



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة غرداية
مجلة إسهامات للبحوث والدراسات
E-ISSN. 2543- 3636 / P-ISSN. 2543- 3539
<http://ishamat.univ-ghardaia.dz/index>



الخطاب المسجدي، آلياته اللسانية وأبعاده التداولية

الدكتور محمد مدور

جامعة غرداية

meddour.medj@gmail.com

الملخص :

تتناول هذه الدراسة الأبعاد التداولية للخطاب المسجدي والصفات الموضوعية لدى الخطيب وأثرها في توجيه المتلقين ، لأن الخطيب الذي يملك الكفاءات والمهارات هو محور العملية الخطابية ومركزها ، يستطيع توجيه المستمعين إلى الوجهة الصحيحة ، التي تحقق استقامة الفرد وصلاح المجتمع .

فالخطاب الديني خطاب إقناعي بامتياز ، يروم التأثير في المتلقي لحمله على : فعل أو ترك أو اتخاذ موقف أو إبطال فكرة أو إعادة نظر... الخ .

وتنطلق هذه الدراسة من إشكالية مزدوجة هي :

الأولى : ما ينبغي أن يتصف به الخطيب من قدرات لسانية وآليات لغوية وحجاجية وتواصلية ، وكيفية استثمارها لتحقيق الوعي والإقناع .

الثانية : وهي كيفية التحكم في الفهم والإفهام والتفسير لمعرفة الدلالات الضمنية ، والقوى الإنجازية غير المباشرة للنصوص الدينية .

والصفات الموضوعية للخطيب هي جملة من الكفايات التداولية والاهتمامات والمنهجيات ، يتصف بها الخطيب الناجح الذي يقود سفينة المجتمع إلى بر الأمان

- أن يتصف بالكفاءتين العلمية والخطابية ، فهو الناطق باسم الأمة وجماعة المسلمين .
- أن يكون ملما بالفقهين الكبير والأكبر ، مع فقه الواقع وسلم الأولويات .
- أن يسعى الخطيب إلى زرع الثقة لدى نفوس المتلقين .

- السعي إلى التأثير الوجداني الإيجابي مما يفسح المجال للتهذيب وتزكية النفوس .
وهناك جملة من المحاذير ينبغي على الخطيب مراعاتها . ونذكر منها ما يلي :
- تجنب التخاطب السيء ، وضرورة الالتزام بقواعد التبليغ وقواعد التهذيب .
- عدم تأويل النصوص الدينية المشتركة بما يوافق ايدولوجية معينة ، أو فسخ المجال للتأويل البعيد كتأويل الأسماء والصفات وتأويل المتشابه الدلالي.

Abstract

Mosque discourse has its linguistic mechanisms and Pragmatic dimensions

This study deals with the pragmatics dimensions of the discourse of the mosque and , the statement of the objective qualities of the preacher and its effect in directing the addressees, and the preacher who possesses skills and competencies is the focus and center of the rhetorical process.

The study is based on two problems :

The first: the linguistic abilities that linguistically needs, linguistic, Argumentative and communicative mechanisms, and how to invest them to achieve awareness and persuasion.

The second: How to control understanding, understanding and, Explication to know the implicit connotations and indirect Illocutionary forces of religious texts.

Key words: religious discourse, oration, Pragmatic , persuasion , Explication

مدخل :

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه وبعد .

من توجيهات الوحي الإلهي في مجال الدعوة إلى الله قوله تعالى (أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة) [النحل 125] ، وقد قام النبي عليه الصلاة والسلام بتبليغ الرسالة امتثالاً لأمر الله القائل (يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك) [المائدة 67] ، وكان منهج الرسول في التبليغ التيسير وعدم التعسير في الخطاب الإسلامي ؛ لأن هذا الدين مبني على التيسير، ومن المقاصد الشرعية في الخطاب الديني مراعاة أحوال الناس من حيث التيسير والتعسير. ونورد فيما يلي تعريفات بمصطلحات الدراسة .

المصطلح والمفهوم :

الخطاب : الخطاب تكوين لغوي وممارسة اجتماعية لا تنفصل فيه اللغة عن الموقف، أو

المنطوق عن الفعل، إنه عملية من عمليات الاتصال وإنتاج المعنى التي تكسبه الأبعاد المختلفة، التي تضمن له الانسجام ، وشروط التواصل من خلال دورانه ضمن معايير الاتصال الأدبي العام، والإبداع في الخطاب يظهر من خلال الترتيب البنيوي للوسائل اللغوية المختلفة في علاقتها بالخطابات النوعية¹.

والخطاب هو الكلام الذي يقصد به إفهام من هو أهل للفهم ، فهو كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم أو الكاتب ، وتفترض فيه التأثير على السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي تم فيها².

إذن فالخطاب هو إيصال المضامين إلى الآخرين بواسطة الكلام المفهوم ، واللغة في ذلك هي أداة الخطاب ، ويتنوع الخطاب بتنوع المضامين ، فهناك الخطاب السياسي والخطاب الأدبي والخطاب الإعلامي والخطاب الديني والخطاب القانوني وغيرها .

والخطاب الديني هو الذي يستند مرجعية دينية من أصول القرآن والسنة والقواعد العامة للشريعة الإسلامية ، ويتناول القضايا الدينية والأحكام الشرعية ومسائل العقيدة وواقع المجتمع المسلم وغير ذلك **والخطاب المسجدي** هو الخطاب الديني المسجدي الذي يلقي في المساجد أمام المصلين في دروس ومواعظ وخطب عامة أو مناسباتية ، وللمسجد مقامه وسياقاته ورسالته التي ينطلق منها الخطاب ويسعى إلى تحقيقها ، ومن ثم فإن للمسجد خطابا خاصا يحمل سمات لغوية مميزة ، ويغلب عليه الطابع الشفاهي ، وتتصل به ظواهر غير لغوية مصاحبة تكمل وظيفة الخطاب .

الخطاب والاتصال :

معروف أن وظيفة الاتصال هي أهم ظاهرة تكاملية، تتضمن أسلوب أي نص أدبي بشكل واضح أو مستمر، حيث تتميز هذه الظاهرة التكاملية ، الأسلوب الأدبي عن غيره من الأساليب ، ومن هنا تبرز اللغة في النص في نظام الأسلوب ، الذي لا يجعل اللغة وسيلة اتصال فحسب ، وإنما وسيلة جمالية للتأثير في المتلقي³ .

والخطيب حين يتواصل مع المتلقين يبتكر الأساليب التواصلية الفعالة ، التي تتنوع بحسب المقام والسياق والتجاوب مع النفس البشرية في أحوالها المختلفة ، فمرة يخاطب فيه العقل ويرشده إلى أعمال الفكر والنظر والتدبر في الخلق ، وملاحظة السنن الكونية ، ومرة يخاطب فيه الروح بأشواقها وتطلعاتها وآمالها وآلامها ، ومرة يرشد إلى الاستدلال المنطقي ، ومرة يفتح عينيه على مشاعر النفس ، ويستعمل أسلوب الترغيب والترهيب ، والقصة والمثل وبذلك يكون أداءه منظومة تواصلية قوية التأثير.

عناصر بناء الخطاب بالنظر إلى نوعية المتلقين :

يقوم الخطيب "بتحديد القيم الجديدة التي يريد نشرها ، ثم القنوات التي تحقق الهدف

من الخطاب ، ثم المفاهيم ، ثم الافتراضات والمعارف ، وبعد ذلك يحدد اللغة التي تحدد المكونات بشكل دقيق وخاصة لغة الواجهة ، ولا يبدأ إلا وهو مقتنع بتلك المكونات والنواقل تماما ومستوعب لها ، حتى إذا تشرب بها عقله ووجدانه فاضت على النص اللغوي للخطاب ، وتركبت جميع تلك المكونات والنواقل في خطاب مقنع وبناء لغوي مؤثر⁴. ونورد فيما يلي نبذة عن التداولية وأثرها في فاعلية الخطاب المسجدي .

التداولية وصلتها بالخطاب المسجدي :

والتداولية اتجاه في دراسة اللغة من الجانب الوظيفي ، وهو منهج التقى فيه دارسون مختلفون جمعهم بعض القضايا، اختلفوا في تناولها . واتجه الدرس اللساني نحو تجاوز بعض المفاهيم اللغوية ، وأولى البنيويون والنحاة اهتمامهم للجانب البنيوي ، ثم اتجهت الاهتمامات بالمقام والاستعمال الفردي ، فنشأت الدراسة التداولية التي تهتم بالتفسيرات التداولية للأحداث الكلامية .

وكان لنظرية الأفعال الكلامية دور هام في معالجة قضايا الافتراض المسبق ، ومتضمنات القول والمضمرات والاستلزام التخاطبي ، والتفاعل بين الذوات والمسافة وما يتبع ذلك من أدوات ووسائل لتكميل الاستعمال ، ومن ذلك قواعد التبليغ وقواعد التهذيب ، سعيا من الدارسين لوضع ما يمكن من آليات ، من أجل الفهم والإفهام والتواصل وإدراك المقاصد .

وتنطلق هذه الدراسة من إشكالية أساسية هي : كيف تسهم القضايا التداولية في فاعلية الخطاب المسجدي ، لأن هذا الخطاب معني بكل الضوابط التداولية ليؤدي وظيفته بأقصى ما يمكن من الفاعلية والعمق والتأثير ، ولكن ذلك لا يتيسر إلا لمن تمارس بفنون الاستعمال ومراعاة المقامات وقرائن الأحوال ، ومعرفة الاستدلال ومراعاة المخاطب ، وتأويل الملفوظات ، وكيفية تأثير المتكلم في السامع من خلال الوظيفة الحجاجية للخطاب ، وتمرير الأقوال دون التصريح بها ، ووضع كل ذلك في إطار من التماسك والانسجام⁵ .

ما التداولية : هي حقل لساني يهتم باستعمال اللغة وشروط الاستعمال ، وكيفية وضوابطه ، كما يهتم بمتضمنات القول والمقاصد التي يريدها المتكلم ، كما تسعى إلى الكشف عن الكفاءتين ، كفاءة الإنتاج (الخطباء) وكفاءة التأويل (المتلقون)، ومعرفة العلاقة بين المتخاطبين، والمعرفة العميقة بمكونات التخاطب⁶ . ويدرج طه عبد الرحمن التداولية في الحقل اللساني وهي : الرؤية التي نتبناها في هذه الدراسة، ويرتبط مفهوم التداول عند محمد العمري بالسياق والمناسبة المتعلقة بعملية إقناعية خطابية من جهة ، وبملاءمة العبارة للمقاصد من جهة أخرى ضمن نظرية النظم الإعجازية (تداولية لسانية) وارتبط من جهة ثالثة بالبحث عن بلاغة ذوقية تقوم على الصحة والمناسبة⁷ . وهذا يتضح المقصود بالتداول عند العمري بوصفه بحثا عن الإقناع بما يتلاءم مع المقاصد والسياق ، وباحترام ذوق المتلقي ، ولذلك جاءت القضايا التداولية كثيرة ومتنوعة نذكر منها : السياق – اللغة المصاحبة

– المقام – تفاعل الذوات – مراعاة المخاطب – المسافة – الملاءمة – أفعال الكلام والاستلزام الحواري - الإشارات – متضمنات القول – المضمرة – الحجاج – الاتساق والانسجام الخ.

تحليل الخطاب والتداولية: تفهم التداولية بأنها النظرية التي توظف تحليل الخطاب في دراسة معنى الملفوظات في السياق حيث تنطلق النظرية التداولية من افتراض أن العملية التواصلية بين المخاطب والمتلقي ليست عفوية ، بل إن كل طرف يهيئ نفسه لها حيث يبحث الأول عن أفضل طريقة لإنتاج خطاب قادر على التأثير في المخاطب ، فيما يبحث الثاني في الوقت نفسه عن أفضل كيفية للوصول إلى مقاصد المخاطب⁸ .

و الخطاب المسجدي شكل من أشكال التواصل المؤثر مع الجمهور ، وأبرز مظاهر الخطاب المسجدي يتجسد في الدور الذي يقوم به الخطيب في دروسه ووعظه . ومن المعلوم أن الفعل التواصل محكوم بصنفين من الضوابط التداولية التي ينبغي مراعاتها هما : قواعد التبليغ ، وقواعد التهذيب ، وكلاهما يسعى إلى غاية محددة هي الفهم والإفهام .

أما قواعد التبليغ : فهي تعنى بتحديد وجوه الفائدة الإخبارية أو التواصلية ، وبالأدوات والوسائل والقواعد المنظمة لها، وبمراعاة هذه القواعد تتحقق خطابية الخطيب مثل : مقصده وكمه وكيفه وملاءمته لمقتضى الحال ، وما إلى ذلك . ولقد حدد أبو الحسن الماوردي في كتابه (أدب الدنيا والدين) قواعد التبليغ وسماها شروط الكلام وهي : "ينبغي للكلام أن يكون لداع يدعو إليه . وأن يأتي المتكلم به في موضعه لأن لكل مقام قولا ، وأن يقتصر من الكلام على قدر حاجته . ويجب أن يتخير اللفظ الذي به يتكلم وأن تكون معانيه صحيحة"⁹ .

أما قواعد التهذيب : فهي تعنى بتحديد وجوه الاستقامة الأخلاقية أو التعاملية للفعل التخاطبي ، وبهذه القواعد يتحقق نجاح العلاقة التخاطبية لما في ذلك من تأدب وتعاون ولباقة وتخلق وتصديق ، ويتلخص ذلك في سؤال من أخاطب ؟ وكيف ؟

وعلى هذا الأساس فإنه متى ما تحقق تحري النوعين في العملية التخاطبية تحقق معه حصول الفائدة ، ونجاح الفعل التواصل ، ويؤكد طه عبد الرحمن على إضافة قاعدة التصديق إلى قواعد التهذيب ، ومفاد هذه القاعدة أن المتكلم - وهو هنا الخطيب في المسجد- الذي تكون أفعاله مطابقة لأقواله ، وهذا هو مفهوم التصديق¹⁰ . وكثيرا ما ينتقد الناس بعض الخطباء الذين ينهون عن أشياء ويأثمونها ، ويأمرون بأشياء ولا يأثمونها . "ولأن يفعل ما لم يقل ، أجمل من أن يقول ما لم يفعل"¹¹ . وذلك ما أشار إليه قوله تعالى : (يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لا تفعلون) [سورة الصف الآية 2 و3] .

القضايا التداولية وأثرها في الخطاب المسجدي :

1- السياق والقصد : السياق المرتبط بالقول وحده غير كاف لتحقيق شروط الفهم والإفهام ، ومن ثم لابد من مراعاة تعدد السياقات بما فيها السياق العام والسياق الخاص وسياق الموقف

والسياق الثقافي والسياق الوجودي وغيرها .

فالخطاب المسجدي ينطلق من عملية تفاعلية يستند فيها المتخاطبون إلى مجال مشترك ، والخطيب يتطرق إلى تعدد السياقات انطلاقاً من توضيح السياق العام للنص الديني ، وينتقل إلى تبين سياقه الخاص ثم سياقه الموقف ثم سياقه الثقافي الخ . لأن معاني الكلمة تتعدد بتعدد السياقات، فالخطاب هو نتيجة لاستراتيجية معينة ولتوليد ثلاث مراحل هي :

- 1- إدراك السياق الذي يجري فيه التواصل بكل أبعاده المؤثرة .
- 2- تحديد العلاقة بين السياق والعلامة المستعملة ليتم اختيار الاستراتيجية الخطابية الملائمة .
- 3- التلطف بالخطاب¹² .

إن عقد الصلة كاملة بين المرسل والمتلقي والانفتاح على السياقات الاجتماعية والثقافية لم يتحقق إلا على يد البراغماتية بمكوناتها المختلفة اللسانية وشبه اللسانية كالنبر والتنغيم ، أو علامات إشارية كالوجه والجسد والصوت ، ويتحكم السياق في إختفاء بعض الوحدات المعجمية دون غيرها أو في هيمنة وحدات معجمية أخرى ، كما يتحكم السياق في توظيف بعض الضمائر دون غيرها لمقاصد تداولية . وليس الخطاب مستقلاً في إبلاغ المراد بل فهمه الذي يتطلب التعاون بين الفاعلين ، فعندما يتلفظ الخطيب بملفوظ فليس قصده فقط هو المهم ، بل يجب أن يراعي التأويل الذي يمكن أن يعطيه المخاطب للمفوظه ، وهو ما يعني أن الألفاظ التي يختارها الخطيب تلعب دوراً أساسياً في تحديد المعنى ، فاختياره للألفاظ يخضع لمعايير تداولية .

أفعال الكلام والاستلزام الحوارية :

يقدم الواعظ الديني مواعظه أو خطبه إلى المتلقين من خلال سلسلة الأفعال الكلامية ، فهو يأمر أو ينهى أو يخبر أو يعد أو يرغب أو يحذر أو يصف أو يقرر أو ينادي أو ينصح ويحث أو يوبخ الخ ، وهو يروم بذلك تبليغ مضامين مباشرة أو غير مباشرة ، ومن وراء ذلك الرغبة في التأثير بحمل المخاطبين على فعل أو ترك أو اقتناع أو امتثال أو إذعان وغير ذلك من الاستجابات المختلفة ، وهذه هي الغاية التي يسعى إليها الخطيب ، وهي تعديل سلوك المخاطبين واستمالة أفكارهم ومشاعرهم نحو مقاصد الخطاب الديني . ويسعى باستخدام الأفعال وبالتصرف في القوة الإنجازية للفعل الكلامي تقوية أو إضعافاً ، أو تلطيفاً بحسب المقام ، إلى تحقيق غايات تواصلية تبنى على أفعال لغوية صحيحة ناجحة تتضمن الشروط التأسيسية ، وشروط الملاءمة حتى تمتلك قوة التأثير ، بحيث يكون كل فعل كلامي في الخطاب المسجدي منطلقاً من فعل القول ومحتوى قضوي ، وفعل متضمن في القول تقوم على قدرة المتكلم على إنجاز ما يعد به ، وعلى قدرة المخاطب على أداء الفعل المطلوب منه ، إلى غير ذلك من الشروط ، إضافة إلى توظيف الفعل لأداء وظيفة حجاجية ، ثم يترك الكفاءة التأويلية التداولية للمتلقى تشتغل للكشف عن مقاصد الخطيب ؛ لأن أقوال الخطيب هي إنجاز أفعال

بأقوال . يفسح المجال للقراءة والتأويل .

الفعل الكلامي الكبير والأفعال الفرعية :

يتمحور النص الذي يلقيه الخطيب حول فكرة عامة تسمى الفعل الكلامي الكلي كما يسميه فان دايك، تتمحور عليه الخطبة الدينية أو الدرس الوعظي، ويكون أمراً أو نهياً أو ترغيباً أو ترهيباً أو إرشاداً أو توجيهاً أو توبيخاً وتحذيراً ، ثم تتفرع عن كل واحد من هذه أفعال كلامية جزئية مباشرة ، أو غير مباشرة تساهم حملتها الدلالية في خدمة الفعل الكلي . ومن ثم يصمم الخطيب موضوعاته وفق هذا البناء ويوضحه ليفهم المتلقي ما هو أصلي وما هو فرعي ، وما هو كلي وما هو جزئي . وما هو صريح وما هو مستلزم ، ومثال ذلك في القرآن آية المدائنة (281) من سورة البقرة . فعلمها الكلي هو الإرشاد والتوجيه ، وأفعالها الفرعية هي الأمر والنهي والتحذير والنصح والإرشاد... الخ .

الخطاب المسجدي و التخاطب السيء :

إذا لم يلتزم المتكلم في خطابه بقواعد التبليغ ، ولم يلتزم بقواعد التهذيب معا ، عد ذلك من قبيل التخاطب السيء ؛ "لأن الإخفاقات التي تقع فيها التفاعلات الحوارية عموماً يكون مآلتها ، إما من جهة الإخلال بالقوانين التبليغية . وهو ما حاولت الجهود ذات النزوع المنطقي واللغوي الصرف ضبطه . وإما من جهة انتهاك القوانين التهديدية ، وهو ما عملت الاجتهادات ذات الميول الخلقية ، والسيكولوجية والتواصلية على محاصرته وتقنينه ."¹³ ، وهذا ما أشار إليه الجاحظ في تحديده لمعنى البيان بقوله : "مدار الأمر والغاية التي يجري إليها القائل والسامع ، إنما هي الفهم والإفهام."¹⁴ ، فمدار بلاغة البيان والوضوح على إظهار المعنى وكشف الحق كما هو دونما تعميم ، ولا تمويه ولا تحايل أو تزوير . فالمتكلم هو من يتحمل ثقل العملية التخاطبية ؛ لأنه هو الفاعل الأساس لفعل التكلم ، وعلى قدر استقامته يكون نجاح الفعل الكلامي أو فشله ، وحاصل هذا أن بلاغة البيان هي في جوهرها بلاغة أداء وإنجاز ، أكثر مما هي بلاغة استقبال وتأويل¹⁵ .

وعلى الخطيب أن يتجنب الغموض والالتباس والاستعمال غير المناسب للمنطوقات ، ومعنى هذا أن الاعتبارات الأخلاقية مقدمة في إنتاج الخطاب وإلقائه على الاعتبارات التبليغية والقوانين المنطقية واللغوية ، وقد سعت مدرسة (بور رويال) إلى تخليق التخاطب والتواصل على نحو يجعلهما إنسانيين كونيين ، فهذا إسهام منها يمد الخطاب بأسباب قوته التي يمكن إجمالها في : تحري المتكلم السلامة والمناسبة مع الحرص على تعدي نفعه إلى الغير ، وتجنبيه أسباب الضعف . وعلى الخطيب أو الواعظ أن يعمل بالوصايا الاحترازية التالية :

أولاً : القصد إلى تصويب الغير ؛ بحيث لا يستهدف فقط أن يصيب هو بل عليه أن يصوب غيره ليحمله هو كذلك متذوقاً للصواب ، ودليل ذلك أن النفاذ إلى عقول الناس لا تنفع فيه كثيراً الإصابة في الحكم ، وإنما النافع أولاً هو عدم تجاهل ما يكون ضرورياً لتصويب الغير.

ثانياً : الاتصاف بالتواضع في العرض والاعتراض ، بحيث ينبغي للخطيب أو الواعظ أن يتسم بالتواضع في العرض أو المعارضة ، وبالأسلوب الهادئ المتروحي .

ثالثاً : تجنب المكابرة والتعنت الناجمين عن التجريح والالتهام ، فعلى الخطيب أن يتجنب مسلك تجريح الغير المخالف واتهامه في علمه وعمله ، أو مواجهته بالتعنت والمكابرة لدرجة يتم رد أقواله وأحكامه حتى وإن كانت حقا وصوابا .

رابعاً : تجنب الحسد والغيرة والمكر ، بحيث يرغب أن تكون الفضائل جميعها من نصيبه لوحده .

خامساً : تجنب الاتهام إلى الهوى أو إلى المصلحة الخاصة ؛ لأن جملة من أحكام الإنسان وتصرفاته التخاطبية صادرة إما عن هواه أو ما يشتميه أو عما يحقق مصلحته الخاصة ، وإما راجعة إلى ما من شأنه أن يرفع من قيمته وقدره بين الناس¹⁶ .

الإشارات وصلتها بالخطاب الديني : يوظف الخطاب المسجدي العناصر الإشارية باعتبارها خاصة تطبع بعض العبارات اللسانية ، فهي مكون لساني تتغير مساهمته الدلالية بتغير سياق التلفظ قصد إنجاز وظيفة إحالية معينة .

إن معطيات السياق المصغر تحدد الإطارين الزماني والمكاني للتلفظ مثل : (هو ، أنا ، هنا ، الآن... الخ) . أما السياق الواسع فيضاف إليه عناصر تدل على إشارة خاصة قد تفيد التعيين مثل : ذلك الرجل ، هذا الكتاب . فالمتكلم يفترض مجموعة كتب ، وينبغي عزل واحد منها ومن ثم فهو يكشف عن قصده لعزل الكتاب المقصود . أما اللفظ الإشاري (هناك) فإنه يفترض فضاء مكانيا كبيرا وينبغي عزل حيز معين من هذا الفضاء¹⁷ ، كقوله تعالى : (هنالك ابتلي المؤمنون) فهو يقصد أن يحصر حيزا مكانيا محددًا يشير إليه

تسمح الإشارات للخطيب أن يركز الانتباه حول إحالة معينة من خلال الإشارة إلى العلاقة بين الإحالة والسياق ، والعناصر الإشارية يوظفها الخطيب لاستحضار المفاهيم في ذاكرة المخاطبين، فيساعد اسم الإشارة على ذلك ويمكنه أن يشدد التركيز على الموضوع بإضافة ذكر المشار إليه، هذا زيد = هذا + زيد . فاستعمال اسم الإشارة إلى جانب اسم العلم يأتي كضمير توكيدي .

إن الحديث عن إحالة العبارات الإشارية هو موضوع تداولي صرف؛ لأن إحالة العبارات الإشارية لا يمكن أن تتأسس على مفهوم الإحالة اللسانية ، ولكن قيمتها التداولية تتحدد انطلاقًا من مفهوم إحالة المتكلم فهي متعلقة بالاستعمال¹⁸ .

التفاعل بين المتخاطبين :

من أهم المفاهيم التي تؤثر في التواصل من خلال الخطاب المسجدي ظاهرة التفاعل بين الذوات

. المرسل وهو الخطيب ، والمتلقي وهو جمهور المسجد ؛ إذ الخطاب دائما يقتضي وجود متلقين يتم صياغة الخطاب بالنظر إليهم ، فالخطيب يصوغ كلامه بالنظر إلى جمهوره . فالخطيب يلقي خطابه من موقع سلطة دينية ومكانة اجتماعية ويمكن تسمية خطابه خطابا مؤسساتيا يستمد قوته من هذه المنزلة ، ويكون له طابع إلزامي ، أما المتلقي فيستقبل الخطاب بوصفه مكلفا يتلقى التوجيه والارشاد وعليه الاقتناع والامتثال والخضوع للحجة والبرهان .

الحجاج :

وهو من القضايا التداولية التي عرفت منذ القدم ، وقد عملت الدراسات الحديثة على إحياء هذا المبحث وإخراجه إلى الواجهة ، حتى أضحى في صميم اهتمام الدارسين نظرا لقوة حضوره في الخطاب، "لا خطاب بغير حجاج"¹⁹ .

يقول بيرلمان في تعريف الحجاج : " هو دراسة التقنيات الخطابية التي تمكن من إثارة وتعزيز الانخراط في الأطروحات المقدمة "²⁰ ومنه الحديث عن الغاية من الحجاج المتمثلة في : " أن يجعل العقول تدعن لما يطرح عليها أو يزيد في درجة ذلك الإذعان ، فأنجع الحجاج ما وفق في جعل حدة الإذعان تقوى درجتها لدى السامعين بشكل يبعثهم على العمل المطلوب ، أو ما وفق على الأقل في جعل السامعين مهينين لذلك العمل في اللحظة المناسبة."²¹ ومن القضايا المهمة في باب الحجاج ما يعرف (بالحجة البراغماتية) وهي حجة التغيير، ذلك أن الدين جاء بالتغيير ويحث عليه ، والمراد بالتغيير الانتقال من وضع سيئ إلى وضع أحسن كالتغيير الذي حصل حين أخرج الناس من الظلمات إلى النور ، ومن التغيير أن يتخلى الناس عن العادات الجاهلية سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى الجماعة

الاتساق والانسجام : يركز المتكلم في خطابه على عنصر الانسجام بعرض المحتويات ، مرتبة مترابطة وتكون العلاقات القائمة بين الجمل والعبارات متماسكة ومتسلسلة ، وما بين الجمل من حوارية وحجاج والتفات واعتراض وتذييل وغير ذلك . أما الحجاج اللغوي فهو يتمثل في الوسائل والإمكانات اللغوية التي يستعملها الخطيب لتحقيق بعض الأهداف الحجاجية ، فاللغة تحمل في جوهرها وظيفة حجاجية لغوية يستثمرها الخطيب فهي مؤثر لها في بنية الأقوال والجمل²² . وفي كل المظاهر الصوتية والصرفية والمعجمية والتركيبية والدلالية والتداولية .

وتنتهي دراسة الحجاج إلى البحوث التي تسعى إلى الكشف عن القواعد الداخلية للخطاب ، والمتحكمة في تسلسل الأقوال وتتابعها بشكل متنامي وتدرجي يكون بعضها بمثابة حجج وأدلة ، ويكون بعضها الآخر بمثابة النتائج . ولنأخذ مثالا على ذلك وهو من خواتيم سورة البقرة في قوله تعالى : (آمن الرسول بما أنزل إليه من ربه والمؤمنون كل آمن بالله وملائكته وكتبه ورسله). فهذا المقطع يتضمن مجموعة من الحجج والأدلة اللغوية التي تخدم نتيجة مضمرة هي : (آمن أيها الإنسان) . وقد يطرح

السؤال : لماذا نؤمن ؟ فيقدم القرآن مجموعة من الحجج هي :

- الحجة الأولى : الرسول آمن .
- الحجة الثانية : المؤمنون آمنوا .
- الحجة الثالثة : الكل قد آمن .

والنتيجة : ينبغي أن تؤمن أيها المخاطب ، وهكذا تتسلسل بقية الحجج في العبارات اللاحقة ، فتكون النتيجة هي الخضوع والإذعان (وقالوا سمعنا وأطعنا) ... ثم ختم السياق بثلاث حجج متتالية هي : (لا يكلف الله نفسا إلا وسعها) وقوله تعالى : (لها ما كسبت وعليها ما اكتسبت) ثم ينتهي أخيرا إلى الدعاء (ربنا لا تؤاخذنا...) .

الخاتمة :

الخطاب عموما هو كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم وتفترض فيه التأثير على السامع أو القارئ مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي تم فيها الخطاب .
والخطاب الديني هو الذي يستند لمرجعية دينية ، ويتوخى تحقيق غايات دينية من خلال التبليغ والتأثير في المتلقي، لتعديل سلوكه باتجاه المرجعية التي انطلق منها.

ويمتلك الخطاب المسجدي آليات تداولية تقدم التوجيه للمرسل وللمتلقى معا فهو خطاب يقوم على علاقة التفاعل بين المرسل والمرسل إليه ، خطاب تواصلية ذو تأثير مباشر على المتلقي ، وإن عدم الالتزام بقواعد التبليغ وقواعد التهذيب وسائر القضايا التداولية في الخطاب المسجدي ينتج عنه تخاطب سيء ، ومن ثم قد يقصر الخطاب في أداء وظيفته ولا يحقق أهدافه ، ومن ثم يفقد التواصل الفعال مع المجتمع . وبالتالي تضيع فرصة الهداية والإصلاح والإرشاد ، وتركيز النفوس عن طريق النفاذ إلى القلوب والتأثير في العواطف والوجدان بواسطة الحجاج الوجداني واستدعاء المشاعر .
وإن الخطيب الديني يفقد مصداقيته إذا لم يتمثل مبدأ التصديق ، ومن ثم يفقد عنصر القدوة الفاعلة والمؤثرة .

إن توظيف الأفعال الكلامية في الخطاب المسجدي هو إنجاز أفعال بالأقوال ، واستخدام الإشارات هو استحضار للسياق في ذهن المخاطب وجعله يتفاعل مع الحدث ، وتوظيف العناصر الإشارية وضمير المتكلم يجعل الخطاب مرتبطا بسلطة المتكلم الذي تكون توجهاته إلزامية ومن ثم يتحقق عنصر الامتثال .

ينبغي أن يكون الخطاب المسجدي بناء منسجما متماسكا متسلسلا متدرجا في عرض القضايا والحجج حتى تحقق وظيفتها الإقناعية ، والألفاظ التي يختارها الخطيب تلعب دورا أساسيا في تحديد المعنى ، فلا بد أن يخضع الاختيار لمعايير تداولية .

تمر عملية التواصل مع الجمهور المسجدي بمستويين لعرض الخطب والمواظب. المستوى الأول: هو العرض الأفقي (سرد تسلسلي). أما المستوى الثاني: هو العرض العمودي (العمقي)، وفيه يتم الحفر في نفوس المتلقين، وغرض المستويين هو أن يترك الخطيب بصمته في النفوس.

خلاصة النتائج:

- 1- الخطاب الديني وسيلة تواصل هامة وفعالة في التأثير بالجماهير.
- 2- الخطاب المسجدي خطاب ديني شفاهي، يستند إلى مرجعية دينية
- 3- يلتزم الخطيب بقواعد التبليغ والتهديب والتداولية تجنباً للتخاطب السيء
- 4- الخطيب المسجدي يمثل سلطة دينية مؤسسية.
- 5- توجيهات الخطاب المسجدي ملزمة للمتلقى.

المراجع:

- 1- أبو الحسن علي الماوردي. أدب الدنيا والدين. دار الفكر. بيروت. 2012.
- 2- أبو بكر العزاوي. الحجاج والانسجام ضمن بلاغة الخطاب الديني. إعداد محمد مشبال. ط1/2015.
- 3- أحمد عبد الله الطيار، تأويل الخطاب الديني في الفكر الحدائثي الجديد، حولية كلية أصول الدين (2005) القاهرة، عدد 22 المجلد 3
- 4- الجاحظ (أبو عثمان عمرو بن بحر). البيان والتبيين، دار الكتب العلمية بيروت، ط1/1998.
- 5- طه عبد الرحمن. اللسان والميزان. المركز الثقافي العربي. الدار البيضاء. ط1
- 6- عبد الله بن محمد المفلح، من تحليل الخطاب إلى بناء الخطاب رؤية في توظيف اللغة أداة للتغيير والتطوير، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع عمان الأردن، ط1/2017 ص
- 7- عبد الله صولة. الحجاج أصوله ومنطلقاته. ط 2 / 2007. دار الفارابي. بيروت.
- 8- عبد السلام عشير. عندما نتواصل نغير مقاربة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج. ط1/2006. إفريقيا الشرق. المغرب
- 9- عبد اللطيف عادل. بلاغة الإقناع في المناظرة. ط1/2013. دار الأمان. الرباط.
- 10- عبد الهادي بن ظافر الشهري. استراتيجيات مقاربة لغوية تداولية. ط1/2004 دار الكتاب الجديد. بيروت
- 11- العياشي أدراوي. في التواصل التكاملية فصول من التناظر بين الفكر العربي والفكر الغربي. منشورات الاختلاف. دار الأمان. الرباط. ط1/2014.
- 12- العياشي أدراوي. التخاطب السيء. ضمن البلاغة وتحليل الخطاب. عدد 2 / 2013.
- 13- لطفي فكري محمد الجودي، جمالية الخطاب في النص القرآني، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع القاهرة، ط1 / 2014.
- 14- محسن الزكري. الحجاج والتداول في البلاغة العربية. ضمن البلاغة والخطاب. ط1/2014. دار الأمان. الرباط.
- 15- محمد أغليمو. مناهج تحليل الخطاب ضمن البلاغة وتحليل الخطاب. ع2/2013.
- 16- يوسف السيساوي، إشارات مقاربة تداولية، ضمن التداوليات علم استعمال اللغة إعداد: حافظ اسماعيل علوي، عالم الكتب الحديث إربد الأردن، ط1/2011.

الهوامش :

- 1- ينظر : لطفي فكري محمد الجودي ، جمالية الخطاب في النص القرآني ، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع، القاهرة ، ط1/ 2014 ، ص 71
- 2- ينظر: أحمد عبد الله الطيار، تأويل الخطاب الديني في الفكر الحدائثي الجديد، حولية كلية أصول الدين (2005) القاهرة، عدد 22 المجلد 3، ص12
- 3- ينظر: لطفي فكري ، جماليات الخطاب المرجع السابق ، ص 71 .
- 4- عبد الله بن محمد المفلح ، من تحليل الخطاب إلى بناء الخطاب رؤية في توظيف اللغة أداة للتغيير والتطوير، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع عمان الأردن ، ط1/2017 ص ، 108.
- 5- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري ، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية ، دار الكتاب الجديد . بيروت ط1/2004 ، ص 63
- 6- ينظر: عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، افريقيا الشرق، المغرب ، ط1/2006، ص18
- 7- ينظر: محسن الزكري، الحجاج والتداول في البلاغة العربية ضمن البلاغة والخطاب، دارالأمان ، الرباط، ط1/2014 ، ص 292 .
- 8- ينظر: محمد اغليمو، مناهج تحليل الخطاب ضمن البلاغة وتحليل الخطاب ، ع2/2013 ، ص 63
- 9- أبو الحسن علي الماوردي ، أدب الدنيا والدين ، دار الفكر، بيروت ، 2012، ص 266-270
- 10- ينظر: طه عبد الرحمن ، اللسان والميزان ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، ط1 ، ص 249 .
- 11- طه عبد الرحمن ، المرجع نفسه . ص 202 .
- 12- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري ، المرجع السابق، ص 63 .
- 13- العياشي أدراوي ، التخاطب السيء ، ضمن البلاغة وتحليل الخطاب ، عدد 2 / 2013 ، ص 40 .
- 14- الجاحظ (أبو عثمان عمرو بن بحر) ، البيان والتبيين ، دار الكتب العلمية بيروت لبنان ، ط1/ 1998، ص 76 /1 .
- 15- العياشي أدراوي ، في التواصل التكاملي ، فصول من التناظر بين الفكر العربي والفكر الغربي ، منشورات الاختلاف ، دارالأمان ، الرباط المغرب ، ط1/2014 ، ص 138 .
- 16- ينظر: العياشي أدراوي ، المرجع نفسه ، ص 141 .
- 17- ينظر: يوسف السيساوي ، الإشارات مقارنة تداولية ، ضمن التداوليات علم استعمال اللغة ، إعداد حافظ اسماعيل علوي ، عالم الكتب الحديث إربد الأردن ، ط1/2011 ، ص 444 .
- 18- ينظر: يوسف السيساوي ، المرجع نفسه . ص 449 .
- 19- طه عبد الرحمن . اللسان والميزان . ص 213 .
- 20- عبد اللطيف عادل، بلاغة الإقناع في المناظرة، دارالأمان ، الرباط ، ط1/2013 ، ص 85 .
- 21- عبد الله صولة . الحجاج أصوله ومنطلقاته ، دار الفارابي بيروت ، ط 2 / 2007 ، ص 299 .
- 22- ينظر : أبو بكر العزاوي . الحجاج والانسجام ضمن بلاغة الخطاب الديني، إعداد محمد مشبال . ط1/2015 ، ص 199 .