

ويعدُّ الإعلام من الأمور الهامة في نشر الإسلام والدعوة إلى الله، وخاصّة الإعلام العربي ودوره الرئيس في حياة الأمة وتشكيل ثقافتها وصياغة فكرها، ومن أساليبه الإعلامية القديمة نذكر الخطب الدينية التي كان لها الدور الكبير في نشر الدعوة الإسلامية، فقد عرف التاريخ الإسلامي خطب النبي صلى الله عليه وسلم التي كانت المثال الأعلى للخطباء على مرّ العصور كخطبتي حجة الوداع وفتح مكة ونهدف من خلال هذا البحث إلى تقريب هذا الموضوع ولمّ شمله للباحثين لكي يسهل الاطلاع عليه والاستفادة من نهج الرسول - صلى الله عليه وسلم - في وقتنا الراهن.

وأتبعنا في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، الذي يسعى لوصف الظواهر اللغوية، كما هي موجودة في المدونة.

وتتمحور إشكالية هذه المقال كالاتي: ما مفهوم الخطاب الإعلامي الإسلامي ؟ وما أهم آلياته الإقناعية وأفانيه التأثيرية؟ وما أثره في المتلقي ؟

وهذا بدوره يجعلنا بحاجة ماسة إلى تحديد مفهوم الخطاب في التراث والفكر العربي الحديث والمعاصر؛ وقد اختطّ البحث لنفسه مساراً منهجياً كان كما يلي:

الخطاب في التراث والفكر العربي الحديث والمعاصر/الخطاب في الفكر الغربي/مفهوم الإعلام ونشأته/أسس وأهداف الإعلام الإسلامي/تعريف الإعلام الإسلامي / وظائف وعناصر الخطاب الإعلامي الإسلامي/الخطاب الإعلامي والمتلقي/نماذج تطبيقية عن الإعلام الإسلامي/ آليات الإقناع وأفانيه التأثير في خطبتي حجة الوداع وفتح مكة/ أثر خطبتي حجة الوداع وفتح مكة في ذهن المتلقي.

1. مفهوم الخطاب في التراث العربي:

1.1. الخطاب لغة:

للخطاب دلالات شتى في ميادين معرفية مختلفة، ولإدراك مدلوله لا بدّ من الرجوع إلى بعض المعاجم العربية: ورد في "اللسان لابن منظور" في مادة [خ. ط. ب] أنّ الخطاب والمخاطبة: مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً وهما يتخاطبان، والمخاطبة صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي شأن⁽¹⁾، وجاء في مختار الصحاح في مادة (خ ط ب): «الخطب سبب الأمر، تقول: ما خطبك أي ما أمك، وتقول هذا الخطب جليل وخطب على يسير وجمعه خطوب، وخاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً»⁽²⁾. وذكر الزمخشري (ت 538هـ) في أساسه أنّ هذا المصطلح: «هو مواجهة بالكلام، وهو البين من الكلام الملخص الذي يبينه من يخاطب به»⁽³⁾. وورد في معجم المنجد «خطاب جمع خطابات: كلام يوجه إلى جمهور من المستمعين في مناسبة من المناسبات»⁽⁴⁾. وقد ورد لفظ الخطاب في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع هي:

(أ) قال تعالى: (و شدّدنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب)، (سورة ص، الآية: 20)

ويفسّر الزمخشري (538 هـ) "فصل الخطاب" بقوله: "إنّه البين من الكلام الملخص الذي يتبينه من يخاطب به ولا يلتبس عليه"⁽⁵⁾.

(ب) وقال تعالى: (فقال أكفلنيها وعزّني في الخطاب)، (سورة ص: الآية 23)، أي صار أعزّمني في مخاطبته.

(ج) وقال تعالى: (ربّ السّموات والأرض وما بينهما الرّحمن لا يملكون منه خطاباً) (سورة النبأ، الآية: 37)، أي لا يملكون أن يخاطبوا الله.

2.1. الخطاب اصطلاحاً: وردت في التراث العربي القديم عدّة تعريفات للخطاب، نوجز أهمّها فيما يلي:

- ابن وهب الكاتب (ت355هـ): أشار في كتابه "البرهان في وجوه البيان" إلى الخطاب، فقال: "الخطبة الكلام المخطوب به، والخطابة والخطاب اشتقّا من الخطب والمخاطبة لأنّهما مسموعان"⁽⁶⁾.
 - ابن جني (ت392هـ): عرّفه بقوله: «أنّه كلّ لفظٍ مستقلٍّ بنفسه مفيد لمعناه وأنّه الجمل المستقلّة بنفسها»⁽⁷⁾.
 - الغزالي (ت 505 هـ): يرى أنّ الخطاب "اسمٌ مشتركٌ قد يطلق على الألفاظ الدّالة على ما في النفس... وقد يطلق على مدلول العبارات، وهي المعاني التي في النّفس"⁽⁸⁾.
 - أبو الحسن الأمدي (ت 631 هـ) عرّفه بأنّه: "اللفظ المتواضع عليه، المقصود به إفهامٌ من هو متبرّئ لفهمه"⁽⁹⁾.
 - التّهانوي يعرف الخطاب على أنّه: "توجيه الكلام نحو الغير للإفهام"⁽¹⁰⁾.
 - أبو العبّاس بن يزيد المبرّد (ت258هـ): رأى أنّ الخطاب يستلزم الألفاظ البيّنة لنجاحه: (فمن ألفاظ العرب البيّنة القريبة المفهمة الحسنة الوصف الجميلة الرّصيف)⁽¹¹⁾.
 - الجاحظ (ت 255هـ)⁽¹²⁾: تصوّر الجاحظ الخطاب من جرّاء مفهوم تبليغ الرّسالة الدّينيّة عن طريق الخطاب الذي يعتبر الوسيلة الأجدى في عملية التّبليغ⁽¹³⁾.
 - ابن خلدون (ت 808هـ): وحسب تعبيره أنّ الخطاب كلامٌ، فيقول: «أنّ الكلام الذي هو العبارة والخطاب إنّما سرّه وروحه في إفادة المعنى، وأمّا إذا كان مهمّاً، فهو كالموت الذي لا عبرة به»⁽¹⁴⁾.
 - عبد القاهر الجرجاني (ت 471هـ): عنده الخطاب هو المنطلق، والمعنى يتكوّن داخل الخطاب في إطار العلاقات والتّراكيب النّحويّة⁽¹⁵⁾.
- نستشفّ من التعاريف السّابقة أنّه تمّ تحديد مفهوم الخطاب في التراث العربي القديم من خلال منظومة مفاهيميّة متناسقة منسجمة مثل الجملة والكلام والبيان بأنواعه والنّظم والتّبليغ.

3. الخطاب في الفكر العربي الحديث والمعاصر: وردت التعاريف الآتية في الفكر العربي الحديث والمعاصر حول الخطاب نذكر منها:

- يُعرف معجم المصطلحات الأدبيّة المعاصرة الخطاب أنّه: "مجموع التّعابير الخاصّة التي تتحدّد بوظائفها الاجتماعيّة ومشروعها الأيديولوجي"⁽¹⁶⁾.
- يُعرفه عبد الله إبراهيم أنّه: "مظهر نحويّ مركّب من وحدات لغويّة، ملفوظة أو مكتوبة تخضع في تشكيله وتكوينه الدّخلي لقواعد قابلة للتّميّط والتّعيين مما يجعله خاضعاً لشروط الجنس الأدبيّ"⁽¹⁷⁾ ويُعرفه محمد عابد الجابري أنّه: "مجموعة من النّصوص، لها جانبان: ما يقدّمه المرسل وهو (الخطاب)، وما يصل للمتلقّي وهو (التّأويل)"⁽¹⁸⁾.

وعرّفه حميدة سميّسم بقوله: الخطاب هو الطّريقة التي تشكّل بها الجمل نظاماً متتابعاً تسهم في نسق كلّ متغيّرٍ ومتّحد الخواص، وعلى نحو يمكن معه أن تتألّف الجمل في خطاب بعينه وتشكّل نصّه منفردة⁽¹⁹⁾.

ويُعرفه جابر عصفور: "كلمة الخطاب... تشير حقولها الدلالية إلى معانٍ وافدة، ليست من قبيل الانبثاق الدّاتيّ في الثقافة العربية"⁽²⁰⁾.

2. مفهوم الخطاب في الفكر الغربي:

ترجع إلى أفلاطون أول محاولة جادة تهدف إلى ضبط حدود المفهوم الفلسفي للخطاب وشحنه بدلالته الخاصة استناداً إلى قواعد عقلية محدّدة⁽²¹⁾. وقد وردت في الأصول الغربية عدّة تعريفات للخطاب نجيز بعضها فيما يلي:

- يعرف معجم Le grand Larousse الخطاب (Discours) أنّه: « تكرار لمجموعة من الكلمات والجمل، أين تظهر في شكل كتابي أو لفظي »⁽²²⁾.
- "هاريس" يعرفه بأنّه: (ملفوظٌ طويل، أو هو متتاليّة من الجمل تكوّن مجموعة منغلقة يمكن من خلالها معاينة بنية سلسلة من العناصر، بواسطة المنهجية التوزيعيّة)⁽²³⁾.
- بنفنيست (E. Benveniste) يعرفه بأنّه: هو كلّ تلفظ يفترض متحدّثاً ومستمعاً، تكون للطرف الأول نيّة التأثير في الطرف الثاني بشكل من الأشكال⁽²⁴⁾.
- ميشال فوكو يعرفه بأنّه: " مجموعة من المنطوقات بوصفها تنتمي إلى ذات التشكيلة الخطابية " ⁽²⁵⁾.
- تودروف Todrouf يعرفه أنّه: " أيّ منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نيّة الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما " ⁽²⁶⁾.
- ميخائيل باختين يعرفه بأنّه: " فضاءً للانتشار والتّواتر والتّوزع، مما يجعله مسرحاً للاستثمار واستراتيجية تحدد المنطوق والمكتوب المرئي لا بحثاً عن معنى خفيّ يظهره التّعليق والتّأويل " ⁽²⁷⁾.
- ونخلص من التعاريف السابقة أهمّ سمات الخطاب⁽²⁸⁾:
- أ) إنّ الخطاب تركيب من الجمل المنظومة طبقاً لنسقٍ مخصوص من التّأليف.
- ب) إنّ الخطاب نظام من الملفوظات.
- ج) إنّ مصدر الخطاب فرديّ، وهدفه الإفهام والتّأثير.
- د) إنّ متلقي الخطاب لابد أن يستشفّ المقصد الذي ينطوي عليه.

3. مفهوم الإعلام ونشأته

1.3. الإعلام لغة:

الإعلام من مادة علم، قال في اللسان: والعلم نقيض الجهل علم علماً وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قوم علماء. ... وعلامٌ وعلامةٌ إذا بالغت في وصفه بالعلم أي عالم جداً والهاء للمبالغة... ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمني به حتى أعلمه واستعلمني الخبر فأعلمته إياه⁽²⁹⁾. وجاء في "معجم محيط المحيط" لبطرس البستاني: الإعلام في اللغة: مصدر أعلم، وأعلمت كأذنبت، ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمني به حتى أعلمه، واستعلمني الخبر، وأعلم الفارس، جعل لنفسه علامة⁽³⁰⁾.

وفي القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تَظْلَمُونَ﴾ [الأنفال الآية:60].

فخلاصة المعنى اللغوي أن الإعلام دائر حول الإخبار والتعريف ونقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها.

2.3. الإعلام اصطلاحاً: للإعلام تعريفات عديدة، مختلفة نذكر منها:

1- الإعلام هو إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية أو الخارجية⁽³¹⁾.

2- هو نشر الأخبار والآراء على الجماهير⁽³²⁾.

3 - تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة⁽³³⁾.

4- النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية، أو نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة⁽³⁴⁾.

5- ما قاله العالم الألماني "أوتوجروت" بأنه: هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه⁽³⁵⁾.

3.3. نشأة الإعلام وتطوره:

منذ بدايات وجود الإنسان، ظهرت طرق التعبير متتابعة عن التصورات والأفكار والإخبار عن كل ما يحيط بالإنسان، مثل: الإشارة، وإشعال النار، ودق الطبول وغير ذلك من الأمور البدائية⁽³⁶⁾، ثم استحدث السومريون الكتابة بالصّور في نحو عام 3500 ق.م. ثم اخترعت الكتابة لتصبح وسيلة الاتصال، وتضع حداً لعصر ما قبل التاريخ؛ إذ بالكتابة بدأت حقبة التاريخ المكتوب، وأتقن البابليون وقدماء المصريين فنون الإعلام، فكتبوا على أوراق البردي، ونقشوا على جدران معابدهم، وفي العصر الروماني تمثل الإعلام في الخطابة والملاحم والمناقشات، وفي الجزيرة العربية اتخذ الإعلام مظاهر عديدة مثل المنتديات والأسواق وحلبات السباق، وكانت دار الندوة في مكة المكرمة المقر الإعلامي لقريش. وأبقى الإسلام على القصيدة الشعرية وفن الخطابة إلا أن القرآن الكريم والأحاديث النبوية كانت وسيلته الإعلامية الأولى⁽³⁷⁾. وقد ذهب بعض العلماء والباحثين إلى قياس تطوّر حياة البشر من خلال تطوّر وسائل وأدوات الإعلام، فقسموا تاريخ البشرية إلى مراحل تبعاً لمراحل تطوّر وسائل الإعلام، وهو ما يطلق عليه (التفسير الإعلامي للتاريخ) كالتالي:

(1) المرحلة السمعية في التاريخ (النّفخ في الأبواق والمنادين).

(2) المرحلة الخطيّة (النّقش والرّسم على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوخة على الجلود أو الورق).

(3) مرحلة الطباعة (الصّحف).

(4) المرحلة الالكترونية (الرّاديو والتّلفزيون والفيديو واستخدامات الكمبيوتر والأقمار الاصطناعيّة في الإعلام).

4. أسس وأهداف الإعلام الإسلامي:

1.4. تعريف الإعلام الإسلامي:

عرّفه الدكتور مُحي الدين عبد الحليم بأنّه: (تزويد الجماهير بصفة عامّة بحقائق الدين الإسلاميّ المستمدّة من كتاب الله وسنّة رسوله وبصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرّسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدّينية ويدركها ويتأثّر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته)⁽³⁸⁾ ومن أهمّ وسائله الخطبة والكتب والرّسائل والصّحافة والمسرح والتلفزيون والإذاعة وشبكة الأنترنت ومواقع التّواصل الاجتماعيّ الحديثة.

2.4. أسس الخطاب الإعلامي الإسلامي:

- 1/ الحقّ، فلا يقول الإعلام نصف الحق ولا جزءاً من الحقيقة أو أن يختار من الحقيقة ما يلائم وضعه ويبرر تصرّفه، أو يقول الحقّ إذا كان له ويجحده إذا كان عليه⁽³⁹⁾.
- 2/ الإعلام الإسلاميّ يجب أن يكون عادلاً في أحكامه منصفاً في عداوته يعطي كلّ ذي حقّ حقه.
- 3/ يجب أن يُحترم ذكاء المتلقّي، فيناقش قضاياها بموضوعيّة يلتزم فيها بدراسة عناصر الموضوع بشكل علميّ ونزيه.

- 4/ الصّدق لا يكون في نقل الخبر وتحرّيه وعرضه، ولكن في تحليل الخبر أيضاً واستخلاص النتائج كي يكون المسلم على بصيرة من أمره، فيعرف أين يقف من هذا الخبر؟⁽⁴⁰⁾

3.4. أهداف الخطاب الإعلامي الإسلامي: للخطاب الإعلامي الإسلاميّ عدة أهداف نذكر منها ما يلي:

- 1/ الدّعوة إلى دين الله للمسلمين وغير المسلمين.
- 2/ تخليص النّاس من عبودية الأهواء، والأشخاص، والمعبودات الباطلة، والآلهة الزّائفة.
- 3/ ترسيخ العقيدة الصّحيحة، وتوصيلها للمتلقّين نقيّة صافية، ورد تحريف المبطلين وشبهاتهم بالبرهان النّاصع والدّلّيل السّاطع.
- 4/ توثيق الروابط بين النّسيج الاجتماعيّ للمسلمين بإعلاء معاني الأخوة الإيمانية⁴¹.
- 5/ الإصلاح والتّوجيه في جانب المعاملات، والتّأكيد على أنّ الإسلام عقيدة وشريعة.
- 6/ المساهمة في تنمية المجتمعات والإصلاح بالدّلالة على القواعد التي جاء بها الإسلام.
- 7/ نشر الوعي العام بين المسلمين، بالدّعوة للعلم والتّعليم، ومحو الأميّة، ومحاربة الجهل.
- 8/ تحصين المجتمع المسلم ضدّ الغزو الإعلاميّ الجاهليّ، والمخطّطات الخبيثة الماكرة الهادفة لتذويب الأُمّة ومحو هويتها.

- 9/ تعريف النّاس بحقائق الدين الإسلاميّ، من حيث العقيدة، والفرائض، والسّنن والعبادات والمعاملات⁴².
- 10/ نقل المبادئ الإسلاميّة، وشرحها شرحاً صحيحاً مستهدفاً تنوير النّاس وتثقيفهم ومدّهم بالمعلومات الصّحيحة بموضوعيّة⁴³.

- 11/ نشر الأفكار المختصرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقيّة والمبادئ والمثل للمسلمين⁴⁴.

5. وظائف وعناصر الخطاب الإعلامي الإسلامي:

1. وظائفه: للإعلام عدّة وظائف رئيسة نذكر منها:

- 1/ إخبارية، تنقل الأحداث بحيادية ودقّة ومصداقيّة، لكي تحظى باحترام الجمهور.
- 2/ اجتماعية، تهتم بالمجتمع وما يحيط به من ظواهر، وأحداث تربويّة ثقافيّة تتضمّن تعلّم مهارات جديدة وزيادة الثّقافة والمعلومات.
- 3/ ترفهيّة ترويحيّة، تساعد الفرد على الاستمتاع بوقته.
- 4/ تسويقيّة، تشتمل على الإعلان والدّعاية، فتقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتمّ المواطنون⁽⁴⁵⁾.

2.5. عناصره وأنواعه⁽⁴⁶⁾

1.2.5. عناصره:

إنّ النّظر إلى الاتّصال كعملية مشاركة، يعني أنّ الاتّصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرّسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقّي (المستقبل)، كما يعني أنّ هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرّسالة والمتلقّي بما يحدّد تأثير الاتّصال، من جهة أخرى فإنّ كلّاً من المرسل والمتلقّي يتحدّث عن موضوع معيّن أو موضوعات معيّنة فيما يُعرف بالرّسالة وتتكوّن عملية الاتّصال من ستّة عناصر أساسيّة هي: (1- المصدر-2- الرّسالة 3- الوسيلة 4- المتلقّي (المستقبل) 5- رجع الصّدى أو ردّ الفعل 6- التأثير⁽⁴⁷⁾).

3.5. أنواعه

1.3.5. الخطاب القرآني:

القرآن الكريم هو أحد أهمّ وأقدم الخطابات، وهو الكلام الذي وجّهه الله سبحانه وتعالى لعباده والذي يميّز بكلماته وجمله البلاغيّة المتفرّدة، وفيه العديد من الأحكام والقوانين التّشريعيّة والدينيّة والتي يجب على جميع المسلمين الالتزام بها وكلامه ثابت موحّد لا يُترجم إلى لغات أخرى، وإنّما تفسر دلالاته، وهو غير قابل للتّعديل أو التّغيير، كما أنّ هناك قواعد وأصولاً لقراءته⁽⁴⁸⁾.

2.3.5. الخطاب النّبوي:

يُعدّ الخطاب النّبويّ المصدر الثّاني من مصادر التّشريع الإسلاميّ بعد القرآن الكريم، وكان -صلى الله عليه وسلم- صاحب فصاحة وبلاغة، بل هو أفصح العرب قاطبةً بلا منازع، وقد كان أسلوب الخطاب من أبرز الأساليب النّبوية المستخدمة في توجيه الدّعوة، وتقويم المجتمع إذ كان الخطاب -ولا يزال- الأسلوب الأمثل في التأثير على المُخاطَبين طالما اعتمد على الإقناع المنطقيّ والتّحفيز النّفسيّ، والتّوجيه الدينيّ.

6. الخطاب الإعلامي والمتلقّي:

1.6. نظرية التلقي:

ظهرت نظرية التّلقي في ألمانيا في أواسط السّتينيات من القرن الماضي ضمن إطار مدرسة كونستانس وبرلين الشّرقية على يدي كل من فولفغانغ آيزر Wolfgang Iser وهانز روبير ياوس Hans Robert Jauss⁽⁴⁹⁾. يتجسّد منظور هذه النّظرية في ثورتها على المناهج الخارجيّة التي ركّزت كثيرة على المرجع الواقعي كالمناهج التّاريخيّة والنّفسيّة والاجتماعيّة والبنيويّ الذي انطوى على النّص المغلق وأهمّلت عنصراً فعّالاً في عملية

التواصل الأدبي ألا وهو القارئ⁽⁵⁰⁾، وتضم نظرية التلقي اتجاهين مختلفين، حيث يمثل ياوس الاتجاه الأول الذي يدعى جمالية التلقي ويهتم بمتابعة الطرق، التي يتم بواسطتها تلقي النصوص في زمن محدد، وربط هذا التلقي بأسبقه من تلقيات مختلفة⁽⁵¹⁾، أما الاتجاه الثاني، فيمثله آيزر ويدعى جمالية التأثير ويهتم بالكشف عن التأثير المتبادل ما بين النص والقارئ⁽⁵²⁾.

2.6. المتلقي والخطاب الإعلامي:

شكلت نظرية التلقي أساساً استراتيجياً لتحقيق مقصدية الخطاب المكتوب والخطاب الإعلامي وذلك لأنها استطاعت أن توسّع دائرة الاستقبال، وتفتح آفاقه على شتى فئات المجتمع، وصار التلقي مفتوحاً على عوالم متعدّدة، ويمكن أن يساهم التلقي في بناء مجتمعات متحضرة، كما يمكن أن يساهم في تدمير مجتمعات متحضرة⁽⁵³⁾.

7. نماذج تطبيقية عن الخطاب الإعلامي الإسلامي

1.7. آليات الإقناع وأفانين التأثير في الخطاب النبوي الشريف:

1.1.7. آليات الإقناع وأفانين التأثير في خطبة حجة الوداع:

1.1.1.7. آليات الإقناع:

أ/ آلية المقدمة:

في هذه الخطبة البليغة نجد الاستفتاح بجملة خبرية هزّت الجمهور المتلقي، وأثّرت فيه أيما تأثير وهي الإعلان بقرب أجله- صلى الله عليه وسلم- وقرب ختم الرسالة المحمدية، حيث قال - صلى الله عليه وسلم-: «أيها الناس اسمعوا قولي فإنّي لا أدري لعليّ لا ألقاكم بعد عامي هذا...»⁽⁵⁴⁾.

ب/ آلية الاستشهاد:

للاستشهاد قيم نفسية تجعل الخطيب مطمئناً لما يقول، ويثبت المعنى في عقول السامعين فالرسول - صلى الله عليه وسلم- في هذه الخطبة يقتبس من القرآن الكريم في قوله: [إنّما النسي زيادة في الكفر يضل به الذين كفروا يحلونه عاماً ويحرمونه عاماً ليواظبوا عدّة ما حرّم الله] (سورة التوبة، الآية: 37) وإشهاده عزّ وجلّ على أداء المهمة في العلاقة التواصلية، علاقة الوحي ثم التبليغ التي ينطلق منها النص بين المسلمين وخالقهم ورسوله- صلى الله عليه وسلم- «ألا هل بلغت؟ اللهم فاشهد»⁽⁵⁵⁾.

ج/- آلية الحوار:

فتح إمكانية الحوار في الخطاب النبويّ يمكن ملاحظتها من خلال تتبّع خطاب النبيّ- صلى الله عليه وسلم- ومثال ذلك قوله: - صلى الله عليه وسلم- «ألا هل بلغت؟ اللهم فاشهد، قالوا: نعم قال: فليبلغ الشاهد الغائب»⁽⁵⁶⁾.

أطراف الحوار: النبيّ - صلى الله عليه وسلم- والمسلمين. الحضور: حشود المسلمين. المقام: يوم عرفة بمكة المكرمة. القناة: الكلام. النظام: خطبة. موضوع الحوار: إنّ لخطبة الرسول- صلى الله عليه وسلم- معنى جليلاً يتعلّق بالدعوة الإسلامية، وحياته- صلى الله عليه وسلم- وبالمنهج العام للنظام الإسلامي، ولقد كان الحوار من أساليب الدعوة إلى الله . عزّ وجلّ . التي سلكها - صلى الله عليه وسلم- في محاورته مع المخاطب وإقناعه .

د/- آية الإيجاز: عالج النَّبِيُّ - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- موضوع هذه الخطبة بكلمات وألفاظ معدودة ودقيقة، ومثال ذلك قوله -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ، وَلَا يَحِلُّ لِمَرِيٍّ مَالُ أَخِيهِ إِلَّا عَنْ طِيبِ نَفْسٍ مِنْهُ، أَلَا هَلْ بَلَغْتَ؟ اللَّهُمَّ اشْهَد»⁽⁵⁷⁾، فقد حذف لفظ «أخذ» من قوله -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-: «لَا يَحِلُّ لِمَرِيٍّ مَالُ أَخِيهِ» والمراد «أخذ مال أخيه»؛ لأنَّ المال لا يوصف بالحِلِّ والحرمة إنما المراد غصبه أو أخذه بغير وجه حق.

2.1.1.7. أفانين التأثير: نوَّكِدُ هنا أنَّ التعامل مع خطب الرِّسُول -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-، ليس كالتعامل مع سائر النصوص البشريَّة، وهذا جزء من عقيدة المسلم، لا يسعنا أن نتعامل مع النص بهدف التقليد، أو نقده، بل للوقوف على ما فيه من أساليب إقناع وأفانين تأثير، وإشارات، وغيرها.

أ/- أسلوب التكرار: تعدُّ خطبة حجة الوداع للنَّبِيِّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- مظهرًا تكررًا رائدًا في بلاغة البيان العربي، إذ إنَّه تكرر غائي له من جماليَّة التفصيل، ومن أمثلة التكرار في هذه الخطبة قوله -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-: «لَعَلِّي لَا أَلْقَاكُمْ بَعْدَ عَامِي هَذَا فِي مَوْقِفِي هَذَا»⁽⁵⁸⁾، فقد تمَّ استخدام اسم الإشارة مرتين، حيث أشار -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- بأحدهما إلى زمان معيَّن «عامي هذا»، وأشار بالآخر إلى مكان معيَّن «موقفي هذا»، وفي هذا التكرار تنبيه للعقول، ودفع لاحتمالات اللقاء زمانًا ومكانًا للدلالة على التعظيم والتَّحديد، كأنَّها تهيئة للمسلمين من أجل أن لا يفزعوا حين يلقي النَّبِيُّ -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- ربه راضيًا.

ب/- أسلوب النداء: استعمل -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- النداء في قوله: «أَيُّهَا النَّاسُ»⁽⁵⁹⁾، وقد تكرر هذا النداء في الخطبة ثماني مرَّات، ويُعدُّ النداء توجيهًا للمتلقين بعظمة الموقف، وليعلم الجمهور يوم ذاك بحسم اللقاء الذي تحسَّسه، أي لقاء الله- تعالى-.

ج- أسلوب الأمر والنهي:

1/- الأمر: الأمر في هذه الخطبة طلب لأمر شرعيّ وحكم لا يقبل المناقشة في أخذه وردّه، ولكنّه جاء للأخذ به وتنفيذه، ومثال ذلك: «اسمعوا مِنِّي»⁽⁶⁰⁾، تحديد غاية الخطاب في قوله -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-: «فَمَنْ كَانَتْ عِنْدَهُ أَمَانَةٌ فَلْيُؤَدِّهَا إِلَى مَنْ أُتِمِّنَتْهُ عَلَيْهَا...»⁽⁶¹⁾، ووجوب أداء الأمانة و"الفاء" جمعت بين الشرط وجوابه بضرورة التزام الأمانة ووجوب أدائها إلى من ائتمنه.

2/- النهي: إنَّ صلة أسلوب الأمر والنهي بالإقناع وثيقة لأنهما يحملان معنى الدعوة، ويهدفان إلى توجيه المتلقي إلى سلوك معيَّن تحدده وصايا الخطبة ومواعظها وتشريعاتها، ومن أمثلته: «لَا يَحِلُّ لِمَرِيٍّ مَالُ أَخِيهِ إِلَّا عَنْ طِيبِ نَفْسٍ مِنْهُ...»⁽⁶²⁾.

د/- أسلوب التوكيد: التأكيد فيه إشارة إلى أنَّ المؤكَّد أمرٌ هامٌّ يستدعي من المتلقي تأملًا وإجالة فكره بمثابة دعوة للالتزام بالمضمون المؤكَّد، والمؤكَّدات هنا أداتها الحرف: (إِنَّ)⁽⁶³⁾ في قوله -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-: «إِنَّ رَبَّ الْجَاهِلِيَّةِ مَوْضُوعٌ»⁽⁶⁴⁾ تأكيد لرفض السياسة الجاهليَّة الاقتصادية مهما كان زمنها.

هـ/- أسلوب الشرط: ومثال ذلك في قوله -صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-: «مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مَضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ»⁽⁶⁶⁾ وقوله: «فَإِنْ فَعَلَنْ فَإِنَّ اللَّهَ قَدْ أَذِنَ لَكُمْ أَنْ تَعْضُلُوهُمْ...»⁽⁶⁷⁾، ويتكرَّر هذا الأسلوب في

الخطبة ثماني مرّات، فالسماع شرط البيان في قوله -صلى الله عليه وسلم-: «اسمعوا مّي أئين لكم»⁽⁶⁸⁾، والأمانة من أخصّ صفات المسلم.

ز/ أسلوب الاستفهام: يخلق الاستفهام جواً من التفاعل بين المتكلّم والمخاطب، أي بين السائل والمسؤول، لذلك ارتكزت الخطبة على هذا الأسلوب، فمثلاً في قوله -صلى الله عليه وسلم-: «ألا هل بلغت؟»⁽⁶⁹⁾ مستفهماً من الناس عمّا إذا بلغتهم المضامين من غير لبسٍ أو غموضٍ أو تقصيرٍ، وأتى الاستفهام مقيماً الحجّة على السّامعين والمخاطبين في كلّ زمان ومكان.

2.1.7. آليات الإقناع وأفانين التأثير في خطبة فتح مكّة

1.2.1.7. آليات الإقناع:

أ/- آلية المقدمة:

إن المتنبّع لبداية هذه الخطبة الموجزة، يرى أنّ النّبّي -صلى الله عليه وسلم- افتتح خطبته بقوله: «لا إله إلاّ الله وحده لا شريك له، صدق وعده ونصر عبده، وهزم الأحزاب وحده»⁽⁷⁰⁾ وهذه الآلية من أهمّ الأساليب في تحقيق الأهداف، كتحرّيم القيم الجاهليّة الفاسدة.

ب/- آلية الاستشهاد:

أكّد الرّسول -صلى الله عليه وسلم- على مبدأ المساواة في الإسلام ودعا إلى نبذ نخوة الجاهليّة واستشهد بقوله تعالى: (يا أيّها النّاس إنّنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إنّ أكرمكم عند الله أتقاكم إنّ الله عليمٌ خبيرٌ) (سورة الحجرات الآية 13).

ج/- آلية الحوار:

الخطبة النّبويّة تعدّ نصّاً مفتوحاً، وذلك لكونها موجّهة لعدد غير محدّد من المتلقّين وقابلة لأن يكون فيها حوار بين النّبّي -صلى الله عليه وسلم- والمستمعين، ومن ذلك قوله -صلى الله عليه وسلم-: «ما ترون أنّي فاعل بكم؟ قالوا خيراً، أخّ كريمّ وابن أخّ كريمٍ قال: اذهبوا فأنتم الطّلّقاء»⁽⁷¹⁾.

أطراف الحوار: النّبّي -صلى الله عليه وسلم- وقريش. الحضور: جماعة قريش. المقام: بعد فتح مكّة. القناة: الكلام. النّظام: خطبة. موضوع الحوار: خطبة فتح مكّة.

د/- آلية الإيجاز:

إظهار المعنى الكثير باللفظ اليسير⁽⁷²⁾، فمثلاً في خطبة الرّسول -صلى الله عليه وسلم- يوم فتح مكّة قوله -صلى الله عليه وسلم-: «يا معشر قريش ما ترون أنّي فاعل بكم؟ قالوا: خيراً، أخّ كريمّ وابن أخّ كريمٍ، قال: اذهبوا فأنتم الطّلّقاء»⁽⁷³⁾، فقد حذف الفاعل من عبارة «قالوا خيراً»⁽⁷⁴⁾ والتّقدير فاعلٌ خيراً، كما أنّ هناك عنصراً آخر حُذف من الجملة، وهو ضمير المخاطب "أنت"

أي: أنت أخّ كريم⁽⁷⁵⁾.

2.2.1.7. أفانين التأثير:

استخدم النّبّي -صلى الله عليه وسلم- أساليب لغويّة متعدّدة في خطابه مع الآخر تتناسب مع الموضوعات، ناقلاً المتلقّي من دور الاستماع إلى دور الإنصات فالإدراك فالإقناع، ومن أساليب الإقناع التي استعملها النّبّي -صلى الله عليه وسلم- في خطبة فتح مكّة نذكر ما يلي:

أ/- أسلوب التكرار: ومن أمثلة التكرار قوله -صلى الله عليه وسلم-: « يا معشر قريش »⁽⁷⁶⁾، حيث كررها مرتين والنداء يأتي للفت الانتباه، واستحضار الأسماع بعظمة الموقف، فالتكرار من أساليب التوكيد التي استخدمها النبي -صلى الله عليه وسلم- لتبليغ الرسالة وتعليم الدين، وهو تجسيد لحرص النبي -صلى الله عليه وسلم- على أن تصل كلمته واضحة جلية إلى الأذهان كافة.

ب/- أسلوب النداء: ومن أمثلة النداء في خطبة فتح مكة قوله -صلى الله عليه وسلم-: « يا معشر قريش »⁽⁷⁷⁾ للفت الانتباه واستحضار الأسماع، وأسلوب النداء في خطبة فتح مكة تكرر مرتين، فالرسول -صلى الله عليه وسلم- من خلال هذا النداء يحثهم على الإنصات، وهذا النداء أدى إلى انسجام نص الخطبة وترابطه وتعالقه.

ج/- أسلوب الأمر والنهي: من أمثلة أسلوب الأمر في خطبة "فتح مكة" قوله -صلى الله عليه وسلم-: « اذهبوا فأنتم الطلقاء »⁽⁷⁸⁾، فالنبي -صلى الله عليه وسلم- من خلال هذه العبارة، والتي استعمل فيها أسلوب أمر بهدف توجيه وتسريح المخاطب.

د/- أسلوب التوكيد: ومن أمثلة التوكيد الوارد في الخطبة نذكر:

1- التوكيد بصيغة القصر « لا إله إلا الله وحده لا شريك له »⁽⁷⁹⁾، فهذا تأكيد على وحدانية الله تعالى.

2- وفي قوله -صلى الله عليه وسلم-: « إن الله قد أذهب عنكم نخوة الجاهلية وتعظمها بالآباء »⁽⁸⁰⁾ فالنبي -صلى الله عليه وسلم- يؤكد على وجوب دفن مآثر الجاهلية القبيحة التي نفاها الإسلام.

ه/- أسلوب الاستفهام: عمل الرسول -صلى الله عليه وسلم- على ابتكار أساليب تواصلية فعالة، حيث نجده ينوع هذه الأساليب بحسب المقام والسياق، ومثال الاستفهام قوله -صلى الله عليه وسلم-: « يا معشر قريش (يا أهل مكة) ما ترون أتي فاعل بكم ؟ قالو: خيراً، أخ كريم وابن أخ كريم. قال: فاذهبوا فأنتم الطلقاء »⁽⁸¹⁾ وهذه العبارة توضح سماحة النبي -صلى الله عليه وسلم- وعفوه على أهل مكة، وهذه الأساليب جعلت من الخطاب النبوي الشريف منظومة تواصلية بالغة التأثير في المتلقي.

8. أثر الخطاب النبوي في ذهن المتلقي:

1.8. أثر خطبة حجة الوداع في ذهن المتلقي:

أ/ المعرفة الخلفية:

يجب أن تكون للمتلقي معرفة مسبقة عن طبيعة الخطاب النبوي بصفة عامة، وعن خطبة حجة الوداع بصفة خاصة، كمعرفة سياقها التاريخي وتخريجها ومضمونها، ومكان إلقائها وغيرها من المعلومات حول الخطبة، فخطبة حجة الوداع هي آخر خطب النبي -صلى الله عليه وسلم- ألقاها يوم عرفة في مكة المكرمة، حيث بين فيها مقاصد الشريعة الإسلامية للناس. إن هذه المعلومات الموجودة عند المتلقي سلفاً تؤدي إلى الانسجام بينه وبين النص، حيث يبني المتلقي انسجامه من خلال ملء الفراغات للوصول إلى دلالة.

ب/ أثرها في ذهن المتلقي:

من خلال هذه الخطبة يتضح لنا أن النبي -صلى الله عليه وسلم- يخاطب الإنسانية عامة والمتلقي المسلم خاصة، وأي قارئ يقرأ نص الخطبة، يشعر أن النبي -صلى الله عليه وسلم- يخاطبه، ومثال ذلك

قوله- صل الله عليه وسلم- « أئمة الناس »⁽⁸²⁾، فالنبي- صلى الله عليه وسلم - يخاطب الأجيال الحاضرة السامعة والقادمة إلى يوم القيامة، أي الأجيال المتلاحقة مؤكداً ذلك في قوله - صل الله عليه وسلم-: «ليبغ الشاهد الغائب»⁽⁸³⁾، ومن أثر هذه الخطبة على المتلقي التأمل في استفتاح الرسول- صلى الله عليه وسلم- في خطبته الشريفة، بما هو مخالف لعادات الجاهلية حيث بدأ بالحمد والاستغفار، وفي هذا ردُّ الفضل إلى صاحبه ونسبة النعمة إلى منعمها، وردُّ الهداية إلى الله، وأثر الخطاب النبوي في خطبة حجة الوداع على المتلقي يتلخص فيما يلي:

- إنه منهج مبني على التوحيد الخالص لله - عز وجل -.
- إنه منهج مبني على العفو، والتسامح يسعى لتكريم الإنسان.
- إنه منهج واضح وصالح لكل زمان ومكان.
- إنه منهج شامل، ومتكامل يجمع بين الدنيا والآخرة، وحياة الإنسان صغيرها وكبيرها.

2.8. أثر خطبة فتح مكة في ذهن المتلقي:

أ/ المعرفة الخلفية:

المتلقي عندما يقرأ هذه الخطبة يعرف بأنها تتناول قصة قريش مع الرسول - صلى الله عليه وسلم - دون قراءة نص الخطبة، فعلى حد علمنا أن هذه التسمية اقترنت بفتح مكة وتسعى أيضاً خطبة الفتح الأعظم، والملاحظ على هذه التسمية بأنها ذات صلة بموضوع الخطبة، وهذا الاسم أحدث انسجاماً مع نص الخطبة، إن المتلقي عندما يقرأ أو يسمع هذه الخطبة العظيمة ترجع به ذاكرته إلى معلوماته السابقة عن هذا الفتح العظيم الذي أعزبه الله - عز وجل - الرسول - صلى الله عليه وسلم - والمسلمين، فالمعرفة الخلفية لدى المتلقي لسبب تسمية ومكان الخطبة وتاريخها وغيرها من المعلومات المتعلقة بها تؤدي إلى الانسجام الذي يجعل المتلقي يصل إلى الفهم الصحيح للخطبة.

ب/ أثرها في ذهن المتلقي:

في خطبة فتح مكة " نلمس أن القارئ العربي المنتهي لهذه البيئة يعلم بوعيه الخلفي، ومجموعة المواضع والمعايير المنتمية للواقع أن هذه الخطبة ألقاها النبي- صلى الله عليه وسلم- في مناسبة خاصة، ولا يمكن أن يتعرف عليها قارئ غير عربي لأن الواقعيين مختلفان، وإذا رجعنا إلى نص الخطبة نجد النبي- صلى الله عليه وسلم- يقول: « يا معشر قريش، ما ترون أي فاعل بكم ؟، قالوا: خيرا أخ كريم وابن أخ كريم، قال: فإني أقول لكم كما، قال يوسف لإخوته: لا تثريب عليكم اليوم اذهبوا فأنتم الطلقاء »⁽⁸⁴⁾، فالرسول- صلى الله عليه وسلم- لم يستعمل الغلظة والفظاظة معهم. قال الله تعالى: [ولو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك] (سورة آل عمران، الآية: 159) فألأن لهم الجانب، وهو توجيه رباني من الله - عز وجل -، وهذه العبارة السابقة المضمنة في خطبة " فتح مكة " تظهر قمة سماحة النبي- صلى الله عليه وسلم- والدين المبشر به، فقريش هذه هي التي أخرجته من مكة، وهي التي أدمت قدميه الشريفين وكسرت رباعيته وأذلت أصحابه المستضعفين وفي قوله - صلى الله عليه وسلم - : « يا معشر قريش، إن الله قد أذهب عنكم نخوة الجاهلية وتعظيمها بالأباء، الناس آدم وأدم من تراب »⁽⁸⁵⁾، فالمتلقي والمستمع لهذه الخطبة قد يعجب البعض بهذه الخطبة والبعض الآخر قد لا يقرأ أصلاً خطب النبي- صلى الله عليه وسلم- عليه

وسلم- وهذا نتيجة ثقافة القارئ وتوجهه الديني وأدبيته، فمثلا إذا كان المتلقي المستمع مسلما فإنه يتفاعل ويتأثر بنص الخطبة، فالقارئ الذي يقرأ هذه الخطبة يقدم هذه القراءة انطلاقا من المعارف والمعايير الاجتماعية والثقافية والدينية التي يمتلكها، فنحن عندما نقرأ نص الخطبة نقرأ ونفصل القول في منظور هذا النص لأنه نابع من رسول هذه الأمة قاطبة (القدوة، المثال الناصح، الموجه، المرشد، البشير النذير...)، ومتلقي هذه الخطبة يجد أن النبي- صلى الله عليه وسلم - استطاع أن يقنع الحاضرين فنيا قبل أن يقنعهم إنسانيا وعلى الرغم من المسافة الزمانية بيننا وبين زمان النبي- صلى الله عليه وسلم- فإننا نفهمه ونتفاعل مع خطبه لامتلاكنا مشتركات ثقافية واجتماعية ودينية بوسعها أن تحقق عملية الفهم.

9. الخاتمة:

بعد هذه الرحلة العلمية الممتعة، توصلنا إلى أهم النتائج والاقتراحات التي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- 1/ اعتنت الدراسات الثقافية بعلوم الاتصال، فلها الفضل في عمليات الاستقبال والانتشار من خلال تركيزها على المتلقي واستدراجه إلى أفق انتظار يحمل رؤى المجتمع وثقافته.
 - 2/ تظهر مقدرة النبي- صلى الله عليه وسلم - من خلال هذه الخطب لإدراكه لقضية التلقي ومراعاتها في خطبه الشريفة على عكس ما يتبجح به الغرب بأسبقيتهم بنظرية التلقي.
- وأقترح ما يلي:

- 1/ إنشاء مركز في العالم العربي متخصص يستند على قواعد الشريعة الإسلامية ويهتم بتبين الصورة الحقيقية لمفهوم الخطاب الإعلامي الإسلامي وتصحيح المفاهيم المغلوطة عن المسلمين ومواجهة الغزو الفكري والثقافي والحضاري الذي تتعرض له الأمة.
- 2/ التأكيد على أهمية الإعلام في حياة الأفراد والمجتمعات والاستفادة من نهج الرسول- صلى الله عليه وسلم- في وقتنا الراهن في معالجة مختلف القضايا.

10. الموامش:

- (1) : ابن منظور، لسان العرب، أعاد بناءه على الحرف الأول من الكلمة يوسف خياط ج:2 ، دار لسان العرب، بيروت 1988، ص: 856.
- (2) : مختار الصحاح، ج1، ص238.
- (3) : الزمخشري، أساس البلاغة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط3، 1985، ج1، ص238.
- (4) : المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دارالمشرق، بيروت - لبنان. طر 2000. ص 396
- (5) :الكشاف، الزمخشري، دار الفكر، بيروت ،لبنان ،ط:1، 1977، ص:81
- (6) : أبو إسحاق بن سليمان بن وهب الكاتب، البرهان في وجوه البيان، ص:151.
- (7) :ابن جني، الخصائص، تح:محمد علي النجار، دار الشؤون الثقافية العامة، ط:4، ص:08.
- (8) : المستصفي من علم الأصول، أبو حامد الغزالي، دار الكتب العلمية ج1، ص:64.
- (9) : الأمدي، الإحكام في أصول الأحكام ، دار ابن حزم ودارالآفاق الجديدة ، ج1، ص:18.
- (10) : محمد علي الفاروقي التهاوني، كشاف اصطلاحات الفنون، تحقيق: لطفي عبد البديع، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، ج 2 1972 ص175.

- (11) : أبو عباس بن يزيد المبرد، الكامل في اللغة والأدب، مؤسسة المعارف، بيروت، دت، ص: 17
- (12) : الجاحظ، البيان والتبيين، تح: عبد السلام محمد هارون، دار الجيل، بيروت، دت، د ط، ج 1، ص: 134
- (13) : المصدر نفسه، ج 1، ص: 383.
- (14) : ابن خلدون، المقدمة، الدار التونسية للنشر، تونس، د. ط ج 2 ص 1118.
- (15) : عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز في علم المعاني، تعليق: محمود شاكر، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، ط: 3، 1992، ص: 96
- (16) : سعد علوش، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، الدار البيضاء سوشيرسن، 1985، ص: 83.
- (17) : عبد الله إبراهيم، إشكالية المصطلح النقدي: الخطاب والنص، مجلة أفاق عربية، بغداد، السنة الثامنة عشرة، آذار، 1993، ص: 59.
- (18) : محمد الجابر، الخطاب العربي المعاصر، دار الطليعة، بيروت لبنان، د ط، 1982، ص: 35
- (19) : سميسم، حميدة، الخطاب الإعلامي العراقي، بحث منشور، مؤتمر الإعلام الأول، جامعة بغداد، كلية الآداب، د ط، 2001، ص: 10-20.
- (20) : جابر عصفور، خطاب الخطاب، ضمن: في محراب المعرفة، دراسات مهداة إلى إحسان عباس، تحرير: إبراهيم السعافين دار صادر ط 1997، ص: 97.
- (21) : عبد الله إبراهيم، المصدر السابق، ص: 59.
- (22) : Grand Larousse de la langue française. Imp. Aubin-poitiers. Imprimé en France. P 1345
- (23) : سعيد يقطين: تحليل الخطاب الروائي، المركز الثقافي العربي الدار البيضاء، 1989، د ط، ص: 17.
- (24) : محمد الباردي: إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة مركز النشر الجامعي، تونس، 2004، ص: 01.
- (25) : ميشال فوكو، حقايات المعرفة، ت: سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 1968، ص: 111.
- (26) : تزفتان تودروف، اللغة والأدب في الخطاب الأدبي، ترجمة: سعيد الغانمي، بيروت، المركز الثقافي، 1993، ص: 48.
- (27) : عبدالعزيز العيادي، ميشال فوكو، المعرفة والسلطة المؤسسة الجامعية للنشر، بيروت، ط: 1، 1994، ص: 20.
- (28) : عبد الله إبراهيم، مصدر سابق، ص: 62.
- (29) : لسان العرب. باب العين مع اللام والميم: 4، 3083. طبعة دار المعارف
- (30) : بطرس البستاني، محيط المحيط، مادة علم، ص: 639.
- (31) : جمال عفيفي، جريدة الصحافة، ط: 1971 م، ص: 26.
- (32) : إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع (القاهرة، مكتبة الأنجلو، 1981 م) ص: 316.
- (33) : ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، 1979 م، ص: 04
- (34) : محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام، 1982 م، ص: 102
- (35) : الإعلام والدعاية، د. عبد اللطيف حمزة، ص: 76. مرجع سابق.
- (36) : الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر: 16، أستاذ عبد الله قاسم الوشلي.
- (37) : الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص: 13.
- (38) : محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية الطبعة الثانية، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1981، ص: 71.
- (39) : سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، ربيع الآخر 1417 هـ العدد: 172، السنة الخامسة عشر، ص: 63.
- (40) : المرجع نفسه، ص: 69.
- (41) : عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر ص: 39، 42.
- (42) : محي الدين عبد الحلیم، المرجع السابق، ص: 147
- (43) : محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي، ص 11، 12

- (44): عبد الوهاب كحيل ،لأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، مكتبة القدسي 1985، ص29.
- (45): وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. د محمد منير حجاب. ص: 9 – 12.
- (46): مدحت مطر، لغة الإعلام والخطاب ، دط ، 2016، ص:7.
- (47) : المرجع نفسه، ص:7.
- (48) : الشبكة العنكبوتية على الرابط::
- https://mawdoo3.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8، على الساعة:19:11، 21/07/2019.
- (49) : هانس روبرت بأول، جمالية التلقي، تقديم وترجمة، د.رشيد بنحدو، مط النجاح الجديدة، ط:01، 2003، ص:107.
- (50): هنري باجو، الأدب المقارن ، ترجمة غسان السيد ، اتحاد كتاب العرب ،دمشق ، دط ، 1997، ص:120.
- (51) : هانس روبرت بأول، جمالية التلقي، المرجع السابق، ص: 47.
- (52) : المرجع نفسه، ص:250.
- (53): الشبكة العنكبوتية على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/artic35le/415> ، على الساعة:12:09، يوم11/7/2019.
- (54): عبد الجليل العشراوي، الحجاج في الخطبة النبوية ،أريد الأردن، 2012، ص 121-122، نقلا عن الجاحظ في البيان والتبيين والطبري في تاريخ الأمم والملوك، وابن هشام في السيرة النبوية.
- (55):المرجع نفسه، ص:121-122.
- (56): المرجع نفسه، ص:128.
- (57): المرجع نفسه، ص:128.
- (58):المرجع نفسه، ص:121.
- (59): المرجع نفسه، ص:121.
- (60): المرجع نفسه، ص:121.
- (61): المرجع نفسه، ص:121-122.
- (62): المرجع نفسه، ص:128.
- (63) : خليفة عبد الرحمان، فن الخطابة عند النبي – صلى الله عليه وسلم -"، 2007م، جامعة الجلفة ، ص 53.
- (64):عبد الجليل العشراوي، الحجاج في الخطبة النبوية ،أريد الأردن 2012، ص:148.
- (65): المرجع نفسه، ص:121.
- (66): المرجع نفسه، ص:121.
- (67): المرجع نفسه، ص:128.
- (68): المرجع نفسه، ص:121.
- (69): المرجع نفسه، ص:124.
- (70): المرجع نفسه، ص:121.
- (71) : صفي الرحمان المباركفوري، الرحيق المختوم بحث في السيرة النبوية ، دار ابن الجوزي ، ط9، 2007م القاهرة ص348.
- (72) : علم اللغة النصي بين النظرية والتطبيق، مج 9، عدد 9، 2006 ص: 21.
- (73) : أبو بكر الباقلاني : إعجاز القرآن، تحقيق أبو بكر عبد الرزاق دط ، مصر 1994 ، ص: 98.
- (74): المصدر نفسه، ص:98.
- (75) : علم اللغة النصي بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص: 22.
- (76): ابن هشام ، السيرة النبوية تحقيق طه عبد الرؤوف سعد ، دار الجيل بيروت ، لبنان دط ، دت ، مج3 ، ج5، ص: 73 74 .
- (77): المصدر نفسه ، ص: 73 74 .
- (78): ابن هشام ، السيرة النبوية ، المصدر السابق ، ص: 73 74 .

(79): المصدر نفسه ، ص: 73- 74 .

(80): المصدر نفسه ، ص: 73- 74 .

(81) : الباقلاني ، إعجاز القرآن ، المصدر السابق، ص 98.

(82) : عبد الجليل العشراوي المرجع السابق ، ص: 121-122.

(83) : ابن هشام ، السيرة النبوية ، المصدر السابق، ص: 73- 74 .

(84) : المصدر نفسه ، ص: 73- 74 .

(85) : المصدر نفسه ، ص: 73- 74 .