

استراتيجيات الإقناع في سورة الأعراف -مقاربة مفاهيمية تداولية-

حنيفة بداش

لعبت المتطلبات المعرفية دورا هاما في إرساء استراتيجيات معينة لدراسة الخطاب، إذ تميز القرن العشرون ابستيميا بوصفه قرن ا للإشهار والدعاية، مما جعل الحضارة البشرية موسومة بمهارتها المتطرفة في التقنيات الخاصة بالتأثير على الأشياء وليس أنسب لاستراتيجيات التأثير من بلاغة الإقناع 1 .

فالخطابات بأشكالها المختلفة تحمل وظيفة حجائية إقناعية، يمكن القول أن دراسة الحجاج ARGUMENTATION أخذت تهتم بإستراتيجية الخطاب الهادف إلى الاستمالة استنادا إلى أنماط الاستدلالات غير الصورية، وذلك بغية إحداث تأثير في المخاطب بالوسائل اللسانية والمقومات السياقية التي تجمع لدى المتكلم أثناء القول من أجل توجيه خطابه والوصول إلى بعض الأهداف الحجاجية، فاللغة تحمل بصفة ذاتية وجوهية ووظيفة حجاجية، وتوجد مؤشرات عديدة لهذه الوظيفة في بنية الأقوال نفسها، حينها يصبح الحجاج بعدا جوهريا في اللغة ذاتها مما ينتج عن ذلك أنه حيثما وجد خطاب العقل واللغة فإن ثمة استراتيجية معينة يعمد إليها لغويا وعقليا قصد الإقناع وهذه الاستراتيجية هي الحجاج ذاته 2. وكل هذا يدخل في صميم الاستدلال الحجاجي، من حيث إن الحجاج في أبسط تعاريفه يتمثل في تلك الاستراتيجية التي يتخذها الخطاب من أجل إحداث تأثير في المخاطب بالوسائل اللسانية والمقومات السياقية 3. وكان اللغة تحمل في طياتها هذا البعد الإقناعي الحجاجي، يتزامن ذكر الخطاب الإقناعي كمفهوم ذكر عناصر أخرى تتوارد معه أشهرها: الحجاج، الخطابة، الاتصال اللغوي، إشكالية أزمة التواصل مثل دور الخطيب، طبيعة الخطاب وأشكالها... من جانب آخر يجب التمييز بين النص الخطابي الإقناعي والنص الشعري أو أي نص إنشائي آخر، لأن هذا يجافي الروح المنهجية التي تقتضي أخذ طبيعة الموضوع بعين الاعتبار عند تحديد منهج دراسته.

ومن أجل ذلك فصل "أرسطو" الخطابة عن الشعر؛ لأن النص الشعري يهدف إلى التخيل (ترويح عن النفس) وطبيعة الخطابة الهادفة إلى الإقناع الذي يستوجب التصديق والقيام بالفعل حسب الأحوال 4.

من هنا فالنص الخطابي يتميز بخصائص عدة تختلف عن الخطاب الشعري على - سبيل التمثيل - وأبرز ما يميزه هو ضرورة ارتباطه بجمهور يتوجه إليه، ربما كانت صورة الجمهور المتلقي أسبق عند الباحث من موضوع النص؛ لأن هذه الصور على اختلاف أشكالها و تعدد واقعها تعد من مصادر الإلهام و الإيحاء بالموضوع.

ومهمة الخطيب أن يبعث في النص حياة وحركة وأن يمنحه أسباب القدرة على الإقناع والإمتاع. إجمالاً فهناك ضوابط تحكم النص الخطابي وهي:

1- المعيار النفسي: وهو أهم المعايير المؤثرة في عملية التلقي لذا فهو من ضروريات الخطاب عند العرب وغيرهم، لأن وظيفة النص الخطابي في أن يأخذ بنفوس المخاطبين إلى القضية التي يطرحها الخطيب، وقيادة النفوس إلى تلك الغاية يستدعي المعرفة بأحوالها وأنواعها.

والمعيار النفسي جانبان هما:

أ- الخطيب (الباث) فقد يحور ثقة السامعين إذا توفرت له ثلاث صفات: الفطنة، والفضيلة، والتلطف للسامعين.

ب- المتلقي (السامعون) ينظر إليهم في هذا المعيار من خلال علاقاتهم بالموضوع وبالمتكلم ومن ناحية ما يمكن أن يثار فيهم من عواطف كالغضب والخوف والرحمة ومن ناحية الأعمار، المنازل الاجتماعية ومعرفة الاستعدادات النفسية لدى المتلقي أن يعد الذين يشعر عادة بتلك العواطف نحوهم، وعد الأشياء التي تثير فينا عادة هذا الشعور.

2- المعيار العقلي: من طبيعة النثر الفني عامة أن يعتمد على لغة العقل والتفكير وبذلك يكون المعيار العقلي قسيم المعيار النفسي؛ إذ على الباث أن يقنع المخاطبين بالرأي الذي يدعو إليه كما كان يحرص على الاستمالة والإقناع.⁵

3- المعيار الاجتماعي: ولهذا المعيار تأثير واضح في علاقة الخطيب بجمهوره من ناحيتين: من ناحية المسلك الفني الذي يعول عليه في الخطاب من ناحية المتلقي ومدى تأثيره بمنزلة الخطيب وهيئته، وقد اهتم علماء العرب وخطبائهم بهذا المعيار في أحكامهم، وما وضعوه من شواهد استمدوها من طبيعة البيئة الاجتماعية فيصرف النظر عن التفسير النفسي لموقف الجمهور، فإن اختلاف المراتب الاجتماعية وتفاوت الخطباء و المتحدثين في الهيئة واللباس له تأثير في طريقة التلقي، وفي طبيعة العلاقة التي تنشأ بين المتكلم وجمهوره، أما الخطيب (المتكلم) فضروري أن يلتزم بالمعيار الاجتماعي في مراعاة أحوال المخاطبين ومنزلهم⁶. "فلا يتكلم سيد الأمة بكلام الأمة ولا سيد الملوك بكلام السوق"⁷.

لأن مهمة الخطيب هي الإقناع وليس الناس سواء في الوصول بهم إلى تلك الغاية. إن الخطاب الحجاجي من منظور تداولي متميز بخصائص بنيائية تواصلية تجعله مختلفاً عن الخطابات الفردية الحكائية الإخبارية كما أن صوره البنائية الاستدلالية والكلامية وخضوعه لشروط القول والتلقي والمقام والرغبة في التأثير والفعل كلها تركز ذلك التمييز من جهة، وتدعم من جهة ثانية انتماء القول أو النص الحجاجي إلى مجال التداوليات، ففي علاقة الحجاج بالتداولية يبرز إذا تساؤل منهجي حول منطوق المقاربة الحجاجية وأسسها: هل نلتزمه في اللسانيات أو البلاغة أو الأسلوبية، نظراً إلى أن الحجاج يعد في ذاته بناءً لا يتجسد إلا من

خلال هذه المستويات الثلاثة بصفة

أساسية 8.

يمكن أن نستنتج أن الخطاب الإقناعي يحضر في كل مظاهر الحياة اليومية عبر مقالة أو جريدة أو برنامج إذاعي أو ملصق إشهاري وغيرها من وسائل الاتصال والتواصل كما يحضر في واجهات أخرى (المرافعات المناقشات السياسية، المنتديات الفكرية، القضائية...) هذا التعدد والتوسع ساهم في تعدد مباحثه واختلاف الآليات التي اعتمدت لمقاربة مختلف أنواع الخطاب والتخاطب (المنطق، علوم اللغة وغيرها من الحقول التي تهتم بتحليل كل أنواع الخطاب، وتتناول مختلف التفاعلات التواصلية والتناظرية) وتنامي الدرس الذي اهتم بمعالجة مختلف التفاعلات التواصلية والتناظرية، وهدفها الرئيس هو التمكن من مختلف الأوضاع التي يتطلبها كل مقام حجائي وتناظري، وقد اتضح هذا بشكل جلي بعد أن تبين بأن الظواهر التي كانت السند الرئيسي للقائلين بضرورة استبعاد اللغة الطبيعية لصالح اللغات الصورية أصبحت تشكل مصدر ثراء هذه اللغة الطبيعية (ذلك يخلق أنساقا منطقية تستجيب لخصوصيات اللغة الطبيعية) مما فتح المجال للاهتمام مجددا بالخطابة والأساليب التدليلية غير الصورية (الطبيعية) بأن ظهرت توجهات حوارية وتخطابية متعددة ومتنوعة المسالك والآليات ليتبين بموجب ذلك عجز المنطق بمفهومه التقليدي من الاستجابة لمتطلبات التفاعلات الحجاجية في تمظهراتها العادية، وتحليلاتها اليومية النظرية منها والعملية.

لقد كانت البداية مع التداوليين الصوريين، حين انتقدوا مواقف الدالين الصوريين نتيجة استنادهم إلى البعد الماصدي وتقديم اللغة الصورية على الطبيعية فعمدوا إلى تبني التصور المفهومي كونه القادر على الاستجابة لمختلف متطلبات الخطاب الطبيعي، وشكلت أبحاث "مونتغو (Montague) الإطار النظري لهذا التوجه بالأخذ بالآليات المتعلقة بالإسناد التأويلي لمعنى العبارة في المستوى الذي لم تبحث فيه الداليات الصورية، فانصب اهتمامهم على التعابير الإشارية لما تكشف عنه من خصوصيات تخص الخطاب الطبيعي لكن على الرغم من هذا البعد الإشاري والمنحى التداولي فقد بقي هذا التوجه قريبا من مقاربة الداليات الصورية (حتى سميت بالداليات المفهومية أو التداوليات الدالية) 9.

وبعد هذه الاحاطة العامة بالموضوع والتأصيل النظري لا بد من تعريف الحجاج فالمنطلق يكون من تعريف الحجاج مثلما وضع ذلك "عبد الله صولة" في قوله "الحجاج على ضربين: ضرب أنت فيه لا تبرح حدود المنطق، وهو ضيق المجال و مرادف للبرهنة والاستدلال إذ هو يعنى بتتبع الجانب الاستدلالي في المحاجة و هو ضرب واسع المجال لانعقاد الأمر فيه على دراسة التقنيات البيانية الباعثة على إذعان السامع أو القارئ، يتخذ هذا التعريف

منطلقا لتحديد علاقة الحجاج بالجدل من جهة، وبالخطابة من جهة أخرى؛ فالحجاج ثلاثة مفاهيم على الأقل: مفهوم يجعله مرادفا للجدل (خاصة عند القدماء وبعض المحدثين من العرب). ومفهوم يجعله قاسما مشتركا بين الجدل و الخطابة، خاصة عند اليونان (أرسطو) و مفهوم له في العصر الحديث في الغرب و هو أدق و أوضح وأعمق، ذلك أن الحجاج أخذ في الاستواء مبحثا فلسفيا قائم الذات مستقل عن صناعة الجدل و الخطابة.

أما حد الحجاج أنه فعالية تداولية جدلية، وهو تداولي لأن طابعه الفكري مقامي واجتماعي إذ يأخذ بعين الاعتبار مقتضيات الحال من معارف مشتركة ومطالب إخبارية وتوجهات ظرفية، و هو جدلي لأن هدفه إقناعي قائم بلوغه على التزام صور استدلالية أوسع وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة، والانتقالات فيه لا تبني على صور القضايا و حدها كما في البرهان؛ بل على هذه الصور مجتمعة إلى مضامينها بشكل كبير وأن يطوى في هذه الانتقالات الكثير من المقدمات والنتائج، وأن يفهم المتكلم المخاطب معاني غير تلك التي نطق بها تعويلا على قدرة المخاطب على استحضارها إثباتا أو إنكارا، كلما انتسب إلى مجال تداولي مشترك مع المتكلم، بذلك يكون الحجاج الفلسفي التفاعلي فعالية استدلالية خطابية مبناه على عرض رأي أو الاعتراض عليه¹¹.

كما أن موضوع الحجاج هو درس تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالذهن إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات، وأن تزيد في درجة ذلك التسليم¹². فغاية كل حجاج أن تجعل العقول تدعن لما يطرح عليها أو يزيد في درجة ذلك الأذعان فأنجع الحجاج ما وفق في جعل حدة الأذعان تقوى درجتها لدى السامعين بشكل يبعثهم على العمل المطلوب (انجازه أو الامسك عنه) أو ما وفق على الأقل في جعل السامعين مهينين لذلك العمل في اللحظة المناسبة¹³.

نستنتج أن لفظ الحجاج يطلق على العلم وموضوعه؛ أي على النظرية وعلى المحااجة في الوقت نفسه، كما يمكن أن يقسم الحجاج إلى قسمين بحسب نوع الجمهور، وهما الحجاج الإقناعي "l'argumentation persuasive" ويرمي إلى اقناع الجمهور الخاص "l'auditoire particulière"، والحجاج الإقناعي "l'argumentation convaincante" وهو حجاج يرمي إلى أن يسلم به كل ذي عقل فهو عام¹⁴.

كما أنه ليس موضوعيا محضا، وليس ذاتيا محضا، بمعنى أنه ليس اقناعا على اعتبار أن الإقناع يكون بمخاطبة الخيال والعاطفة، مما لا يدع مجالاً لإعمال العقل ولحرية الاختيار على أساس عقلي، إن الأذعان يكون بواسطة الإقناع وفرق ما بين الإقناع والإقناع¹⁵.

مفهوم الاستراتيجية العام:

الإستراتيجية أو (الإستراتيجيات) طرق محددة لتناول مشكلة ما، أو هي تدابير

مرسومة من أجل ضبط معلومات محددة والتحكم بها.

وأي تغيير في العناصر سيتبع تغيرا في الاستراتيجية المنتقاة لتحقيق الهدف، ويصبح هنا التفكير الذهني القائم على تحليل السياق لانتقاء أنسب الإستراتيجيات عملا ضروريا و بما أنها خطة في ذات بعدين:

أ - البعد التخطيطي: ويتحقق في المستوى الذهني.

ب- البعد المادي: الذي يجسد الاستراتيجية لتتبلور فيه فعلا.

مفهوم الاستراتيجية في الخطاب :

لا ينتج المرسل خطابه غفلا من اعتبار السياق، فلا خطاب دون انخراطه في سياق معين¹⁶. كما لا يتجلى الخطاب دون استعمال العلامات المناسبة، فقد يستعمل المرسل اللغة الطبيعية كما قد يستعمل بعض العلامات غير اللغوية ليمارس بها خطابا¹⁷، فالسياق من أهم عناصر التواصل اللساني، وهو ما يكتنف السياق من قيود تركيبية أو أشرطة إفادة أوهما معا¹⁸.

بما أن اللغة نشاط اجتماعي لها وظائفها التي تؤديها في إطار المجتمع الذي تستخدم فيه فالتركيب و الأنماط اللغوية التي تستخدم في التعبير عن هذه الوظائف مشتقة من متطلبات واحتياجات المجتمع¹⁹، لذا فإن الاقتصار على دراسة الأشكال أو الصيغ اللغوية بمفردها وبمعزل عن السياق أو المعنى تعد دراسة ناقصة، فالحقيقة الأولى في أية دراسة لغوية هي أن الحدث أو الفعل الكلامي يتكون من شقين: "الصيغة والمعنى": أي يجب فهم العلاقة الموجودة بين البنية الشكلية والمواقف التي تستخدم فيها داخل مجتمع ما والسياق إجمالا نوعان: لغوي واجتماعي كلاهما في تكامل، لماله من علاقة بين السياق والتركيب و المقام²⁰.

الكفاءة التداولية: وهي ليست نسقا بسيطا، بل تتألف من عدة أنساق وملكات وهي (الملكة اللغوية المنطقية، الموحية الإدراكية، الملكة الاجتماعية). كما أن كل ملكة من هذه الملكات الخمس تختص بقالب ينتهي إليه مما ينتج عنه خمسة قوالب وهي (القالب اللغوي، القالب المعرفي، القالب الاجتماعي، القالب المنطقي، القالب الإدراكي) بالإضافة للقالب الشعري²¹، ويمكن تصنيف هذه القوالب في مجالها إلى صنفين: إذ يمثل بعضها القدرة اللغوية، في حين تمثل القوالب الأخرى السياق؛ لذا نجد "أحمد المتوكل" تبعا لسيمون ديك (Simon C. Dik) يقسم هذه القوالب إلى فئتين: قوالب الآلات وقوالب المخازن؛ تضم الفئة الأولى القالبيين النحوي والمنطقي، في حين تضم الفئة الثانية القالب المعرفي و القالب الإدراكي و القالب الاجتماعي²²، وعلى هذا فلا تنحصر قدرة مستعملي اللغة في معرفة القواعد الصرفية والنحوية و الصوتية والتداولية، التي تمكن مستعمل اللغة من إنتاج وفهم عبارات لغوية سليمة في مواقف تواصلية معينة قصد تحقيق أغراض معينة، بتعبير آخر ليست ثمة قدرتان مستقلتان: قدرة نحوية، و قدرة تداولية؛ بل قدرة تواصلية واحدة، ويؤيد التوحيد بين

هاتين القدرتين أن التداول لا يمكن عزله عن المكونات الأخرى التي يحكمها، سواء تركيباً أم صرفاً أم دلالة من خلال الطرح السابق يتحدد مفهوم "الخطاب" بأنه كل ملفوظ أو مكتوب يشكل وحدة تواصلية تامة"، ذلك أن المعيار الأساسي في تحديد الخطاب معيار وظيفي.

وليس معياراً بنوياً، وبالتالي فمقصود الخطاب ليس مقصوراً على ما يتعدى الجملة- كما درج- على ذلك حيث إن كل ما شكل وحدة تواصلية تامة عد خطاباً سواءً تعدى الجملة أم كان جملة كبرى أم جملة صغرى أم مركباً أم كلمة 23. إجمالاً نتوصل إلى أن استراتيجية الخطاب هي المسلك المناسب الذي يتخذه المرسل للتلفظ بخطابه وركيزتها الاحتيال و اعتبروها سلاح المتكلم في مواجهة المخاطب، وإذا كانت الخطابات هي إنجاز للأفعال اللغوية في الأساس، فإن كيفية توظيفها في السياق هو ما يحدونا إلى دراسة اللغة في استعمالها دراسة تداولية، تعنى بكيفية إنتاج الخطاب بوصفها محور إستراتيجية، كما أن إستراتيجية الخطاب هذه عملية ذات وجهين متلازمين :

- عملية ذهنية في مرحلة إنتاج الخطاب الأولى

- ويوصف الخطاب تجسيدا لها في مرحلتها الأخرى؛ إذ لا تتضح إلا بالتلفظ. وهناك

ثلاث مراحل لتوليد الخطاب:

1- إدراك السياق الذي يجري فيه التواصل بكل أبعاده المؤثرة.

2- تحديد العلاقة بين السياق والعلامة المستعملة.

3- التلفظ بالخطاب 24.

أنواع الإستراتيجيات :

1- الإستراتيجية التضامنية: وهي الإستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسد بها درجة

علاقته بالمرسل إليه ونوعها، وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها، أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما، وإجم ولها عناصر عدة منها:

- مدى التشابه الاختلاف الاجتماعي، مدى تكرار الاتصال، مدى امتداد المعرفة

الشخصية، درجات التألف، أو كيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهم، مدى الشعور بتطابق المزاج أو الهدفاً و التفكير، الأثر الايجابي أو السلبي.

مسوغات الاستراتيجية التضامنية:

إن الاستراتيجية التضامنية تعنى بالتعامل الأخلاقي أولاً، ولكن دون إغفال الاهتمام

بتبليغ القصد والتعبير عنه، ومن مسوغاتها :

1- تأسيس الصداقة بين طرفي الخطاب بالألفة.

2- التركيز على حسن المعاملة مع صاحب السلطة للمحافظة على العلاقة

وتأسيسها.

3- تحسين صورة المرسل أمام الآخرين.

4-تفعيل التضامن في حياة الناس بما ينعكس على التفاعل الخطابي.

5-أهمية استعمالها في الحقول التعليمية.

6-كسب ولاء الناس .

7-استثمارها في التحقيقات26.

وهناك عدة وسائل لغوية في الإستراتيجية التضامنية منها:الأدوات اللغوية، الآليات اللغوية والتنغيم ففي الأدوات اللغوية مثلا تستعمل أدوات لغوية للدلالة على العَلَم وهي:الاسم عموما والكنية واللقب وتفاوت من ناحية تجسيدها للإستراتيجية التضامنية، فأبرزها الاسم فالكنية فاللقب، والأدوات هي تلك الموجودة في المعجم اللغوي، مثل الإشارات عموما لنسلط الضوء على استعمال "اللقب" على سبيل التمثيل؛ إذ أصبح استعماله تداوليا دليلا على التضامن، ويشترط أن يتلفظ بها المرسل إما بالتنغيم المستوي، أو بتنغيم مناسب للسياق وللمعنى أو القصد المراد وإلا انعكس القصد وقد يستعمله المرسل عند توجيه الخطاب إلى مرسل إليه عام أو متلقي مفترض ذهنيا نحو: عزيزي المشاهد، عزيزي المستمع، عزيزي القارئ، إذ يكثر استعمالها في خطابات الوسائل الإعلامية بوصفها مؤشرا على تضامنها مع المرسل إليه وفي خطاب النصح.

أما الآليات اللغوية:وهي ذلك الشكل الخطابي الذي يختاره المرسل لينتج خطابه من

خلال:

المكاشفة، أسلوب التعجب، اللهجة، مصطلح المهنة، اللغة الخاصة، ذكر خصائص

المرسل إليه، الخطاب غير المباشر، تأنيب الذات، الطرفة (المداعبة) 27.

2-الاستراتيجية التوجيهية:

إن الخطاب ذا الاستراتيجية التوجيهية، يعد ضغطا وت دخلا ولو بدرجات متفاوتة

على المرسل إليه وتوجيهه لفعل مستقبلي معين والمرسل إليه في هذه الاستراتيجية نوعين:

مرسل إليه متخيل مرسل إليه حاضر لحظة الخطاب، وطبقا لهذا يتراوح استعمال

الأدوات والآليات اللغوية بين تلك التي توجه المرسل إليه المتخيل، وبين تلك التي توجه المرسل

إليه المعين، وهناك عدة مسوغات لاستعمال الاستراتيجية التوجيهية:

1-عدم التشابه في عدد السمات مثل السمة المعرفية، الطالب/الأستاذ.

2-عدم وجود تكرار في الاتصال بين طرفي الخطاب.

3-الشعور بالتفاوت في مستوى التفكير بين طرفي الخطاب.

4-تهميش ما قد يحدثه استعمال هذه الاستراتيجية من أثر عاطفي سلبي على

المتلقي.

5-تصحيح العلاقة بين طرفي الخطاب غير المتكافئين في المرتبة.

6-رغبة المرسل في الاستعلاء.

7- إصرار المرسل على تنفيذ قصده عند إنجاز الفعل.

8- حصول تحدي واضح للمرسل للاستعلاء.

9- مناسبة السياق التفاعلي لاستعمال الاستراتيجية التوجيهية بين الطرفين.

وهناك وسائل لغوية تجسدها الإستراتيجية التوجيهية في الخطابات منها: الأمر بأدواته المختلفة، النهي الاستفهام، التحذير، الإغراء، ذكر العواقب، التوجيه المركب، ألفاظ المعجم، 28

3- الاستراتيجية التلميحية:

للغة مواضعها للتعبير عن قصد المرسل في كافة المستويات ومنها المستوى الدلالي؛ إذ يستطيع المرسل أن يعبر عنه وفق شكل اللغة الدلالي مباشرة، بما يتطابق مع الخطاب ظاهرياً، وهذه هي الإستراتيجية المباشرة إلا أنه قد يعدل عنها إلى استراتيجية أخرى، فيلمح بالقصد عبر مفهوم الخطاب المناسب للسياق، لينتج عنه دلالة يستلزمها الخطاب ويفهمها المرسل إليه.

الوسائل اللغوية في الاستراتيجية التلميحية:

- الأدوات والآليات اللغوية: ومن ذلك ألفاظ الكنايات، والروابط والظروف الانجازية ومنها (كم الخيرية) نحو خطاب الطبيب الموجه للمرضى: "كم خطأ أخطأته وعفونا عنك فاستفد من زلاتك في تعديل سلوكك" فالطبيب هنا لا يخبر المريض بأخطائه، بل يلمح إلى أن أخطائه قد بلغت حدا لا يطاق "فكم" هنا أفادت تلميحا للكثرة²⁹.

وكذلك استعمال "كذا" للكناية عن المقادير والأعمال، (تصدقنا كذا ريالاً) - إنما نحو: "إنما يجتهد الطالب المجتهد": تلميح الأب لابنه بأنه ليس متميزاً، ولن يكون كذلك إذن تلميح بالنتيجة والسبب، الآليات شبه المنطقية ومنها: اللحن (وهو الانتقاء و الفطنة) نحو الكلمات السرية المستعملة في الثورة المخالفة، الموافقة، الاستلزام، دلالة الإشارة³⁰

4- استراتيجية الإقناع:

"الإقناع" في الاصطلاح الحديث هو حمل الإنسان على اعتقاد رأي للعمل به، وجاء في الموسوعة البريطانية أن الإقناع هو العملية التي بها يؤثر الخطاب في موقف الإنسان و سلوكه بدون إكراه أو قسر، فغاية الإقناع عند القدامى أو المحدثين هي بعث الرضا في النفوس، وحملها على قبول ما رجع عندها من أدلة وبراهين ودفعها إلى العمل بما رضيت واعتقدت ومن وسائل الإقناع (الحجاج)³¹.

وتوجد عدة مسوغات ترجح استعمال الإقناع، مما يرجح استعمالها دون غيرها من

الاستراتيجيات:

تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى؛ - تمايزها عن الاستراتيجيات الأخرى مثل الاكراهية لفرض قبول القول أو ممارسة العمل على المرسل إليه دون حصول الاقتناع

الذاتي – الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج (الحجاج شرط في ذلك) – الرغبة في تحصيل الإقناع – إبداع السلطة؛ فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه شمولية استراتيجية الإقناع- ما تحققه من نتائج تربوية (إذ تستعمل في الدعوة)3.

وللإقناع آليات غير لغوية ولغوية، وعلى الرغم من أهمية الآليات غير اللغوية ودورها إلا أن الاهتمام ينصب على اللغوية (الإقناع باللغة الطبيعية) فقط، وتحديدًا على الآلية اللغوية الأبرز الحجاج، وتتجسد عبر هذه الآلية استراتيجية الإقناع، ويتولد الإقناع عند المرسل إليه بالحجاج33. والجدير بالذكر أن للحجاج أصناف: *الحجاج التوجيهي*، وهو إقامة الدليل على الدعوى بالبناء على فعل التوجيه الذي يختص به المستدلّ لحجته إلى غيره.

الحجاج التقويبي: قد يكون خطاب المرسل حجاجًا على خطاب "متوقع" من مرسل إليه "متخيل" يفترض المرسل وجوده تحسبًا لأي اعتراضات قد يواجهها خاصة بالاستناد على معرفته به وبمعايير السياق، ومن ذلك حججه المفترضة34. *وللحجاج تقنيات منها:*

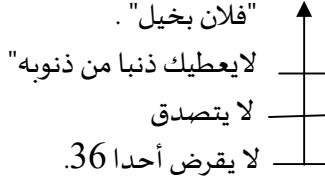
- الأدوات اللغوية: مثل ألفاظ التعليل بما فيها الوصل النسبي، التركيب الشرطي، الأفعال اللغوية، الحجاج بالتبادل، الوصف، الصفة، اسم الفاعل، اسم المفعول، تحصيل الحاصل.

- الآليات البلاغية: تقسيم الكل إلى اجزائه، الاستعارة، التمثيل، البديع.
- الآليات شبه المنطقية ويمثلها السلم الحجاجي بآلياته وأدواته المختلفة، ويندرج تحته كثير منها: الروابط الحجاجية، درجات التوكيد، الاحصاءات، بعض الآليات الصرفية، مثل التعدية بأفعال التفضيل والقياس وصيغ المبالغة35.

و سيأتي الآن الحديث عن السلم الحجاجي: إذ تتجلى العلاقة المجازية بين الدعوى و الحجة لتصبح علاقة شبه منطقية وبالأدوات اللغوية – طبعًا- يتمثل صلب فعل الحجاج في تدافع الحجج و ترتيبها حسب قوتها (التي تتمتع بقوة لازمة تدعم دعواه) ويمكن تعريفه بأنه "مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية و موفيه بشرطين:

أ- كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى جميع الأقوال التي دونه.

ب- كل قول كان في السلم دليلا على مدلول معين، كان ما يعلوه مرتبة أقوى عليه، وله ثلاثة قوانين (قانون الخفض، قانون تبديل السلم، قانون القلب) ونمثل لذلك (في النفي) كأن يقال:



وبالتالي فإن الحديث عن الحجج يؤدي إلى البحث عن العلاقة بين البلاغة ونظرية الاتصال القائم على الحجة فالحجج خطابة شاعت في الثقافة العربية المعاصرة، بفضل التعدد والاختلاف في سياق من الحرية، لا يسمح باستخدام السياق، فكان البديل "حد الخطاب" خطاب التأثير والاستمالة؛ إذ يرى بيرلمان (Perlman) أن القرن العشرين قرن الترويج والدعاية، ومن ثمة أهمية هذا الخطاب دراسة تحليل التقنيات التي يستخدمها في استمالة المتلقي وإقناعه³⁷.

وينبغي التمييز بين بين الروابط الحججية (les connecteus) والعوامل الحججية (les operaturs) فالروابط تربط بين قولين أو بين حجتين على الأصح (أو أكثر) وتسد لكل قول دورا محدد داخل الإستراتيجية الحججية العامة، ويمكن التمثيل للروابط بالأدوات التالية³⁸:

- الروابط المدرجة للحجج (حتى، بل، لكن، مع، ذلك، لأن)
- الروابط المدرجة للنتائج (إذن، لهذا، بالتالي)
- الروابط التي تدرج حججا قوية (حتى، لكن، بل)
- روابط التعارض الحجج (بل، لكن، مع ذلك)
- روابط التساوق الحجج (حتى، لاسيما)³⁹.

أما العوامل الحججية فهي تربط بين متغيرات حججية؛ أي بين حجة ونتيجة أو بين مجموعة حجج ولكنها تقوم بحصر وتقييد الامكانات الحججية التي تكون لقول ما، وتضم مقولة العوامل أدوات من قبيل: (ربما، كاد، قليلا، كثيرا، ما، إلا، وجل أدوات القصر)⁴⁰.

وفي هذا العرض الموجز نقدم مجموعة من الشواهد المنتزعة من سورة "الأعراف" ونبين من خلالها مواضع الاقناع بالحجج، اعتمادا على الروابط والعوامل الحججية دون غيرها من الآليات، وذلك لصعوبة الاحاطة بكل العناصر المندرجة تحت استراتيجية الاقناع وتحديدا (الحجج) بأدواته وآلياته وتقنياته المختلفة.

أ-الروابط:

ويتبين ذلك في قوله تعالى: "فَمَا كَانَ دَعْوَاهُمْ إِذْ جَاءَهُمْ بِأَسْنًا إِلَّا أَنْ قَالُوا إِنَّا كُنَّا ظَالِمِينَ" 41. ظهر في الآية الكريمة رابط حجاسي هو: "إذ" فإذ هنا ربطت بين قولين أو حجتين وهما "فما كان دعواهم" و"جاءها بأسنا" الفاء عاطفة جملة (فجاءها بأسنا) على جملة (أهلكتناها) وأصل العاطفة أن تفيد ترتيب حصول معطوفها بعد حصول المعطوف عليه، ولما كان مجيء البأس حاصلًا مع حصول الإهلاك أو قبله إذ هو سبب الإهلاك والغرض تهديد السامعين المعاندين فضيق عليهم المهلة لئلا يتباطأوا في تدارك أمرهم (التعجل بالتوبة) فما كان دعواهم يصح أن تكون الفاء فيه للترتيب الذكري؛ أي ترتيب الأخبار بشيء عن الأخبار بالمعطوف عليه، ففي الآية أخبر عن كيفية إهلاكهم بعد الخبر بالإهلاك، وهذا الترتيب في الغالب هو تفصيل بعد إجمال 42. فأسند لكل قول دور محدد داخل الاستراتيجية العامة للخطاب فارتبط الدعاء بمجيء البأس أي تزامن الدعاء ووقوع العذاب، وضمنيا حصر للحيل المتوفرة لهم فما بقي لهم في هذا الموقف إلا الانابة والدعاء، ف"إذ" عملت على ربط منطقي زمني دقيق بين الحجتين فلو استبدلت "حتى" هنا ب"عندما" لما حققت هذه المعاني الدقيقة اللطيفة المنتقاة لتخدم المقام والغرض التداولي والحجاسي.

وفي قوله تعالى "فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ كَذَّبَ بِآيَاتِهِ أُولَئِكَ يَنَالُهُمْ نَصِيبُهُمْ مِنَ الْكِتَابِ حَتَّى إِذَا جَاءَهُمْ رَسُولُنَا يُتَوَفَّوهُمْ قَالُوا أَيْنَ مَا كُنْتُمْ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ قَالُوا ضَلُّوا عَنَّا وَشَهِدُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ أَنَّهُمْ كَانُوا كَافِرِينَ" 43.

"حتى" من الروابط الحجاسية (رابط التساوق الحجاسي، ومن الروابط التي تدرج حججا قوية) حتى الأولى ربطت بين (إذا جاءتهم فمن أظلم ممن افترى على الله كذبا) و(أو كذب آياته) الربط هنا بين حجتين (قولين) أولا افتراء على الله كذبا، الثاني كذب آيات الله فقد اسند دور حجاسي للقولين داخل الاستراتيجية العامة وكونها من الروابط التي تدرج حججا قوية فإن الافتراء على الله والتكذيب آياته من الأمور العظيمة (حجة قوية عليهم) تستوجب العقاب. إذا (حتى) ابتدائية لأن الواقع بعدها جملة تفيد السببية، المعنى: (إذا جاءتهم رسلنا...) وحتى الابتدائية لها صدر الكلام فالغاية التي تدل عليها هي غاية ما يخبر به المخبر، وليست غاية ما يبلغ إليه المعطوف عليه بحتى، لأن ذلك إنما يلتزم إذا كانت حتى عاطفة، ولا تفيد إلا السببية كما قال ابن الحاجب فهي لا تفيد أكثر من تسبب ما قبلها فيما بعدها، قال الرضي؛ قال المصنف: وإنما وجب مع الرفع السببية لأن الاتصال اللفظي لما زال بسبب الاستئناف شرط السببية التي هي موجبة للاتصال المعنوي، جبرا لما فات من الاتصال اللفظي.

وفي قوله تعالى: " حَتَّىٰ إِذَا آذَرَكُوا فِيهَا جَمِيعًا قَالَتْ أُخْرَاهُمْ لِأَوْلَاهُمْ رَبَّنَا هَؤُلَاءِ أَضَلُّونَا "45. "أذركوا" أصلها تداركو قلبت التاء دالا وأدغمت في الدال، لكن الدال جلبت الألف سهولة النطق والدرك اسم في مقابلة الدرج، لأن الدرج مراتب اعتبارا بالصعود، والدرك مراتب اعتبار للهبوط، لذا اعتبر من منازلهم جهنم بالدركات ومعنى الآية ان لحق كل واحد بالآخر، والشديد هنا يوحي بتدعيمهم في النار واجتماعهم متزامنين ويظهر هنا أثر التشكيل الصوتي، وأثره الاسلوبي وعلاقة الصوت بالمعنى46. ونحن هنا لانركز على الجانب الأسلوبي في حد ذاته بقدر ما نركز على خدمة الأسلوب للغرض الإقناعي والاستراتيجيات المختلفة للحجاج اعتمادا على الوسائل والأدوات اللغوية المتاحة، وكيف استثمرت هذه الروابط أسلوبيا ثم دلاليا والنتيجة كيف عملت "حتى" باعتبارها رابط حجائي يقوم على الربط بين زمن (الادراك) ثم ردة الفعل (قالت ...) وهنا يبدأ القول الثاني أو الحجة الثانية (ربنا هؤلاء قوم أضلونا)، سنكتفي بهذا القدر للتنقل الآن إلى الشق الثاني من المؤشرات والأدوات الحجاجية "العوامل الحجاجية" ودائما التطبيق على سورة الاعراف.

ب-العوامل:

ويظهر لنا ذلك في قوله تعالى: "فَمَا كَانَ دَعْوَاهُمْ إِذْ جَاءَهُمْ بِأَسْنَا إِلَّا أَنْ قَالُوا إِنَّا كُنَّا ظَالِمِينَ"47. دخلت على الآية أداة القصر "ما" "إلا" وهي عامل حجائي فالقصر هنا أضاف قيمة حجاجية للقول (الامكانات الحجاجية) بما يوحي بضعف حجتهم أثناء مفاجئتهم بالعذاب مقارنة بالصيغة الاحتمالية الأصلية للآية بدون القصر (وعندما جاءهم بأسنا قالوا إنا كنا ظالمين) اكسبت العبارة وطعمتها بقوة حجاجية (فما كان دعواهم) يعني لاحجة لهم لا كلام لا وسيلة اقناع إذ الزمهم الحجة وألجمهم وكأنهم حصروا فما بقي لهم أي تبرير، عكس (وعندما جاءهم بأسنا قالوا إنا كنا ظالمين) توحى بإمكانية التبرير والإعتذار والمحاورة والأخذ والعطاء، لكن مع وجود القصر أغلق باب الجدل (الحجاج الخطابي) هنا قوة الاقناع والافتناع في الوقت نفسه (لأن الحجاج اقتناع وإقناع معا) بهذا المثال نكون قد بينا بعض استراتيجيات الحجاج في الاقناع والتبليغ انطلاقا دائما من اللغة واشتغالا بأدواتها المختلف.

وهذا مثال آخر نبين من خلاله أهمية العوامل الحجاجية في قوله تعالى:

وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا
وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ
أُولَئِكَ هُمُ الْعَاقِلُونَ "48.

شكل الرابط الحجاجي "بل" علاقة حجاجية قارة لإقامة بنية مركبة جاءت في الحجة الأولى تصف حواس هؤلاء بالمعطلة، وغير مستعملة لأن العلاقة ذات مسار

يدحض ويعطل حواسهم فأخذت مسارا حجاجيا أدى إلى إحداث إقناع، وبالنتيجة يتسنى المعنى بفكر هؤلاء، ويسوغ ال(الذرة) لهم في جهنم فضلا عن كثرتهم، وذلك للوصول إلى عملية توازن مقنع لما سيأتي بعد "بل" من حجة أقوى من أجل أن يتساق الكلام في وصفهم وما آلو إليه فليست "بل" (بل هم أضل) رجوعا عن الأول، وإنما للانتقال من إخبار إلى إخبار فقد يشبههم بالأنعام لعدم انتفاعهم بما أعطاهم الله من حواس وعقل يعرفون من خلالها الحق من الباطل ثم انتقل بالرباط الحجاجي إلى ما هو أشد حجة بقوله (بل هم أضل) فالرباط الانتفاء قد أظهر شدة ظلالهم على جهة المبالغة لكي يتسنى الطعن فيه على نحو أكثر إقناعا وتأثيرا، لأن الأنعام تدرك بالفطرة من النافع والضار وهؤلاء ليسوا كذلك⁴⁹.

وهذا مثال آخر نبين فيه أهمية العوامل الحجاجية في بناء استراتيجيات الحجاج المختلفة: قال تعالى " **وَمَا رَجَعَ مُوسَىٰ إِلَىٰ قَوْمِهِ غَضْبَانَ أَسِفًا قَالَ بِئْسَمَا خَلَفْتُمُونِي مِنْ بَعْدِي أَعَجِلْتُمْ أَمْرَ رَبِّكُمْ وَأَلْقَى الْأَلْوَابَ وَأَخَذَ بِرَأْسِ أَخِيهِ يَجُرُّهُ إِلَيْهِ قَالَ ابْنَ أُمَّ إِنَّ الْقَوْمَ اسْتَضَعُّفُونِي وَكَادُوا يَقْتُلُونَنِي فَلَا تُشْمِتْ بِيَ الْأَعْدَاءَ وَلَا تَجْعَلْنِي مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ**"⁵⁰.

وقوله "**وكادوا يقتلونني**" يدل على أنه عارضهم معارضة شديدة ثم سلم خشية القتل.....كادوا من العوامل الحجاجية التي تقوم بحصر وتقييد الامكانات الحجاجية، فالقوم وإن هموا بقتله إلا أنهم لم يفعلوا ذلك، والملفوظ الوصفي هذا ما هو إلا حجة براغماتية (وأكد بيرلمان أهمية هذه الحجة في توجيه الفعل والحمل على الأذعان) مؤكدا أن تقويم الحدث بنتائجه العملية أمر لا يحتاج إلى مبرر آخر⁵¹.

الهوامش:

- 1- ينظر، عبد اللطيف عادل: بلاغة الإقناع في المناظرة، منشورات ضفاف بيروت لبنان، ط1، 2013، ص84-85.
- 2- ينظر، قدور عمران: البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع إربد شارع الجمعة، ط1، 2012، ص30.
- 3- ينظر، المرجع نفسه، ص77.
- 4- ينظر، عمارية حاكم: الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي دراسة لسانية تداولية في الخطابة العربية أيام الحجاج بن يوسف الثقفي، دار العصماء سورية (دمشق) ط1، 2014، ص7.
- 5- ينظر، محمود عباس عبد الواحد: قراءة النص وجماليات التلقي بين المذاهب الغربية الحديثة وتراثنا النقدي، دراسة مقارنة، دار الفكر العرب (القاهرة) ط1، 1990، ص120-121.
- 6- ينظر، المرجع نفسه، ص134-135.

- 7- الجاحظ: البيان والتبيين، الجاحظ: تحقيق عبد السلام هارون، ج 1 ص92.
- 8- ينظر، محمد سالم الأمين الطلية: الحجاج في البلاغة المعاصرة، دار الكتاب الجديدة المتحدة، ط1 2008، ص176.
- 9- ينظر، حسان الباهي: منهجية الحوار في التفكير النقدي، أفريقيا الشرق المغرب (الدار البيضاء) ط2، 2013، ص71-72.
- 10- ينظر، عبد الله صولة: الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، دار الفارابي بيروت (لبنان) ط2، 2007، ص8-9، نقلا عن:
- 11- ينظر، طه عبد الرحمان: أصول الحوار وتجديد الكلام، المركز الثقافي العربي، المغرب (الدار البيضاء)، ط2، 2000، ص65-66.
- 12- ينظر، عبد الله صولة: في نظرية الحجاج دراسات وتطبيقات، مسكيلياني للنشر والتوزيع (تونس) ط1 2011، ص13.
- 13- ينظر، المرجع نفسه، ص13.
- 14- ينظر، المرجع نفسه، ص15.
- 15- ينظر المرجع نفسه صولة الحجاج في القرآن، ص15.
- 16- ينظر، عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب المتحدة (ليبيا)، ط1، 2004، ص53-54.
- 17- ينظر، المرجع نفسه، ص55.
- 18- ينظر، تمام حسان: البيان في روائع القرآن: دراسة لغوية أسلوبية في النص القرآني-عالم الكتب (القاهرة) ط1993، ص8.
- 19- ينظر، تمام حسان: اللغة بين المعيارية و الوصفية، عالم الكتب القاهرة ط4، 2001، ص15.
- 20- ينظر، علي عزت: الاتجاهات الحديثة في علو الأساليب تحليل الخطاب، أبو الهول للنشر (القاهرة)، ط1996، ص11.
- 21- ينظر، عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص57.
- 22- ينظر، المرجع نفسه، ص58.
- 23- ينظر، أحمد المتوكل: الوظيفة بين الكلية و النمطية، دار الأمان (الرباط) ط1 2003، ص19-22.
- 24- ينظر، عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص62-63.
- 25- ينظر، المرجع نفسه، ص257-261.
- 26- ينظر، المرجع نفسه، ص261-262.
- 27- ينظر، المرجع نفسه، ص267-320.
- 28- ينظر، المرجع نفسه، ص322-363.
- 29- ينظر، المرجع نفسه، ص365-385.
- 30- ينظر، المرجع نفسه، ص385-442.
- 31- ينظر، ابن عيسى طاهر: أساليب الإقناع في القرآن الكريم، دار الضياء للنشر و التوزيع (عمان الأردن) ط1، 2006، ص21-22.

- 32- ينظر، عبد عبد الهادي بن ظافر الشهري:ص445-447.
- 33- ينظر، المرجع،ص456-457.
- 34- ينظر، المرجع نفسه،470-473.
- 35- ينظر، المرجع نفسه،476-499.
- 36- ينظر المرجع نفسه،447-501.
- 37- ينظر، جميل عبد الحميد، البلاغة و الاتصال، دار غريب(القاهرة)، ط2000، ص78.
- 38- ينظر ،أبو بكر الغزاوي: اللغة والحجاج، العمدة للطبع (المغرب) ط1، 2006، ص27.
- 39- البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني قدور عمران: ص37.
- 40- ينظر، أبوبكو الغزاوي، المرجع السابق، ص27.
- 41- الأعراف: الآية 04
- 42- ينظر، محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير،الدار التونسية للنشر، ط2008، ج8، ص2021.
- 43- الأعراف الآية: 35.
- 44- ينظر، محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، ج1، ص116.
- 45- سورة الأعراف: 36.
- 46- ينظر، تمام حسان:البيان في روائع القرآن:دراسة لغوية أسلوبية في النص القرآني، ص287.
- 47- الأعراف: 04.
- 48- الأعراف 179.
- 49- ينظر، مثنى كاظم صادق: أسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي،تنظير وتطبيق على الصور المكئية، منشورات ضفاف الجزائر، ط1 2015، ص76.
- 50- الأعراف: 150.
- 51- ينظر، قدور عمران: البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، ص92- القرآن الكريم: رواية ورش عن نافع

المصادر والمراجع:

- 1- أبو بكر الغزالي: اللغة والحجاج، العمدة للطبع (المغرب) ط1، 2006.
- 2- أحمد المتوكل: الوظيفة بين الكلية و النمطية، دار الأمان (الرباط) ط1، 2003.
- 3- ابن عيسى طاهر: أساليب الإقناع في القرآن الكريم، دار الضياء للنشر و التوزيع (عمان الأردن) ط1، 2006.
- 4- تمام حسان: البيان في روائع القرآن: دراسة لغوية أسلوبية في النص القرآني-عالم الكتب (القاهرة) ط1993.
- 5- اللغة بين المعيارية و الوصفية، عالم الكتب القاهرة ط4، 2001.
- 6- جميل عبد الحميد، البلاغة و الاتصال، دار غريب (القاهرة)، ط2000.
- 7- الجاحظ: البيان والتبيين، الجاحظ: تحقيق عبد السلام هارون، ج1، ص92.
- 8- حسان الباهي: منهجية الحوار في التفكير النقدي، أفريقيا الشرق المغرب (الدار البيضاء)، ط2، 2013.
- 9- طه عبد الرحمان: أصول الحوار وتجديد الكلام، المركز الثقافي العربي، المغرب (الدار البيضاء)، ط2، 2000.
- 10- عبد اللطيف عادل: بلاغة الإقناع في المناظرة، منشورات ضفاف بيروت لبنان، ط1، 2013.
- 11- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب المتحدة (ليبيا)، ط1، 2004.
- 12- عبد الله صولة: في نظرية الحجاج دراسات وتطبيقات مسكلياني للنشر والتوزيع (تونس) ط1، 2011.
- 13- الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، دار الفارابي بيروت (لبنان) ط2، 2007.

- 14- عمارية حاكم: الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي دراسة لسانية تداولية في الخطابة العربية أيام الحجاج بن يوسف الثقفي، دار العصماء سورية (دمشق) ط1، 2014.
- 15- قدور عمران: البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع إربد شارع الجمعة، ط1، 2012.
- 16- محمود عباس عبد الواحد: قراءة النص وجماليات التلقي بين المذاهب الغربية الحديثة وتراثنا النقدي، دراسة مقارنة، دار الفكر العرب (القاهرة ط1، 1990).
- 17- محمد سالم الأمين الطلية: الحجاج في البلاغة المعاصرة، دار الكتاب الجديدة المتحدة ط1، 2008.
- 18- محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، ط2008، ج8، ص2021.
- 19- منى كاظم صادق: أسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي، تنظير وتطبيق على الصور المكينة، منشورات ضفاف الجزائر، ط1، 2015.

