأثير في السامع ثم إقناعه بما يقول، فنجد أنّ الخطيب يستحضر مقصده قبل كتابة الخطبة، معتمدا في ذلك على مجموعة من الخصائص والآليات الخاصة التي يعتمد عليها في الإنشاء، فيبنى خطبته على بعدين ضروريين لا يمكن أن نلقاها و نؤلها إلاّ بهما :

1- البعد اللغوي:(الصوتي):

يتمثل البعد اللغوي في النسق اللغوي الذي يتحكم في طرائق القول والإنجاز لمجتمع ما، وترتبط طبيعة الخطبة بالتبليغ الشفوي تكون السلطة للكلمة المنطوقة، فيلجأ الإمام الاعتماد على اللغة التي ينطق بها المجتمع الذي يتوجه إليه بالخطبة، فيشترط في الخطيب الفصاحة و تكون له القدرة على الإبلاغ والبيان، والكفاءة لإيضاح معانيه، لكي يمارس فعل التأثير ولاستهداف أكبر شريحة ممكنة من المتلقين، للتأثير وتحقيق الاستجابة لما يدعو له.

2- البعد المتمثل في مراعاة قدرة الناس على الفهم:

يعمل الخطيب على مراعاة أحوال مستمعيه لأنّ الناس تتباين عقولهم « وتختلف فهمهم، فهّم على درجات في الفهم، والخطيب يخاطب أناسا كثيرا، فكان واجبا عليه مراعاة قدرة الناس على فهم ما يقول لئلا يصير ذلك القول فتنة لهم، مثال ذلك: تكليم الناس في دقائق العلوم وصعاب المسائل التي لا تصل إليها أفهامهم ولا تدركها عقولهم، كمن يحدث عوام الناس بدقائق المسائل في القضاء والقدر وهي مسائل لا يصلح ذكرها لعوام الناس ولا يدركها إلا خواصهم وقد عد "الإمام الشاطبي" تكليم الناس في هذه الدقائق من باب البدعة الإضافية فقال: ومن ذلك التحدث مع العوام بما لا تفهمه ولا تعقل مغزاه فإنه من باب وضع الحكمة في غير موضعها»⁴، فيكون موضوع الخطبة « هو لبها وروحها، وبحسب الموضوع يكون أثر الخطبة، والخطيب الذي يقدر سامعيه ويحترمهم ويقدر أوقاتهم ويظن بما أن تضييع بغير فائدة يحرص غاية الحرص على موضوع الخطبة ويجتهد غاية الاجتهاد في أن يكون موضوعها نافعا للناس ويتبدى فقه الخطيب وحسن اختياره للموضوعات»⁵، فالخطيب الناصح يحرص على ما ينتفع به السامعون فيضمّن خطبته المعاني الرفيعة والعبارات الفصيحة، ولا يتعرض لما لا أهمية له مع إقامة الأدلة وما يحتاج إليه المقام في جميع الحالات، وما تمسّ إليه الحاجة وما يهّم التنبيه عليه وترسخه في الأفهام،

ولا يسهب في الكلام الذي يملّه السامعون وينسي بعضه بعضاً، فالخطيب يحتاج إلى إعداد جسّي أو معنوي؛ فإنه إما أن يطالع في الكتب ويراجع مواضيع البحث الذي يريد أن يطرقه، أو يفكر فيه، ويعرض في ذاكرته ما يجب أن يطرقه من الأدلة والتعليقات، فلا يصعد المنبر إلا وقد هيا مقالاته وأعد عدته⁶، ويقسم الخطبة إلى عناصر « يُستحب أن يبدأ بالحمد ويُثني بالصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم ويثالث بالموعظة و يربح بقراءة آية»⁷ من الكتاب، وبهذه الصناعة يمارس فعل التأثير في متلقيه، وتحقيق الفعل المطلوب الذي يدعو إليه.

ثالثاً: في المنهج التداولي وأبعاده:

عولج الخطاب المسجدي أو الخطب الدينية وفق المنهج التفسيري والتأويلي في كثير من الأبحاث والدراسات، والآن نريد مقارنته مقاربة لغوية تداولية، تعالج فيها العلاقة بين العلامات ومستعملها، وتوجيه هذا الاستعمال في مواقف محددة (التواصل) للحصول على المعنى، ولقد ركز البحث على "خطب الجمعة"، كون أن الخطب تتضافر فيها مجموعة من الأنساق اللغوية والحركية (سمعية بصرية)، تتجلى فيها الأبعاد التداولية بشكل واضح وتتوجه فيه توجهها مقصودا وتحت شعار كبير يوطرها الثقافة الإسلامية، فتشكل اتفاقاً ضمنياً يضمن للخطيب التواصل مع المتلقين/السامعين في سياقات ومواقف معينة.

ظهرت التداولية كحقل معرفي متداخل الاختصاصات في الدرس اللغوي والنقدي المعاصر، أعادت النظر في الكثير من القضايا التي تجاوزها البحث اللساني في فهمه للخطاب وتأويله بعزله في قوالب شكلية، إلى فضاء أرحب هو فضاء التداول والتواصل، فوجهت بحثها نحو دراسة قضايا التواصل والتفاعل والبحث عن آلياته وقوانينه واستوعبت أبعادا جديدة كأبعاد علاقة اللغة بالإنسان والمجتمع وبملاساته وظروف الأداء.

وعرّفت التداولية على أنها دراسة اللغة في الاستعمال أو في التواصل، وأن المعنى ليس شيئاً متأصلاً في الكلمات وحدها، ولا يرتبط بالمتكلم وحده ولا السامع وحده، فصياغة الكلام تتمثل في تداول اللغة بين متكلم و سامع في سياق (مادي، اجتماعي، لغوي)، وصولاً إلى المعنى الكامن في كلام ما⁸؛ أي البحث في مرجعيات الإنتاج ومرجعيات التلقي أو هي « دراسة المعنى الذي يقصده المتكلم »⁹ وذلك بالتركيز على قصدية المرسل في التعبير عما يريد، وقدرة المتلقي على الفهم والتأويل للكشف عن هذا المقصد، وهذا ما أقره بول غرايس " (Paule.Grice)؛

حيث شدد في التواصل على « نوايا القائل وعلى فهم المخاطب لهذه النوايا »¹⁰، ثم حاول إيجاد الاختلاف القائم بين ما يقال (المعنى الحرّي) وما يقصد (المعنى المضمّر)، فربط المقاصد بالمقامات فوجدها تتغير بتغيرها.

يقتضي التواصل بدوره من المرسل أن يعقد إرساليته في تناول المتلقي -حقيقيا أم مفترضا - ليستطيع هذا الأخير فك السنن وإقامة التأويل؛ أي أن كل خطاب «كيفما كان نوعه يتم إنتاجه ضمن بنية اجتماعية محددة وتكمن إنتاجيته في كون التفاعل يحصل معه في إطار البنية نفسها، وبانعدام هذا التفاعل تنعدم إنتاجية النص، لذلك نجد العديد من السوسيولسانيين وهم يتحدثون عن النص أو الخطاب يحددونه وهو قيد الاستعمال، لأن في غياب هذا الاستعمال يُغيب التواصل والتفاعل»¹¹

وإذا كان منطلق التفاعل أو التواصل يقدم من طرف المرسل في اتجاه المتلقي، بعد المرسل هو المسؤول عن الإشارات والرموز التي يتم عقدها في الإرسالية وفقا لكفاءاته وقواعده الخاصة [اللغوية/ غير لغوية]، فإنه يتحقق كذلك في صورته العكسية، فليس المرسل وحده من يقوم بإنشاء خطابه وإنما يشاركه متلقيه يقينا منا أن المرسل وهو ينشئ الخطاب يستدعي متلقيا قادرا على أن يتلقى خطابه، حيث يشترط الأول التأثير في الثاني ودعوته للاستجابة، و إذا كان المرسل اعتمد أثناء إنتاج نموذج الإرسالي على مجموعة من الكفاءات اللسانية والاجتماعية والنفسية، فالمتلقي بدوره هو الآخر يعتمد على كفاءة تضاهي أو تفوق المرسل لبناء نموذج التأويلي.

ومع التداولية وجه النظر للغة في بعدها الوظيفي التفاعلي وهي تؤدي الفعل التواصلية بأنواعه حول مضامين معينة؛ فقد يكون للتعبير أو للإخبار أو الإقناع أو التوجيه أو الوعد أو الإنجاز للقيام بالفعل أو تركه في سياق معين، ولذا نجد الفعل التواصلية يرتبط بمجموعة من الآليات والقواعد التي تضبطه وتحقق نجاعته يمكن إجمالها في:

"معيار اجتماعي: ويتمثل في اختيار الاستراتيجية التي تكفل للمرسل التعبير عن المقاصد. معيار شكل الخطاب:، من حيث دلالاته على قصد المرسل مباشرة أو دلالة تلميحية وتمثل في الاستعمالات اللسانية والإدراكية للمرسل وطريقته في عقد الإرسالية حيث يستعمل كل الآليات المنطقية والبلاغية.

معيار هدف الخطاب: تبرز فيه الغاية من التواصل¹²، ولقد أوضح "غوفمان" (Goffman) «أن الجزء الأكبر من رهانات التواصل هي ذات طبيعة رمزية، لذلك فإن التفاعلات الاجتماعية تقتضي في الغالب نوعاً من "الإخراج" الذي يحرص كل شخص بواسطته أن يعطي عن ذاته صورة بارزة، يعتبرها ممثلة لهويته الاجتماعية، ويتشكل رهان التواصل في حسن الظهور ووفاء الفرد لصورته»¹³.

رابعا: العلاقة بين خطب الجمعة والتداولية:

عرضنا فيما سبق ماهيتي كلاً من التداولية وخطبة الجمعة، أما عن أهم النقاط التي يتقاطب ويتقاطع فيها المفهومان فيشتركان في الأبعاد الآتية: كلاهما له هدف وقصد تواصلية وبعد وظيفي ذو طابع نفعي، ونستطيع أن نمثل لهما بالمخطط التالي:

خطاطة التواصل الخطبي:

المرسل (الإمام) ← الخطبة ← المتلقي (المستمعون) ← الهدف (الإقناع/التذكير والتوجيه).
القناة (المسجد/ المنبر). الشفرة (اللسان).

تهدف خطبة الجمعة بوسائطها المتنوعة إلى تحقيق التواصل بين الخطيب و المستمع بواسطة (الحوارية البصرية، المنبر)، مع «إشراك البصر مع السمع مع العقل في الفهم المتكامل»¹⁴ للخطبة، فالتلقي السمعي يضمن لهذا الفعل التحقق وذلك بواسطة التلقي عن طريق الحواس؛ ولعل أهمها فعل السمع والإنصات التي من خلالها نتلقى ونؤول المحتوى القضوي الذي يؤدي دوراً دلالياً وتداولياً في السيرة التواصلية، فيستعمل الخطيب كل هذه الميكانيزمات ليستدرج بها المتلقي ويضغط على وتر إحساسه لتلبية وإشباع رغباته واحتياجاته الروحية، وذلك لتحقيق البعد القصدي المتمثل في الإقناع و تثنين ما يدعو إليه.

خامسا: الأبعاد التداولية لخطب الجمعة:

1- البعد الأول المقصدية:

شكلت المقصدية الحجر الأساس للمنهج التداولي فهي ترتبط بمقصد المتكلم لا تفهم من التراكيب بل على ما تحمله هذه التراكيب أو ما يحاول السامع « أن يفهمه للمتلقى من خلال أقواله اللغوية »¹⁵، فيحاول المتلقي التعرف على مقصدية المتكلم من القول نفسه؛ «كون أن العملية التواصلية القصدية تفرض طرفين إنسانين مرسل ومتلق، وأن المقاصد أنواع: مقصد أولي

يتجلى في المعتقدات والرغبات التي تكون لدى المتكلم، ومقصد ثانوي يكون فيما يعرفه المتلقي من مقاصد المتكلم، ومقصد ثالث ينعكس في هدف المتكلم الذي يريد أن يجعل المتلقي يعترف بأنه يريد منه جوابا ملائما»¹⁶، وإن لم يُفهم القصد فلا ينجح الفعل ولا يحصل التواصل؛ لأنّ المعنى الضمني والمتضمن في القول يحتاج إلى استدلالات وسياق يُمكن من تحديده، ويقر "سورل" **"Searle"** أنّ المقصدية قد « تكون لغوية وغير لغوية، سابقة وحاصلة أثناء العمل»¹⁷، يمكننا أن نسمي كل ما يعتمد على الإمام من استراتيجيات في بناء خطبته من جهازة الصوت وبراعة الاستهلال و التنوع في القرائن النبوية محورا أفقيا « وهذا المحور غير قار ولكنه يتشكل في هيآت مختلفة بحسب المقصدية - الاجتماعية - التي وراءه وهذه العلة الأولى المتحكمة هي ما يسميه بعض الفلاسفة بالمقصدية وإن شئنا دعونا محورا عموديا»¹⁸، حيث أن « توجيه المتكلم أفكاره للسامع قائم على إيمان المتكلم بامتلاك السامع معلومات تؤهله لفهم قصديّة المتكلم، إذا لا ينجح الحوار إذا كانت قنوات المعرفة موصدة بوجه السامع، لأن عملية التأثير والتأثر، وما ينتج عنهما من تبادل للمعلومات والخبرات مهمة في إحداث التواصل»¹⁹، إذا لا بد من ربط بين الخطبة وسياقها الاجتماعي، لكي يتضح لنا مقصد الخطيب، كون أن الخطبة فعل يرام به إقامة التواصل بين الإمام والمتلقي الذي يهدف إلى إثارته ثم إقناعه لتغيير سلوكه، ولكي يتحقق له هذا لا بد من توفره على مجموعة من الاستراتيجيات لعل أهمها معرفة خصوصيات المجتمع ليكيف له الآليات التي يُؤمن بها التواصل.

2- البعد الثاني الإقناع:

يمثل الخطاب الديني عموما وخطب الجمعة خصوصا عملية عقلية تقوم على إقناع المتلقي لما يطرح ويدعو الخطيب له سواء ما تعلق بالجانب العقدي أو الجانب المعاملائي، حيث يستعين الإمام لبناء خطبته على مجموعة من الاستراتيجيات الإقناعية، ولعل أهمها أن تبنى الخطب على شكل طابع حكائي متخذا من الطابع السردى شكلا لها، وهو ما يضمن لها عنصر الانسياق والتشويق لتتبعه وشد انتباهه، حيث يتخلل هذا القص سرد مجموعة من الأخبار والوقائع تكون بمثابة حجج منطقية يحاول من خلالها إقناع السامع، وأن تكون الخطبة متسلسلة تسلسلا علميا يسهل على الناس فهمها، ويضمن نجاعة العملية التواصلية ليحقق الخطيب مقاصده.

فكما أن الخطيب أو الإمام يمتلك آليات خاصة لاستدراج الفرد لفعل التأثير بهدف التغيير، فإنّ المتلقي يحتاج إلى كفاءة توازي كفاءة المنتج مما يجعله « مطالباً باستدعاء جملة من الخبرات والمعارف من اختصاصات مختلفة قصد اكتشاف استراتيجية بنائها وأغراضها في التواصل اللساني»²⁰، لكي يفهم المحتوى القضوي لها، ثم ليحقق فعل الاستجابة سواء اقتنع بأهمية الخطبة من عدمها، فالإمام « عندما يطالب غيره بمشاركته اعتقاداته فإن مطالبه لا تكتسي صيغة الإكراه، ولا تدرج على منهج القمع، وإنما تتبع في تحصيل غرضها سبلا استدلالية متنوعة تجرّ غيره جراً إلى الاقتناع برأي المحاور وقد تزدوج أساليب الإقناع بأساليب الإمتاع، فتكون، إذ ذاك، أقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب، و توجيه سلوكه لما يهبها هذا الإقناع من قوة في استحضار الأشياء، ونفوذ في إشهادها للمخاطب، كأنه يراها رأي العين»²¹، ويكون المتكلم موفقاً « في أداء الحجة المثبتة متى استوفى الشروط التالية:

أ- شرط المضمون القضوي: على المتكلم بأن يأتي بمجموعة من الأحكام الجازمة التي ينطوي كل منها على قضية مخصوصة.

ب- الشرط الجوهرى: ينبغي أن يكون إتيان المتكلم بهذه المجموعة من الأحكام اجتهاداً منه لإثبات الدعوى، أي يكون ذلك سعياً منه إلى إقناع المستمع بصوابها.

ج- شرط الصدق: على المتكلم أن يعتقد صدق هذه الدعوى وصدق القضايا التي جاء بها لإثباتها.

د- الشرط التمهيدى: ينبغي أن يعتقد المتكلم أن المستمع لا يسلم بالدعوى، وأنه يسلم بالقضايا التي جاء بها لإثباتها»²²، وتتم عملية الإقناع للخطب عبر مجموعة من الأدلة يستمدّها الخطيب من آبي القرآن والسنة وقصص الأقوام وأنبيائهم، وذكر بعض الأحداث والوقائع لتكون وظيفتها الأساسية شد الانتباه والضغط على المتلقي (التأثير العقلي)، فيلجأ الخطيب لكل هذه الآليات ليقيم بها خطبته الإقناعية للتأثير في السامعين ودعوتهم للاستجابة وللتسليم والاقتناع لما يدعوه له.

3- البعد الثالث الفعل الكلامي :

يعدّ الفعل الكلامي من أهم الدعائم التي تقوم عليها المقاربة التداولية، وفيه تُحول الأقوال إلى أفعال بحسب "ج.ل.أوستين" (J.L.Austi)، حيث تبدو « وظيفة اللغة الأساسية ليست في إيصال المعلومات والتعبير عن الأفكار؛ إنما هي مؤسسة تتكفل بتحويل الأقوال التي تصدر

ضمن معطيات سياقية إلى أفعال ذات صبغة اجتماعية»²³، وأقر "أوستين" «أن مجرد التلفظ بها على نحو جاد توافق على الأقل إنجاز عمل قولي وعمل متضمن في القول، وتوافق أحيانا كذلك القيام بعمل تأثير بالقول»²⁴، فالفعل الكلامي شديد الارتباط بالسياق الذي يضبط تأويله لإتنا نسجع شيئا ونفهم معه معنى آخر، فتكون الخطبة فعلا كلاميا مجزئياتها من فعل القول وفعل المتضمن في القول والفعل التأثيري بوصفها «عملية تواصلية تتحرك ضمن محيط إنساني، إنها تشير بدورها إلى استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع، وتستعمل بذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير على المتلقي»²⁵، والدفع به إلى الاقتناع والتسليم بأهمية ما يُطرح من قضايا عقائدية وتشريعية واجتماعية يُنظّم بها الفرد المسلم حياته، فيرتبط الفعل الكلامي بردود الأفعال حول فعل الإنجاز؛ وهو ما يسمى بالفعل التأثيري، أين يظهر تأثير الأقول على سلوكيات المستمعين كتغيير المعتقد مثلا الدخول في الإسلام، أو من عدم القيام بالفعل إلى القيام به مثل عدم الزكاة إلى الزكاة ومن عدم المحافظة على الصلاة إلى المحافظة على الصلاة أو إصلاح ذات البين، أو إماطة الأذى عن الطريق، وتحقيق فعل الاستجابة.

➤ التحليل التداولي لخطب الجمعة :

خطبة الجمعة عبارة عن مضمون بصري ولساني حامل لواقعة إبلاغية تستهدف شريحة معينة -المسلمة-، والدفع بها وحثها على وجوب الطاعة وتقوى الله والرضاء بالقضاء؛ بل يتجلى أثرها في تحديد العلاقات وأنماط السلوك، فإننا نجد أنفسنا من خلالها أمام عوالم ثقافية وإيديولوجية متنوعة تقوم على صياغة أجزاء الحياة.

تعدد وتنوع الخطب بتعدد بموضوعاتها « وإذا أريد لخطبة الجمعة أن تقع موقعا، وتؤثر الأثر المنشود، فلا بد من الاهتمام بأمور أولها العناية بموضوع الخطبة فهو روحها، فكم من خطيب بليغ، متوقد العاطفة، يتكلم بضروب من الكلام لا يستفاد منها، لأنه لم يعتن بموضوعها»²⁶ فنجد الخطب السياسية والاجتماعية والدينية، فالأئمة يربطون بين خطب الجمعة وما يتزامن معها من المناسبات الدينية كرمضان والأعياد والحج، أو ما يتعلق بالممارسات السياسية والأحداث التاريخية كالحديث عن نعمة الأمن والاستقرار والحرية ووحدة الأمة الإسلامية.

أولى الأئمة في الآونة الأخيرة اهتماما كبيرا بالقضايا والمشكلات الاجتماعية المستجدة للأمة الإسلامية وذلك لانتشارها الواسع، وما ينجم عن هذه القضايا والآفات من خطر اجتماعي وفساد ديني .

تتعلق طبيعة الخطب المختارة بالمجال الاجتماعي ترتبط « بالحياة الإنسانية بشكل مباشر تؤسس للقيمة الاجتماعية والأخلاقية والحضارية²⁷، تحمل بعدا تداوليا يتمثل في التواصل الأخلاقي يتعلق بطرح قضايا وقيم تمس حياة الفرد والمجتمع، يتمحور هدفها في التقويم وتغيير سلوكيات وتصرفات الأفراد وذلك بتوجيههم باحترام مجموعة من النظم والقوانين الدينية والاجتماعية .

ارتبط هذا النوع من الخطب بفعل حدثي وسياق مقامي ولدته ظروف العصر فكانت الخطب صورا من الواقع المعاصر؛ تتناول شتى الموضوعات والقضايا الدينية المرتبطة بالحياة المعاصرة، وما عرفته في خضم هذه التطورات الهائلة والانفتاح على الآخر / الغرب، فانتقلت كثير من النظم والعادات والممارسات الغربية إلى المجتمع الإسلامي أو العالم العربي، فنجد أنّ أئمة المساجد يتناولون هذه الجوانب الاجتماعية وما ترسّب في الأمة الإسلامية من نظم خارجة عن دينها الخفيف، فالدين يتعلق جزءا كبيرا منه بالعبادة والجزء الآخر يتعلق بجانب المعاملة، فكل ما يتعلق بجانب العبادات نجده في الكتاب والسنة وكتب التفسير، فالرسول صلى الله عليه وسلم تركنا على المحجة البيضاء، أما ما يتعلق بالمعاملات والسلوكات فهذا ما يجب الحديث والخوض فيه.

تشتمل الورقة البحثية على نماذج تطبيقية لخطب متعددة من مساجد الجزائر (سيدي بلعباس، بسكرة، الجزائر،....²⁷)، جمعت خمسة خطب تجمع بين هذه الموضوعات نقاط تقاطع تنضوي تحت محتوى قضوي واحد أو نسق كلي وهو الجانب الاجتماعي للفرد المسلم، تطرح قضايا معاصرة تعايشت و تزامنت مع تحولات الحياة، لا نستطيع الحديث عن أحدها دون ذكر الآخر، فكان موضوع الخطبتين الأولى والثانية سببا ونتيجة للخطب التي تليها، فكانت الخطبة الأولى "العناية بتربية الأولاد"، و"الخطبة الثانية "قيمة المسؤولية"، الخطبة الثالثة "الانتحار مركب إلى النار"، الخطبة الرابعة "التدخين جريمة شنيعة"، الخطبة الخامسة "خطر المخدرات"، وما يتولد عن هذه الآفات أو السلوكات المنحرفة من جرائم.

فقامت هذه النماذج أو الخطب المختارة على إنجاز فعل توعوي ووعظي، سياقها إرشادي وإصلاحية، يهدف من خلالها الأئمة إلى تقديم خدمة نفعية الهدف منها تغيير سلوكيات الأفراد، فكان مدار الحديث في الخطبتين الأولى والثانية موجهة إلى الأولياء (الآباء والأمهات)، وتوصيتهم برعاية أبنائهم و مراقبتهم والحرص على تربيتهم وتنشئتهم السليمة وغرس الإيمان في قلوبهم وإشعارهم بمسؤوليتهم، مخاطبا الأولياء قائلا: "علموا بناتكم الحشمة والحياء ولباس الحجاب حتى لا يُؤذَيْن من قبل الذين في قلوبهم مرض، أيها الآباء والأمهات إني أحذركم وأعظكم أن لا تكونوا كالذين لا يرجون الله وقارا ولا يرجون للدين وللأخلاق حرمة ولا يقيمون لمبادئ المروءة والشرف" "أيها الإخوة : إذا ضُيعت الأمانة اختل نظام الحياة وضاعت الحقوق وضاع كل شيء وحل محلها الفساد و الخيانة"، مستشهدا بقول الرسول صلى الله عليه وسلم (ألزموا أولادكم وأحسنوا آدابهم)،

ويحثهم على توعية الشباب بمبادئ الدين الحنيف والتحلي بأدابه وأخلاقه والامتثال لأوامره واجتناب لنواهيه وتعريفهم بالحلال والحرام، أما الخطب الثلاث التالية تطرق فيها الأئمة للظواهر الاجتماعية (الانتحار والتدخين والمخدرات)، وربطوها بمرحلة عمرية مرحلة الفتوة والشباب، وأرجع الأئمة انتشار هذه الآفات إلى أسباب عدة أولها الفراغ، "أيها الجمع الكريم يتحتم علينا أن لا نترك الفراغ للفراغ بل نرتب وقتنا لاستثماره في الأشغال والنشاطات ما يتناسب مع طبيعة العطله وتعاليم العقيدة لنحمي الناشئة من مزالق الانحراف المتشعبة المتنوعة والتي تتضاعف بؤها الموبوءة في مواسم العطل على تعاطي الحشيش والكيف يهلكون أنفسهم بأيديهم بتعاطي هذه المواد السامة القاتلة، فهؤلاء المدمنون المستهترون بنعمة الصحة المستخفون بقيمة العافية، لم يكتفوا بتناول السيجارة وهي من الخبائث المهلكة والمحرمة شرعا - ولا ريب - لم يقفوا عندها بل تعدوها إلى تعاطي المخدرات وهم بذلك يعملون على إرهاب أرواحهم، ينتحرون ببطء يحفرون قبورهم بأيديهم، لقد آثروا النهلكة على السلامة والعافية فأضحوا -وهم على هذه الحال- موتى في صورة أحياء لا نشاط لهم في حياة الناس، أضحوا أشباحا بلا أرواح ضعافا هزالا لا يقدرّون على عمل ولا يعزمون عليه وهم في عنفوان شبابهم وزهرة أعمارهم، فأى بوار وأي خسارة يعدل هذه الخسارة، "يا مدمن الخمر أقلع عنها، ويا شارب الدخان دع ما يضرّك إلى ما ينفعك، وألموا - أيها

الإنساني و الديني والذي ينعكس سلبا عليهم وعلى مجتمعاتهم فنقلت لنا هذه الخطب صورة بشعة ومشوهة عن المجتمع الإسلامي يجب أن نُقوم وتصحح.

1: مكونات الفعل الكلامي لخطب الجمعة:

يلجأ الخطيب لبناء فعله الكلامي أو مقصديته إلى حقول معرفية عدة منها التركيب الصوتي والصوري و إلى علم الاجتماع من حيث النظم والعادات والمواضع لمجتمع معين وإلى علم النفس من خلال عنصر الإثارة والتحفيز وإلى علم اللسان (الإنجاز الشفوي) والطابع السردى، وهو ما يحقق و يضمن له التواصل وعدم انقطاعه، لكي يستميل القلوب ويؤثر في السامعين، فيلعب هذا البناء بكل تفاصيله دورا فعّالا في التأثير على المتلقي من الناحية النفسية، لأن الجانب النفسي يمثل عاملا مهما في عملية التلقي من خلال إحداث الإثارة لدى السامع ثم يحاول إقناعه.

تجسد خطب الجمعة فعلا كلاميا كلياً تتوسطه أفعال كلامية جزئية، هدفها ترغيب السامعين والمتلقين على طاعة الله، ووعده وتبشير بالجنان وبالراحة الأبدية، ومن خلال ملفوظات الخطبة يحمل الفعل الكلامي مقصده، حيث تتفاعل عدة مكونات لتحمل قصيدة الخطبة (الصورة، الصوت، الحركة)، فانقسم الفعل الكلامي إلى ثلاثة أجزاء:

أ- فعل القول: وهو ما يمثل (أركان الخطبة):

أ- أ الاستهلال: تفتتح الخطب بالحمد والثناء، والصلاة على النبي، والوصية بتقوى الله .

ب- ب المحتوى القضوي: يتبنى الإمام القضية أو المشكلة التي تواجه المسلم المعاصر؛ لأنّ فاعلية الخطبة في نفوس السامعين « تزداد إذا قرن موضوعها بشيء من الواقع الذي يعيشونه فيستخدم الأحداث التي تقع وسيلة لإيصال الحقائق التي يريدونها»³⁰

ج- ج التلليل (الحجة): استخدام الحجج بأنواعها، باستحضار الآيات والسنة والشروحات ويتم ذلك بذكر مجموعة من الأيام والأحداث وسرد بعض قصص الأنبياء، والشعر التعليمي، ليدلّل ويحتج بها.

أ- د الخاتمة: الدعاء.

ب: فعل المتضمن للقول:

يمثل الإقناع فعلا إنجازيا مستتبطا ؛ وهو المقصود من صناعة الخطبة برمتها، ويعد اختيار الإمام كمثل للخطب حجة سلطوية من المهنة التي يمارسها، حيث حولت له هذه السلطة أن تقودنا نحن كستمعين بالتصديق بمحتواه القضوي/قضيته بواسطة حجج يثبت بها صحة ما يطرحه، فيقوم فعل الإقناع على مجموعة من الحيل مخطط لها وفق استراتيجية محكمة عبرها يتم تمرير الخطب، عن نوع المعرفة الدقيقة التي تمكنه من تشخيص الظاهرة وأعراضها وأسبابها وتناجها، كما نجد أن الأئمة استعانوا باللهجة المحلية (الجزائرية) في بث ملفوظاتهم الإخبارية لكي يحصل الفهم لكل فئات المجتمع وطبقاته، إضافة إلى جمل أدائية تؤدي بها فعل التحذير والنهي والأمر والنصح والتذكير والوعيد والدعاء، وغير هذه الجمل يمرر المعنى المقصود بالخطبة، فيظهر الإمام أمام المستمعين في صورة الخبير المحنك في الميدان الذي يمثل.

ج- الفعل التأثيري: يظهر الفعل التأثيري من خلال رد الفعل بحدوث الاقتناع، وهو ما يعكس في سلوك وتصرفات الأفراد، وتكون نتيجته بعيدة.

2: الأفعال الكلامية الملفوظة :

قامت النماذج المختارة على جمل أدائية تتمثل في (النداء، التحذير، النهي، الأمر، الاستفهام، الوعد، الدعاء، والإخبار)، ومن حكمة الخطيب الجمع « في الخطبة بين الترغيب و الترهيب وبين التعليم والوعظ وبين الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر³¹

أ- الفعل الكلامي الإنجازي الأول النداء: يعدّ النداء من أهم المكونات اللسانية التي تقوم عليها الخطبة، مع تكراره بتعدد صيغه، فالنداء طابع تداولي و استراتيجي توجيهية يوحى بالتعددية والحوار، تتحول مقاصده ليمارس التعجب والاستفهام والاستنكار، ذو وظيفة تأثيرية تلفت وتشدّ الانتباه، فيكون النداء أول ما يتلفظ به الخطيب ينجز به الدعوة للانصات والاستماع، فنوع الأئمة في استعمال الصيغ الندائية " أيها المؤمنون، يا عباد الله، أيها الناس، أيها المسلمون، يا أخوة الإيمان، أيها الجمع الكريم، أحبة الإيمان، وهي صفات اصطفها لنا المولى عزوجل وخص بها عباده الصالحين، مع توجيه نداء إلى الأولياء (الأمهات والآباء) مخاطبا الشباب " فيا أيها الشباب أفق من غفوتك ولا تجعل من نفسك لقمة سائغة وعملة رائجة يتاجر بها سمسرة الأفيون يتاجرون بمالك وصحتك وشبابك وعرضك".... الخ.

ب- الفعل الكلامي الإنجازي الثاني الاستفهام (السؤال): غالبا ما نجد الإمام أو الخطيب يقف عاجزا وحائرا يطرح مجموعة من الإشكالات، يُنكرها عن الأمة الإسلامية يشاركها و مخاطبيه، فتتوالى الأئمة في خطبهم طرح مجموعة من الأسئلة حول هذه المشكلات " فما هي هذه الظاهرة؟ وما مصدر انتشارها في بلادنا؟ ثم ما مدى خطورها وضررها على الفرد والجماعة؟. هل الانتحار يحل مشكلة البطالة؟ أو السكن؟ أو الفقر؟ أو البيوقراطية؟ سؤال عن الحلول، " فما السبيل أيها المؤمنون لتفادي هذا المنزلق المتردي؟ ترى لو كانت قلوب هؤلاء مطمئنة بالإيمان، أتكون حلهم هكذا؟ وهل تعلمون -يا عباد الله- إن رسول الله عليه وسلم ترك الصلاة على المنتحر عقوبة له؟ تراني -بعد هذا- ماذا أقول لأولئك الذين يحاولون أن يلقوا بأنفسهم إلى التهلكة؟ و أولئك الذين يحبون أن تنتشر هذه الجريمة وتشيع؟ ثم أيها الإخوة المؤمنون كيف نسمح لأبنائنا ونسمح لشبابنا بتعاطي المخدرات وركوب غمارها ونحن نرى الأمم المتحضرة تغوص في الأعماق وتحلق في الآفاق وتتوسع في الحضارات ويهيم شبابها في العلم والفن و الأدب ... غائبين عن ساحة الحياة وأحداثها لا ثقة لهم في يومهم ولا أمل لهم في مستقبل يأتهم، أي خسارة أكبر من هذا الخسار؟، قلق السؤال ليثير الإجابة عنها في نفوسنا، يستفز عواطفنا ويجعلنا نعيد طرحها على أنفسنا وعن الأسباب التي أدت لانتشارها في أوساط الشباب.

ج- الفعل الكلامي الإنجازي الثالث النهي: يقف الخطيب ناهيا عن هذه السلوكيات العدوانية ضد النفس والإنسانية جمعاء، وانتهاك المحرمات حيث يقول " فلا تكن أخي من أولئك الذين يفرون من وجه الحياة كلما نزل بهم خطب أو بلاء، أو تأخر بهم أمل أو رجاء"، " إنني أحذركم وأعظكم أن لا تكونوا كالذين لا يرجون الله وقارا ولا يراعون للدين وللأخلاق حرمة ولا يقيمون لمبادئ المروءة والشرف" "أيها الجمع الكريم يتحتم علينا أن لا نترك الفراغ للفراغ"، " و لا تخن من خانك" والدعوة إلى الرضا بقضاء الله وقدره، وما اشدت إلا لتفرج، وأن الرسول صلى الله عليه وسلم، نهي عن أن يتعرض الإنسان لنفسه بالهلاك في قوله " إن نفسك عليك حق"، وأن هذا الفعل من عمل الشيطان.

د- الفعل الكلامي الإنجازي الرابع الأمر: نجد أن الخطيب يقف مؤازرا ويدعو إلى التعاون وأنه مدرك وعالم بالمشكلات (وصعوبة العيش وضيق المسكن و عدم العمل)، أمرا بالتخلي بالصبر والإرادة والعزيمة، و اتباع المنهاج الواضح، أمرا بجهاد النفس لبلوغ الغايات، أمرا بترك المعاصي والرجوع إلى الله تعالى " يا مدمن الخمر أقلع عنها، ويا شارب الدخان دع ما يضرك إلى ما ينفعك، وألما - أيها الناس - أنكم مقدمون على ربكم وواقفون بين يديه"، "واتقوا يوما ترجعون فيه إلى الله".."فألزموا طاعة الله وطاعة رسوله، تدركوا هذا المطلوب"، ألا واتقوا الله تعالى -يا عباد الله- وتفكروا في حكم المولى في تصريف الأمور، ولا تلقوا بأيديكم إلى التهلكة"، "أيها المؤمنون، اتقوا الله تعالى فيما أمر، وانتهوا عما نهى عنه وزجر، وأخرجوا حب الدنيا من قلوبكم فإنه مهما استولى أسر"، "عباد الله، توبوا إلى الله من المعاصي والمنكرات واحذروا ضياع أموالكم وأبدانكم فيما لا فائدة ولا طائل من ورائه".

ه- الفعل الكلامي الإنجازي الخامس الإخبار: يقوم الإمام بذكر مجموعة من الأخبار والأحداث والقصص والمواعظ، وذكر الوعد والوعيد والجنة والنار، وأحوال ما بعد الموت ونحو ذلك مما له وقع في النفوس، وبما أن هذه الخطب ارتبطت بالجانب الاجتماعي، فنجد أن الخطيب يقف مخبرا الأولياء والشباب عن خطر هذه المفاصد والآفات وما يتبعها من خطر وخسران، فيقول "اعلموا أنه لو لم يكن في التدخين إلا هذا لكفى به تحريما وتجرما، وذلك أن ديننا يحرم قتل نفس بغير نفس أو بغير حق".

ويقول أيضا " في نظري هذه تبعة لا يمكن أن تنهض بها جهة بمفردها، بل لا بد من تضافر جهود الجميع، فهي وظيفة الآباء والأولياء بحيث يجب عليهم العناية بأبنائهم في البيوت والأحياء؛ كما هي أيضا وظيفة المعلمين والأساتذة في المدارس والجامعات؛ والأئمة والواعظين في المساجد والجموع؛ وهي أيضا مسؤولية الشرطة والدرك وأعوان الأمن الذين يجب أن يكتفوا الرقابة والحراسة في كل الأماكن العامة والمشبوهة؛ ومسؤولية رجال الجمارك وحراس الحدود الذين يتعين عليهم تضيق الخناق على حدودنا الوطنية للحد من نشاط التهريب الذي أتى على اقتصادنا وشبابنا. وهذا كله لا يجدي إن لم نُوع الشباب بالدمار والخراب الذي سينزل بهم إن هم لم يستدركوا الموقف وعلى عجل لأن الأمر لا يتحمل التأخير".

أو يلجأ الخطيب إلى نقل "حدثاً من الأحداث يريد أن يكون مدخلاً للموضوع، وهذا الأسلوب أسلوب حسن لأنه يشدّ الناس ويلفت أنظارهم للموضوع، لأنّ من طبيعة غالب البشر حب القصص وتأثرهم بها، ثمّ تكون تلك القصة وسيلة للفهم لأنها تجسّد المعاني في أشياء واقعية"⁽³⁶⁾، وبها يستميل القلوب ويستدعي الأذهان ويستثير المشاعر، وهذا ما افتتح به الإمام خطبة "الانتحار مركب للنار" حيث يقول: "أيها المسلمون: جاء رجل إلى يونس بن عبيد -العابد الزاهد- يشكو فقره وحاجته، فسأله يونس

أيسّرك أن يذهب بصرك، وتعطى مائة ألف؟ فيجيب الرجل: لا.

أيسّرك أن يذهب سمعك، وتعطى مائة ألف؟ فيجيب الرجل: لا.

أيسّرك أن تذهب يداك ورجلاك، وتعطى مائة ألف؟ فيجيب الرجل: لا.

أيسّرك أن يذهب عقلك ولسانك، وتعطى مائة ألف؟ فيجيب الرجل: لا.

وهناك ضحك يونس، وقال: أنظر -إذن- كم معك من مئات الألوف، وأنت تشكو الحاجة؟"

3: الفعل التأثري:

يمثل الفعل التأثري الهدف والمقصد من الخطبة، فالفعل لإيجازي يكون الاتجاه فيه من الخطيب إلى المستمع، أما الفعل التأثري فهو متعلق بالمتلقي، فإن كان التواصل قد حدث والمقصد قد وصل، فيكون الاقتناع بعدم التفكير بهذا السلوك العدواني ضد النفس وضد المجتمع وضد الإنسانية وتجاوز حدود الله المحرمة شرعاً، فالهدف والغرض الإيجازي لهذه الخطب الخمسة ذات المحتوى القضوي الواحد درء للفساد والتحلل الخلقي ونهي عن منكر وجرائم وحث على إصلاح وخير، مع وصية الأولياء لرعاية أولادهم، ووصية الشباب بتقوى الله والتحلي بالإرادة وصبر على البلاء والحنن، يروم بأداء هذه الأقوال أن يتجسد أثرها على أرض الواقع.

خلاصة القول:

إن استغلال آليات المنهج التداولي يساهم مساهمة فعالة في تأويل الخطابات اليومية والدينية؛ فخطب الجمعة تمثل أهم أشكال تواصلنا الروحي والأخلاقي، يرتبط بالبعد الوظيفي والنفعي الذي يعود بالفائدة والصالح على الفرد والأمة الإسلامية.

مثلت النماذج المختارة من الخطب ("العناية بتربية الأولاد"، و"قيمة المسؤولية"، "الانتحار مركب إلى النار"، "التدخين جريمة شنيعة"، "خطر المخدرات")، فعلا كلامياً ارتبط بسياق ثقافي

معاصر وبظروف حياتية معاصرة ولدت قضايا ومشكلات على المستوى النفسي والاجتماعي والأخلاقي و الدينى للأمة الإسلامية، فوقف الأئمة ناهين آمرين ناصحين محذرين مرهبين، من هذه السلوكيات السلبية والجرائم الشنيعة المنكرة والمحرمة شرعا، مع تبين خطرهما على الأفراد والمجتمعات، منادين بالتوبة وتقوى الله.

هوامش:

- * سورة الجمعة، الآية 9، 10.
- ¹ مادة خطب: لسان العرب.
- ² عطية سليمان أحمد : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية [سورة يوسف نموذجا]، الأكاديمية الصديقة للكتاب الجامعي، ط1، القاهرة، ص13.
- ³ سعيد بنكراد : الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، ط1، 2009، ص45.
- ⁴ المرجع نفسه، ص50 نقلا عن الشاطبي، الاعتصام، 487/1.
- ⁵ المرجع نفسه، ص37.
- ⁶ <http://www.kalemat.org/sections.php?so=va&aid=501> · 15/04/2017/
- ⁷ عبدالرحمن بن معلى اللويحي: موضوعات خطبة الجمعة، وزارة الشؤون الدينية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط1، 1419هـ، ص34.
- ⁸ ينظر: محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي والمعاصر، دار المعرفة، ط1، مصر، 2006، ص14.
- ⁹ جورج يول: التداولية، تر: قصي العتايي، دار الأمان، الدار العربية للعلوم والناشرون الرباط، لبنان، 2010، ص19.
- ¹⁰ آن روبول، حاك موشلار: التداولية اليوم علم جديد في التواصل، تر: سيف الدين دغفوس ومحمد الشيباني، المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت، 2003، ص53.
- ¹¹ سعيد يقطين : انفتاح النص الروائي، النص السياقي، المركز الثقافي العربي، ط3، الدار البيضاء، 2006، ص134.
- ¹² ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديدة المتحدة، ط1، طرابلس، 2004، ص87.
- ¹³ دومنيك بيكار: من التواصل إلى التفاعل تر: رشيد بناني،، مجلة علامات، المغرب، 2003، ع20، ص77/76.

- ¹⁴ خروبي محمد الصالح: التلقي البصري للشعر، نماذج شعرية جزائرية معاصرة، جامعة جيجل، الملتقى الدولي الخامس "السيمياء والنص الأدبي"، 2008، بسكرة، الجزائر، ص 514.
- ¹⁵ نعيمة السعدية : في إنتاج النص وتأويله- مقارنة إبستمولوجية-، ص 94.
- ¹⁶ محمد مفتاح : تحليل الخطاب الشعري، استراتيجية التناص، ط3، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 1992، ص 164.
- ¹⁷ المرجع نفسه، ص 165.
- ¹⁸ ينظر: المرجع نفسه، ص 163.
- ¹⁹ ينظر: صاحب رشيد موسى وحسين عمران محمد، معلقة عنتره (قراءة تداولية)، المؤتمر الدولي التاسع، جامعة واسط، ص 53 .
- ²⁰ محمد خلاق: الخطاب الإقناعي، الإشهار نموذجاً، مجلة دراسات أدبية لسانية، ع5-، 1986، ص 74.
- ²¹ ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 446.
- ²² المرجع نفسه، 469.
- ²³ عمر بلخير: تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية، منشورات الاختلاف، ط1، الجزائر، 2003، ص 155.
- ²⁴ محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي والمعاصر، ص 06.
- ²⁵ بلقاسم دفة: استراتيجية الخطاب الحجاجي-دراسة تداولية للإرسالية العربية، مجلة المخبر دراسات في اللغة والأدب الجزائري، بسكرة، الجزائر، ع10، 2014، ص 517. نقلا عن أحمد الصافي: الخطاب الإشهاري والدعاية السياسية .
- ²⁶ عبدالرحمن بن معلى اللويحيق: موضوعات خطبة الجمعة، ص 02.
- ²⁷ الموقع الرسمي لوزارة الشؤون الدينية والأوقاف <http://www.marw.dz>، الخطب: "العناية بتربية الأولاد"، صالح ملكي، "قيمة المسؤولية"، الطاهر بن سالم، بسكرة، "التدخين عادة شنيعة"، بوحياوي بلقاسم، "خطر المخدرات"، طارق طاهيري، "الانتحار مركب إلى النار"، خليفة بن سالم، سيدي بلعباس.
- ²⁸ سورة الرعد، الآية، 28.
- ²⁹ سورة يوسف، الآية، 87.
- ³⁰ عبدالرحمن بن معلى اللويحيق: موضوعات خطبة الجمعة، ص 30.
- ³¹ المرجع نفسه، ص 44.
- ³² المرجع نفسه، ص 85.
- ³³ سورة التحريم، الآية 06.
- ³⁴ سورة البقرة، الآية 195 .

³⁵ المرجع نفسه، ص44.

³⁶ المرجع نفسه، ص66.