

Pragmatic Mechanisms with Direct Impact on Constructing the Strategy of Convergence An Applied Study in the Film (The Message)

Noor Mohammed Sedeeq ⁽¹⁾ (Corresponding Author)

Dr. Halgord Mohammed Hasan ⁽²⁾

⁽¹⁾ Salahaddin University – Erbil, College of Languages, Arabic Department
nwrasdeeq@gmail.com <https://orcid.org/0009-0004-1006-5569>

⁽²⁾ Salahaddin University – Erbil, College of Languages, Arabic Department
halgord.hasan@su.edu.krd <https://orcid.org/0009-0006-5263-4533>

Copyright (c) 2026 Noor Mohammed Sedeeq, Dr. Halgord Mohammed Hasan

DOI: <https://doi.org/10.31973/00ddp462>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Publication Dates

(Received 2025-09-07) (Revised 2025-09-30) (Accepted 2025-10-13) (Published 2026-09-15)

Abstract:

This study explores the pragmatics of mechanisms that exert a direct impact on discourse, resulting in a sense of closeness and convergence between the sender and the receiver. Specifically, it focuses on the mechanisms employed in *The Message* (the film). The study adopts an analytical approach and aims to identify the mechanisms that carry an immediate and positive effect on both the discourse and its audience, ultimately fostering a sense of closeness between the interlocutors. Four such mechanisms were identified. In the introduction, the concept of "convergence," the notion of "mechanism," and how such mechanisms can be extracted from spoken texts and applied in linguistic contexts are identified. The difference between direct and indirect influence is also distinguished. When addressing mechanisms with direct impact in the strategy of convergence, the term "mechanism" is defined and elaborated on its meaning. Then, examples from our sample — *The Message* — are presented with a focus on analyzing the contexts in which each mechanism occurred, its immediate effect on the situation and characters, and the degree of closeness it generated between the speakers.

The conclusion presents key findings derived from the analysis, demonstrating that each of the identified mechanisms has both tangible and intangible effects on altering discourse context and meaning as well as on the interlocutors' psychological responses and their engagement with the communicative act.

Keywords: Convergence, Discourse, Direct impact, Mechanisms, Pragmatics.

الآليات التداولية ذات التأثير المباشر في بناء استراتيجية التقارب

دراسة تطبيقية في (فيلم الرسالة)

الباحثة نور محمد صديق (المؤلف المراسل) د. ههنگورد محمد حسن

جامعة صلاح الدين - أربيل، كلية اللغات قسم جامعة صلاح الدين - أربيل، كلية اللغات

اللغة العربية قسم اللغة العربية

تواريخ المنشور

الإستلام	النسخة النهائية	الموافقة	النشر الإلكتروني
(٢٠٢٥/٩/٧)	(٢٠٢٥/٩/٣٠)	(٢٠٢٥/١٠/١٣)	(٢٠٢٦/٩/١٥)

(مُلَخَّصُ البَحْثِ)

يدرسُ هذا البحثُ تداولية الآليات التي تؤثرُ بشكلٍ مباشرٍ في الخطابِ والتي ينتجُ من خلالها علاقة قربٍ وتقربٍ بين المرسل والمرسل إليه عند إجراء حوارٍ بينهما، وقد ركّزَ تحديدًا على الآلياتِ ذو التأثيرِ المباشرِ والتي استُعملت في (فيلم الرسالة)، إذ اعتمدت الدراسةُ على منهجٍ تحليلي، وهدفَ البحثِ إلى الوقوفِ على الآلياتِ التي تحملُ في طياتها أثرًا إيجابيًا مباشرًا على الخطابِ وعلى أطرافه من مُرسله ومُتلقيه والتي تؤدي إلى تقربٍ بينهما، وفي النتيجة حصلنا على أربع آلياتٍ يمكنُ أن تُستعملَ كأداةٍ معتمدةٍ لتركِ أثرٍ عميقٍ على أطرافِ الخطابِ.

في تمهيدِ البحثِ أوضحنا بشكلٍ موجزٍ القصدَ من التقاربِ والآليةِ واستنباطها من النصوصِ المنطوقةِ واستعمالها في السياقاتِ اللغوية، كما بيّنا الفرقَ بين معنى التأثيرِ المباشرِ والتأثيرِ غيرِ المباشرِ.

عندَ الخوضِ في الحديثِ عن الآلياتِ ذي التأثيرِ المباشرِ في استراتيجية التقاربِ عرّفنا الآليةَ وشرحنا معناها ثمّ أوردنا أمثلةً من عينة الدراسة وهي (فيلم الرسالة) مع التركيزِ على تحليلِ السياقاتِ التي وردت الآليةُ فيها والأثرِ المباشرِ الذي تركته الآليةُ على الموقفِ والشخصياتِ وبيانِ كمية التقاربِ التي أحدثتها بين المتخاطبين.

وفي نهايةِ البحثِ أوردنا بعضَ النتائجِ التي توصّلنا إليها من خلالِ دراستنا لهذا الموضوعِ، إذ إنّ لكلِ آليةٍ من الآلياتِ المذكورةِ أثرها الماديّ والمعنوي على تغييرِ السياقِ والمعنى ووقعها على نفوسِ المتخاطبين واستجابتهم للعمليةِ الخطابيةِ.

الكلماتُ المفتاحية: الآليات، التأثير المباشر، الخطاب، التداولية، التقارب.

مقدمة:

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله الذي علّم الإنسان ما لم يعلم، وسلاماً على من أرسل رحمةً للعالمين، سيدنا محمدٍ وعلى آله وأصحابه أجمعين.

تعدُّ اللغة من أعظم الهبات التي منحها الله (ﷺ) للإنسان ليُعبرَ به عن مافي داخله من أفكارٍ وعواطف ويتواصل من خلاله مع الأفراد المحيطين به في مجتمعه الذي يعيش فيه والمجتمعات المحيطة به، وقد خرجت اللغة من إطارها الضيق إلى إطارٍ أوسع بفضل اهتمام الفلاسفة واللغويين والمفكرين بها عبر العصور وإجراء الدراسات على مستوياتٍ مختلفة إلى أن تبلورت اللسانيات في العصر الحديث علماً قائماً بذاته، ونحن في بحثنا المتواضع حاولنا إثراء هذا العلم بإضافة شيءٍ جديدٍ يُستفاد منه في إحدى زواياها.

أولاً/ تقسيمات البحث: في هذا البحث؛ ركزنا اهتمامنا في الحديث عن استراتيجية خطابية جديدة، إذ استنبطتها من خلال قراءتنا الكثيرة للمصادر والمراجع التي اهتمت بالخطاب والسياق، فخرج لدينا مفهوم (استراتيجية التقارب) وبيّناها وحللناها من خلال الأدوات اللغوية التي تمثلها وركزنا في تحليلها على أبرز الآليات

اللغوية التي تساهم في بناء علاقة قُربٍ وتقربٍ بين أطراف الخطاب، وقد أجرينا كل ذلك على نموذجٍ تطبيقي واقعي يمثّل السياق والمقام، ألا وهو (فيلم الرسالة).

ثانياً/ لماذا (فيلم الرسالة) ؟ وماهي آليات اختيار النصوص والنماذج؟ بالتأكيد لم يكن اختيارنا لهذا النموذج اختياراً تلقائياً، بل كان بناءً على عمليتها ومناسبتها مع مجال بحثنا، إذ أنّ النماذج التطبيقية تتجسّد فيها اللغة في سياقاتها الاستعمالية التداولية وتُساهم بصورة أوضح وأكثر فعالية في إيضاح المقاصد أو الأهداف التي دفعت أطراف الخطاب لإجراء عملية التواصل والخطاب، وذلك لأن النصّ المدروس نموذجٌ تمثيلي حقيقي، وليس نموذجاً كتابياً يستعين بعلامات كتابية رقمية، فمهما كنّا دقيقين في اختيارها وإضافتها للنصوص فإنها لن تقي النصّ حقّه ولن تُبين المقاصد بشكلٍ أوضح.

أمّا بالنسبة لآليات اختيار النصوص فقد شاهدنا الفيلم أكثر من مرة لحظةً بلحظة، مشهداً مشهداً، ووقفنا على كلّ النصوص والخطابات ودوّناها في جدولٍ ثمّ حلّلناها وصنّفناها، فوقعنا كلّ مجموعة من النصوص الكلامية ضمن آلية من

هبة- ٢٠٢١م: هو بحث منشور في مجلة الحوار الثقافي، والذي وظف فيه الباحث التيمات الدينية في صنع الأفلام، إذ ركز الباحث على انعكاس الطابع الاجتماعي والثقافي والحضاري للحقبات الزمنية التي تدور حولها أحداث الأفلام الدينية، وتعتمد الدراسة منهج البحث الكيفي والاعتماد على أدوات البحث الوصفي التحليلي والسميائي.

- كتاب (رسالة من فلم الرسالة) - د. جمال نايف عدوي : إذ تعد دراسة تحليلية معقمة لفلم الرسالة السينمائي التاريخي والذي ألفه الدكتور جمال عدوي بدافع إرشاد المعلمين لتعلم كيفية التعامل مع الأفلام واستخدامها في المجال التدريسي، إذ أكد العدوي على أن الكتاب يعمل على تحليل الفيلم من منظور تربوي إلى جانب اقتراحات عملية لاستعماله كأداة تعليمية فعالة.

نجد هذه الدراسات ودراسات أخرى كثيرة قد تناولت فيلم الرسالة من ناحية التحليل السينمائي ودراساتها دراسة وصفية من حيث الشخصيات والحوارات والأداء، ويكمن الاختلاف بينها وبين دراستنا في أن دراستنا ركزت على الجانب التخاطبي

آليات التقارب، وهذه العملية وفرت لنا فهماً أعمق لديناميكيات التواصل بين أطراف الخطاب، وإلى جانب التحليل اللفظي للحوارات، فقد خضعت النصوص لتحليل سيميائي بصري مثل لغة الجسد وتعابير الوجه، لفهم كيفية تعزيز (استراتيجية الاقتراب).

ثالثاً/ الدراسات السابقة: نجد دراسات سابقة أجريت على فيلم الرسالة من نواحي عديدة، ومن أمثلته:

- فيلم "الرسالة" لمصطفى العقاد (دراسة تحليلية بنائية) - أماليا راهندي- ٢٠١٠م/ ١٤٣١هـ: وهو بحث يقتصر على تحديد العناصر الداخلية التي بني عليها الفيلم و تحليل علاقات تلك العناصر وحالتها كوحدة عضوية.

- الأفعال الكلامية الإنجازية التمثيلية في فيلم "الرسالة" لمصطفى العقاد على نظرية سيرلي (دراسة تحليلية تداولية)- ريجيتا أومايا نينجروم- ٢٠٢٠م: ركزت هذا البحث على دراسة الأفعال الكلامية لمعرفة أنواع الأفعال الإنجازية التمثيلية التي وردت في فيلم الرسالة وكذلك لمعرفة المعاني من تلك الأفعال، وذلك من خلال اتباع منهج البحث الوصفي النوعي.

- فيلم "الرسالة" لمصطفى العقاد قراءة في الزمان والمكان- يوسف هبة

إذ اعتمدت هذه الدراسة على النظرية التداولية لتحليل الفيلم، وهي مقارنة قد تكون جديدة أو لم تُستخدم بشكل مكثف في تحليل الأعمال التطبيقية، مما يمنح الدراسة بُعداً نقدياً جديداً.

كما وقد ركزت الدراسة على استراتيجية محددة، فدراسة استراتيجية الاقتراب بشكل منفصل يُعدّ تميّزًا عن الدراسات التي تكون قد تناولت الفيلم من زوايا تحليلية أخرى مثل التحليل السيميائي أو النفسي.

رابعاً/ دواعي الكتابة في هذا المجال وفوائدها:

١. قلّة الدراسات التطبيقية على الأعمال والنماذج الحية.

٢. الاهتمام المتزايد بالتواصل الفعال، ففي ظلّ التركيز المتزايد على تعزيز التواصل الفعال بين الأفراد في المجتمع، يسعى البحث إلى فهم كيف يمكن للأعمال التطبيقية ك- الأفلام - أن تُسهم في تقديم نماذج للتواصل الإيجابي والسلبي من خلال استخدام (استراتيجية الاقتراب).

٣. تعزيز التفاعل بين النظرية والتطبيق، وذلك من خلال الدمج بين النظرية التداولية والتطبيق العملي على (فيلم الرسالة) وهذا يُعزّز الجسور بين البحث الأكاديمي والتطبيق العملي،

التدولي، والذي يعدّ من الجوانب الدراسية المهمة إذ أنّ استعمالاتها يتكرر في المواقف الروتينية والحياتية، أي أن الاستراتيجيات الخطابية هي جزء لا يتجزأ من حياة كل فرد يعيش داخل المجتمعات ويتعامل مع أفراد آخرين، وهذه هي النقطة الجوهرية التي تسعى دراستنا لتحقيقها.

كما أنّ الدراسات السابقة التي تناولت (التقارب) في باب (الاستراتيجية التضامنية) لم تذكر إلا آليات قليلة جداً ك- (المكاشفة والمصارحة، التتغيم، الدعابة...)، ونحن هنا حاولنا أن نطوّر تلك الآليات ونقف على آليات لم تذكرها المصادر السابقة ك- (الإغراء، التشجيع).

وقد تميزت دراستنا المتواضعة عن الدراسات السابقة في اختيار النماذج التطبيقية وطريقة تحليلها، فكما أشرنا سابقاً، فإنّ النموذج الذي اخترناه نموذج حيّ وليس مجرد نصّ مكتوب، وهذه النقطة مهمة كون أغلب الدراسات السابقة التي تدرس استراتيجيات الخطاب اعتمدت النصوص والنماذج الكتابية أكثر، وهذا الاختلاف ربّما يولّد دراسات حديثة في المستقبل القريب والتي تربط بين الفنّ السينمائي واللسانيات،

٢٠٢٤) ففي الملخص يمكن القول أن التداولية تُفَصِّل عن الدلالة وذلك في فهم كيفية تجاوز السامع للمعنى الحرفي للجملة واستنتاج نية المتكلم وقصده.

من أهم أركان التداوليات؛ الخطاب، فهو مفهوم برز للإشارة إلى اللغة في استعمالها الفعلي في النصوص والمواقف الواقعية، إذ إن دراسة الخطاب تحلل البنية اللغوية والسياقية للنصوص إلى جانب فهم العلاقات التي تجمع بين أطراف الخطاب والوصول للأهداف التي يسعون إلى تحقيقها، وفي هذا المجال نجد التداولية أداة تحليلية مهمة لفهم الخطاب، فهي تساعد في بناء الاستراتيجيات التي يعتمد عليها أطراف الخطاب لتكوين العلاقات والتأثير في الأطراف المقابلة، حيث تتوظف الآليات والأدوات اللغوية الخاصة بكل استراتيجية لبناء القرب أو البعد والإقناع والتأثير بين المتخاطبين، إذ يوصف الخطاب بـ"الركيزة الأساس الذي ينبني تحديد مفهوم الاستراتيجية عليه" (الشهري، استراتيجيات الخطاب -مقاربة لغوية تداولية-، ٢٠٠٤م، صفحة ٣٤).

إنَّ الكلام برمته سواءً كان الهدف منه إيصال رسالة محددة أو مجرد حديث عفوي؛ يقتضي بعض الأسس

مما يُسهِّل نقل المعرفة النظرية إلى سياقات التطبيق العملي والتربوي. الحاجة المتزايدة إلى أبحاث تداولية متخصصة تُركِّز على مجالات محددة، كالأعمال التطبيقية مثل الأفلام والمسلسلات، ممَّا يُسهم في توسيع نطاق تطبيقات نظرية التداول في مجالات مختلفة تتجاوز النصوص التقليدية.

إن التداوليات واحدة من فروع اللسانيات الحديثة التي تعنى بدراسة اللغة في الاستعمال، فهذا الفرع من فروع اللسانيات هي التي تهتم بكيفية استخدام المتكلمين للغة، والتداولية في مفهومها العام هي: دراسة الاتصال اللغوي في السياق (Shoshana,

p, 1997, ٣٨)، فهذا الفرع من اللسانيات يسعى لتحقيق أهداف تواصلية معينة وإخراج اللغة من إطار البنية اللغوية المجردة بمعزل عن الاستعمال والسياق، إذ ركزت التداوليات على أهم العناصر اللغوية التواصلية كالقصد والسياق والمعنى وما إلى ذلك، كما اهتمت بدراسة كيفية مساهمة السياق في تحديد المعاني والتعبيرات اللغوية بما في ذلك: قصد المتكلم والخلفية المعرفية المشتركة وظروف التواصل والقارئ اللفظية وغير اللفظية (Stanford Encyclopedia of Philosophy

والمعايير؛ ومن هذه الأسس والمعايير تنتج خطابات تختص بمواقف معينة تتحدد من خلال الآليات والأدوات اللغوية المستعملة فيها، وعند جمع هذه الآليات والأدوات نتوصل إلى استراتيجية خطابية يمكن اعتمادها أثناء إجراء المحادثات التي يهدف فيها أطراف الحديث إلى تقليل المسافات الاجتماعية بينهما؛ والاستراتيجية في مفهومها العام هي: "طرق محددة لتناول مشكلة ما، أو القيام بمهمة من المهمات، أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة" (العبدان و الدويش، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م، صفحة ٣٢٤) إذًا فالاستراتيجية تعني: الخطة التي يتبعها أطراف الخطاب لتوجيه حواراتهم لتحقيق الهدف الذي أجروا لأجلها الخطاب، والخطاب - كما أشرنا إليه سابقًا - أحد أهم الوسائل التي يستعملها الأفراد للتأثير والإقناع والتواصل، إذ يعتمد المتكلم إلى استعمال وسائل وأدوات مختلفة ومتعددة لإيصال رسالته وتحقيق التأثير المراد، ويمكن أن نقول بتعبير آخر: إن مساهمة أطراف الخطاب معًا تعزز أواصر العلاقات وتبني جسور القربة التي تجمع المرسل والمتلقي في إطار من الانسجام، وهذه هي الاستراتيجية الخطابية التي

سمّيناها بـ (استراتيجية التقارب)، فما هي استراتيجية التقارب؟ عرّفت المعاجم العربية اللغوية تعريف التقارب، وحددته بأنه ضد الابتعاد، يقول الخليل: ((الْقُرْبُ ضِدُّ الْبُعْدِ، وَالْاقْتِرَابُ الدُّنُوُّ)) (الفراهيدي، صفحة ١٥٣/٥)، وهي الدلالة الأساسية بدليل قول ابن فارس: ((الْقَافُ وَالرَّاءُ وَالْبَاءُ أَصْلٌ صَحِيحٌ يَدُلُّ عَلَى خِلَافِ الْبُعْدِ))، وتولدت من هذه الدلالة الأساسية دلالات فرعية أخرى، مثل: القربة لمن يقرب لك رحماً، و(القربان): ما يقدمه الإنسان كأضحية (ابن فارس، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، الصفحات ٨٠/٥ - ٨١)، والرباط بين نقيض البعد - أي القرب - والأضحية؛ هو: محاولة الاقتراب من الله (ﷻ)، لأننا نقدم القران كتقرب لله تعالى، فالتقارب إذًا: هو الدنو من المقابل سواء كان هذا الاقتراب مادياً أم معنوياً (جسدياً أو خطابياً) أو من قبل طرف واحد أو عدة أطراف، بغية مصلحة معينة أو لمجرد التقرب والاقتراب، وكما ذكرنا فإن المتخاطبين يستعملون آليات لغوية خاصة بكل استراتيجية خطابية، ونجد أن قوة العلاقة وقوة الارتباط بين الطرفين وشدة الاقتراب تتجسد في كمية الآليات والأدوات اللغوية التي يستعملها المتكلم في إقامة هذا

فوري بعد النطق به كـ(التحفيز والتشجيع) فالآليات المستعملة في هذا النوع من التأثير تقوم على قوالب لغوية واضحة (Searle, Speech Acts -An Essay In The Philosophy Of Language-, 1969, p ٢٧)، وبذلك فالتأثير المباشر يتجاوز كونه مجرد الإخبار ونقل الكلام والأحداث ليشمل الأثر النفسي والسلوكي على المتلقي.

أما بالنسبة للتأثير غير المباشر، فهو نقيض التأثير المباشر، إذ يقوم على إحداث التأثير على نفس المتلقي بشكل ضمني، فهو كما عرفه (جون سيرل) في إطار نظرية الأفعال الكلامية: تضمين المتكلم لمعانٍ أكثر مما يتلفظ به إذ يفهم المتلقي القصد الكامن وراء الملفوظ، أو: هي الحالات التي يُلفظ فيها كلامٌ معين أو يُجرى فعل معين بشكل غير مباشر وذلك من خلال قول شيءٍ أو أداء فعل آخر (Searle, Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts, 1979, p ٣٠)، أي إنَّ المتلقي يدرك الرسالة والهدف المقصود بناءً على دلالات سياقية خفية إلى جانب ظاهر الكلام، ويتبين هذا النوع من التأثير في آليات معينة

الخطاب، فهناك آليات تدل على القرب والتقرب ولكنها ليست بتلك القوة التي تدل عليها آليات أخرى، فكلما كانت الآلية المستعملة أقوى كلما كان التقرب والاقتراب أكثر وكلما حرص المتكلم على التقرب والاقتراب من المتلقي كلما كان الخطاب أمتن وفهم المتلقي للرسالة أوضح.

أما أشكال الآليات التي تعمل على التأثير والتأثر بين المتخاطبين والتي تسهم في بناء جسر العلاقات التخاطبية تتخذ شكلين: آليات التأثير المباشر، وآليات التأثير غير المباشر، فماذا نعني بكلٍ منهما؟

إن التأثير المباشر هو: الأثر الذي يتركه الخطاب في نفس المتلقي دون الحاجة للشرح أو التفسير (القاسمي، ٢٠٠٩م، صفحة ١٤٢)، ويتحقق ذلك في الخطابات التي يُستعمل فيها آليات صريحة ومباشرة، ويعتبر التأثير المباشر من أبرز الأهداف التواصلية التي يسعى إليها المتكلم، فهو يهدف إلى إحداث تأثير فوري في المتلقي، كما وقد ذكر (جون سيرل) هذا النوع من التأثير في نظرية الأفعال الكلامية التي أسسها، إذ جعل التأثير المباشر واحدة من أهم مكونات الفعل الكلامي، فهو في نظره: النتيجة التي يحدثه الكلام في المتلقي والأثر الذي يظهر بشكل

كـ) المدح، المواساة، الاعتذار... إلخ).

ويركّز بحثنا على النوع الأول من الآليات وهي -آليات التأثير المباشر- وهذه الآليات هي: آلية الإغراء، آلية التحفيز والتشجيع، آلية تحذير، آلية التوجيه.

المطلب الأول

آلية الإغراء

ورد في معجم اللغة العربية المعاصرة أن (غ ر و) -الإغراء: جمعه (إغراءات)، وأغرى وأغرى: هو ما يثير الرغبة أو الشهوة (عمر، ١٤٢٩ هـ — ٢٠٠٨ م، صفحة ١٦١٤/٢)، وقد جاء في المعجم الغني: إغراء (مصدر أغرى). ١. "يحاول إغراءه بالمال": إغواءه، جذبته، أن جعله يميل إليه. ١. "سقط تحت إغراء المظاهر الكاذبة": أي تحت التضييل، التشويق. ٣. "إغراء الرّيح": إغواءه. ٤. "إغراء المجد": سحره وجاذبيته. (أبو العزم، ٢٠١٣ م، صفحة ٩٣)، فالإغراء هو كل ما يُطرح على المقابل ويجعله يتشوق وينجذب أكثر للموضوع المطروح ويميل إليه، وفي آخر المطاف ربّما يوافق المتلقي على الموضوع المطروح ويُغرى به فيتنازل عما كان متمسكاً به ويبدله بما أُغرى به، فيتحقق الهدف المراد وهو

(الاقتراب)، أما في حال عدم القبول ورفض العرض المطروح لن يتوصل المرسل إلى تحقيق هدف خطابه.

إن أسلوب الإغراء هو أسلوب يستعمل كمحاولة تقريب و تقرب من المخاطب، وهي عملية عكسية للتحذير والتهديد، وبالتالي فهو عكس الابتعاد أي: عندما يستعمل المرسل أسلوب الإغراء مع المتلقي؛ فهذا يدل على أن المرسل يودّ ترسيخ علاقة تقرب من المرسل إليه، فالإغراء هو: جعل المرسل إليه يقوم بأمر محبب إليه (الشهري، استراتيجيات الخطاب -مقاربة لغوية تداولية-، ٢٠٠٤ م، صفحة ٣٥٨)، أي إن المرسل يدفع المرسل إليه ويحفزه للقيام بشيء يستحسنه، وقد عرف الفاكهي الإغراء بأنه: تنبيه المخاطب على أمر محمود - من علم، وصلاة وغيرهما - ليفعله المخاطب فيرتكبه (المكي، ١٤١٤ هـ — ١٩٩٣ م، صفحة ٢٠٦).

وهو من الأساليب المستخدمة في حياتنا اليومية وبالأخص في إبرام الصفقات المادية، وذلك لجعل الآخرين ينصاعون إليك لا شعورياً وبكامل إرادتهم دون ضغط أو إكراه، وذلك من خلال عرض أمر يجذبهم ويشوقهم ويجعلهم يميلون إليك فيوافقون على المطروح -إذا كان

الأمر ماديًا - والاستماع لكلامك - إذا كان موضوعًا خطابيًا -.

ولا يُشترط أن يكون الإغراء لأمرٍ إيجابيًا، فربما يكون الإغراء لأمر سيء سواء كان أخلاقيًا أو فكريًا أو لأي هدف سيء آخر، وعلى هذا يمكن القول: إن الإغراء هو: سلطة تحملك على قبول نداء يدفعك للقيام بأمر معين (برقاوي، ٢٠٢٣) سواء أكان الأمر إيجابيًا أو سلبيًا.

وهو من الأساليب اللغوية الكلامية، وقد خُصص له باب من أبواب النحو العربي، إذ يقول ابن مالك -على سبيل المثال- في ألفيته في باب التحذير والإغراء (جمال الدين، صفحة ٥٣):

وَكُمُحْذِرٌ بِلَا (يَا) أَجْعَلَا مُعْرِى بِهِ فِي كُلِّ مَا قَدْ فَضَّلَا

وقد شرحه ابن عقيل وعرفه بأنه أمر المخاطب بلزوم ما يُحْمَد (ابن عقيل، ، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م، صفحة ٣٠١)، ويمكن أن نقول في شرحنا لهذا التعريف: إن القصد من (أمر المخاطب) ليس الأمر ذاته، بل يُقصد منه الحث والتشجيع للإقبال على أمر ما.

وبعد الإحصاء الذي أجريناه على فيلم الرسالة، وجدنا أن استراتيجية الإغراء من أكثر الاستراتيجيات الواردة، إذ ورد عشر مرات وفي

مواضع مختلفة وكان الهدف في كل المواضع (التقريب والتقريب) من المخاطب، ومن هذه المواضع: أولا/ زيد ابن حارث يخاطب أمية: أمية.. أمية.. أبو بكر يزيدك مئة دينار على ثمن بلال.

أمر أمية عبده بلال بضرب عمار ولكن بلال عصى أمر سيده؛ لذلك أخذ أمية وربطه على الأرض وبدأ بتعذيبه وضربه وإهانته، فعلم أبو بكر - رضي الله عنه - ذلك وأرسل زيدًا ليخلص بلال وذلك بشرائه من أمية، وكان أبو بكر عالمًا بأن أمية سيرفض بيع بلال بهذه السهولة لذلك أغراه من خلال زيادة المبلغ، وعندما التمس زيد الحيرة من أمية وعدم قبول من حوله للأمر أغراه أكثر قائلاً: مثني دينار! أي أنه زاد على المبلغ الأول مئة دينار فأصبح العرض عرضًا لا يمكن رفضه؛ -إغراء المتكلم للمتلقى- وأدى الإغراء غرضه، إذ قرب زيدًا من أمية -حتى لو كان هذا التقريب والتقريب لأجل مصلحة مؤقتة- فأبرما صفقتهما ووافق أمية على بيعهم بلالًا - تقرب المخاطب من المخاطب وتحقق استراتيجية الاقتراب -.

ثانيًا/ عتبة يخاطب ابنه حذيفة:

وأنت، أمنحك ما تريد.. ما تشاء..

بعد الإجهار بدين الإسلام عزم حذيفة أمره في ترك عبادة الأصنام واتباع دين محمد وكان هذا مخالفاً تماماً لرأي عائلته وبالأخص والده؛ لأن والده: عتبة، كان من كبار قریش واسيادها ومن فريق الكفار، وبذلك فاتباع أحد أولاده لدين محمد (ﷺ) بصمة عار في جبينه لذلك حاول أن يقنع ابنه في التراجع عن هذا القرار والتمسك بدين آبائه وأجداده ولا يتحالف مع عدوهم -محمد (ﷺ) (ودين الإسلام-)، ولما رآه مُصرّاً على قراره ولا يجدي مجرد الحديث معه ما كان منه إلا الاعتماد على آليّة خطابيّة تدفع ابنه لتغيير رأيه وكانت تلك الآليّة التي اعتمدها (الإغراء)، فكلمه قائلاً: (أمنحك ما تريد.. ما تشاء)

أملاً أن تُحدث هذه الآليّة بينهم قرباً وتقرباً ويجعل حذيفة يتراجع عن قراره، وعلى الرغم من كون البُعد الاجتماعي بين الأب وابنه معدوماً عادة فهما أقرب الأقربين لبعضهما البعض من ناحية الدم والنسب- ولكن بسبب الاختلاف في العقائد والتناقض في تفكيرهما واختيار كلٍّ منهما طريقه الخاص ازدادت المسافة بين حذيفة ووالده، وكانت محاولات عتبة في إغراء ابنه طلباً لتقليل هذا البعد

وتقريب ابنه منه، ولكن لم تُحقق الآليّة نتيجةً ولم يتحقق القُرب والتقريب، إذ لم تُجدِ محاولات المتكلم- عتبة نفعا ولم يغير عرضه المتلقي- حذيفة.

ثالثاً/ إغراء هند للعبد الأسود لكي يقتل حمزة: سأعتقك، سأعطيك وزنك فضة، وألبسك الحرير، مقابل رميتك هذه... حمزة هناك، هل تراه؟ هذا يومك.

بعدما قتل حمزة- عم الرسول (ﷺ) - والد هند وعمها في معركة بدر - حلفت هند يميناً بأنها ستنتقم من حمزة، وعندما التقت بذاك العبد الأسود الذي أجاد الرماية وجدتها فرصة ذهبية لأخذ ثأرها فاغتنمتها وتقربت من العبد الأسود من خلال آليّة خطابيّة تساهم في تقريبهما من بعضهما، إذ أغرت هند- المرسل- العبد الأسود -لمرسل إليه- بالحرية والمال مقابل رمية تؤدي بحياة حمزة، وبالطبع وافق العبد على هذا العرض المغربي وتمت عملية التقريب والتقرب على أكمل وجه ووقع تأثير آليّة الإغراء بين أطراف الخطاب وساهمت في تحقيق استراتيجية الاقتراب، فقتل ذاك العبد حمزة في معركة أُحُد ونال حريته وكل ما وعد به من مال وذهب.

رابعًا/ أبو سفيان يخاطب أبا طالب بهدف إيصال رسالة إلى محمد (ﷺ): وإننا اليوم نعرض عليه أمورًا لعله يقبلها.

توجّه كبار قريش إلى بيت أبي طالب، طالبين عونه لينصح محمدًا بترك ما يدعوا إليه، ولكي يضمنوا موافقة محمد (ﷺ) استعانوا بآلية خطابية تدعم وتساعّد على تقريب المتلقي منهم لعلّها تؤدي القرب والتقريب بينهم، فما كان منهم إلّا أن بدؤوا كلامهم باستراتيجية التقريب واستخدام آلية الإغراء، فأغروا المتلقي -محمد (ﷺ)- بنعيم الدنيا، وعرضوا عليه المال والملك والسلطان، إذ قال أبو سفيان: (إن كان يريد مألًا - يقصد محمدًا (ﷺ) - جعلناه أكثرنا مألًا، وإن كان يريد جاهًا جعلناه سيدًا علينا، إن كان يريد ملكًا ملكناه علينا) وكان هذا الإغراء الكبير بمثابة تقرب من محمد (ﷺ) - المرسل إليه - وذا تأثير مباشر على نفسه لعل وعسى يوافق على طلباتهم وكيف عن دعوة الناس لاعتناق الإسلام، ولكن بآت محاولات المُخاطبين -أبو سفيان وعتبة وأبو جهل- بالفشل ولم تجد إغراءاتهم نفعًا وفشلت آلية الإغراء في تقريب المرسل والمرسل إليه وذلك بسبب عدم وقوع رسول الله (ﷺ) تحت تأثير هذه الإغراءات بل

ورفضها قائلًا: (والله لو وضعوا الشمس في يميني والقمر في يساري على أن أترك هذا الأمر ما تركته حتى يظهره الله أو أهلك دونه) إذ أبى رسول الله (ﷺ) قبول ما عرض عليه في الدنيا واختار ما ينتظره من نعيم الآخرة.

المطلب الثاني

آلية التحفيز والتشجيع

عرّفت المعاجم اللغوية هاتين المادتين تعريفًا لغويًا كما يأتي:

قال الخليل في: الحث والسوق، : الحَفْزُ: حَثُّكَ الشَّيْءَ حَثِيًّا مِنْ خَلْفِهِ، سَوَّقًا أَوْ غَيْرَ سَوَّقٍ (الفراهيدي، صفحة ١٦٤/٣)، أما ابن فارس فقد دلّ عليه في قوله: (حَفَزَ) الْحَاءُ وَالْفَاءُ وَالزَّاءُ كَلِمَةً وَاحِدَةً تَدُلُّ عَلَى الْحَثِّ (ابن فارس، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، صفحة ٨٥/٢)، كما وقد عرفه صاحب بن عباد في معجمه قائلًا: الحَفْزُ: حَثُّكَ الشَّيْءَ مِنْ خَلْفِهِ سَوَّقًا وَغَيْرَ سَوَّقٍ... يُقَالُ: حَفَزْتُهُ أَي دَفَعْتُهُ (بن عباد ٣٢٦ - ٣٨٥ هـ)، ١٤١٤ هـ - ١٩٩٤ م، الصفحات ١٥-١٤/٣)، ومما سبق نعرف أن المادة تدل على: الدفع، والحثّ نحو القيام بالفعل أو إصدار الحركة.

ويمكن الاستناد على هذه الدلالة اللغوية لإخراج تعريف اصطلاحى للتحفيز، فنقول: التحفيز هو الشعور

الكامن في نفس الإنسان تدفعه للقيام بعمل معين، وهذا ما قاله الدكتور عبدالرحمن عدس في تعريفه للتحفيز، إذ قال: إنه "مجموعة من القوى الداخلية والخارجية التي تحرك سلوك الإنسان نحو تحقيق أهداف معينة، وتحدد مدى استمراره في ذلك السلوك" (عدس، ٢٠٠٣م، صفحة ٢٨٩).

أما التشجيع، فقد قال ابن فارس: (شَجَعَ): الشَّيْنُ وَالْجِيمُ وَالْعَيْنُ أَصْلٌ وَاحِدٌ يَدُلُّ عَلَى جُرْأَةٍ وَإِقْدَامٍ (ابن فارس، ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م، صفحة ٢٤٧/٣)، فهو: منح الجرأة وإزالة الخوف، وهذا ما عناه ابن منظور في دلالة الشجاعة بقوله: الشَّجَاعَةُ: شِدَّةُ الْقَلْبِ فِي الْبَأْسِ... وَتَشَجَّعَ الرَّجُلُ: أَظْهَرَ ذَلِكَ مِنْ نَفْسِهِ وَتَكَفَّفَهُ وَلَيْسَ بِهِ، وَشَجَّعَهُ: جَعَلَهُ شُجَاعاً أَوْ قَوًى قَلْبَهُ... وَشَجَّعَهُ عَلَى الْأَمْرِ: أَقْدَمَهُ (ابن منظور، ١٤١٤هـ، صفحة ١٧٣/٨)، جاء في المعجم الوسيط: (تَشَجَّعَ) تَقَوًى وَأَقْدَمَ وَتَكَفَّفَ الشَّجَاعَةُ (نخبة من اللغويين بجمع اللغة العربية بالقاهرة، ١٣٩٢هـ/١٩٧٢م، صفحة ٤٧٣/١) فالتشجيع في معناه اللغوي إدًا: هو إزالة الخوف والحث على الأمر، ومما سبق نستطيع أن نُعرِّف التشجيع بأنه: إعطاء القوة النفسية وزيادة الجرأة

والدفع نحو القيام بأمر ما، كما وقد عُرِّف التشجيع أنه: "إحداث نوع من الجرأة والإقدام عند الشخص، والعمل على تقوية قلبه وبذل الجهد لتحقيق الهدف المقصود" (الشطي و سليمان، ٢٠٢٤، صفحة ٥٣٦)، إلى جانب كون هذه الآلية قائمةً على "التأثير في المتلقي للاستجابة لأمر ما طواعيةً ورغبةً... وكأنه أسلوب الإقناع أو هو الإقناع ضمناً وتلميحاً" (حسن، ٢٠٢٠م، صفحة ٢٨٥).

وفي الخلاصة نقول: (التحفيز والتشجيع): هو مولد النشاط ومصدر الطاقة التي تدفع الإنسان ليؤدي دوره على أكمل وجه ويخرج أفضل مآلديه من مهارات سواء كان هذا التحفيز وذاك التشجيع ماديًا أو معنويًا، بالقول أو العمل.

إن أثر التحفيز والتشجيع كبير على النفس الإنسانية، إذ تتولد لدى الشخص طاقةً وحيويةً كبيرة تدفعه لتحقيق الهدف الكامن في داخله، ففي كثير من الأحيان لا يتجرأ الشخص على اتخاذ خطوة جديّة في مسيرة ما ويحتاج إلى دعم مادي أو معنوي، ولما ينل هذا الدعم والداعم وجدّ وألّفى خطواته سهله وسلسلة نحو تحقيق مراده، وكما قال الدكتور عبدالرحمن: فإن من أهم العوامل التي تؤثر في السلوك البشري والقرارات التي يتخذها

تَقَرُّبُ عمه منه وقربه إليه قرباً مادياً ومعنوياً، فالقرب المادي هو كونه عمه الذي كفله والقرب المعنوي هو شدة عضد ابن أخيه وعدم التخلي عنه في أكثر الأوقات الصعبة والحرجة التي يمر بها، أي حققت آلية الإغراء استراتيجية الاقتراب بزيادة القرب بين المُخاطَب والمُخاطَب.

ثانياً/ والدّة عمار تشجع ابنها عمار قائلةً: امضي يا ولدي.. امضي إلى محمد.

صاح عمار والديه بأفكاره ومعتقداته وأعلن أنه تابعٌ لمحمد (ﷺ) ولدين الإسلام، فوجدهما يعارضان الأمر غير موافقين ويحاولان جهدهما لتغيير رأيه خوفاً عليه من بطش الصنم الذي يتخذونه ربهم ومن أسياذ قريش الطغاة، ولكن بعدما وضّح عمار الأمر وبيّن لهم أن الإسلام هو دين الحق، اقتنعا بكلامه فشجّعا ابنهما وحفّزاه للتمسك بما يراه صحيحاً صائباً، ويظهر ذلك جلياً من خلال التنعيم، إذ نجد نبرة صوت المتكلم -سمية- والدّة عمار -قوية وحازمة كما وقد وضعت يدها على كتف -المتلقي- ابنها عمار مما يؤكد دعمها وتأييدها للسبيل الذي تمسك به، وبهذا نجد التَقَرُّب المادي والمعنوي في هذا الموضع أيضاً، فكونهما والدي عمار والقرب المادي الذي يجمعهما صار

الإنسان سواءً كانت قرارات فردية أو جماعية هو (التحفيز والتشجيع) إذ كلما زاد مستوى التحفيز زادت معه القدرة على المحاولة والعمل وكلما كان أثر التشجيع أعمق على النفس كلما ارتفعت الثقة والمقدرة للتحقيق والإنجاز (عدس، ٢٠٠٣م، الصفحات ٢٨٩-٢٩١)، وقد استخلصنا من عينة دراستنا بضع مواقف تمثل هذه الآلية، ومن هذه المواقف:

أولاً/ أبو طالب يخاطب زيداً: أبلغه أن عمه الذي كفل طفولته لن يتخلى عنه أبداً!

لَمَّا نزل الوحي على محمد (ﷺ) وأدرك أنه حامل الرسالة وأنه نبيٌّ ورسول مرسل من الله (ﷻ) تأثر كثيراً واستصعب الأمر، فأغلق على نفسه حائراً من إمكانية حمله وقيامه بهذا الواجب الصعب والنجاح في إبلاغ هذه الرسالة العظيمة، فأتاه الدعم من أقرب الناس إليه نسباً ألا وهو عمه (أبو طالب) -المُرسل- إذ وضّح بعبارة البسيطة ذاك أنه سيُقدّم لابن أخيه الدعم المادي والمعنوي كما أنه أعطاه الشعور بالأمان بأن هناك من سيحمي ظهره مهما كلف الأمر، فكونه الشخص الذي تكلف برعايته وتربيته منذ نعومة أظفاره يدفعه لشدّ عضده وحماية ظهره، وبذلك فقد ضمّن رسول الله (ﷺ) -المُرسل إليه-

أقوى بالتقرب المعنوي عبر تشجيعهما ودعمهما لابنهما.

ثالثاً/ هند تخاطب جيش الكفار ناشدة:

الدم الدم ويها بني عبد

الدار

ضرباً

بكل غدار

نمشي على

النمارق

والمسك في

المناطق

ونفرش النمارق

ويها حماة

الأديار

نحن بنات

طارق

والذر في

المخانق

إن تقبلوا نعانق

في معركة أحد عزم الكفار أمر الانتصار على المسلمين وأخذ ثأر معركة بدر، وكان من أكثر الموجودين حماسة وعزماً (هند بنت عتبة) فقد أقسمت على الثأر لأبيها وأخيها وعمها الذين قُتلوا في بدر، ومن الجدير بالذكر أن من أبرز عادات العرب تشجيع جنودهم وجيوشهم قبل بدء المعركة بأبيات شعرية، إذ نجد هنداً اتخذت هذه العادة وأنشدت هذه الأبيات وكانت طريقة إلقائها ونبرة صوتها القوية والحازمة سبباً في تشجيع الجيش وهذا الموقف يمثل نوعاً من أنواع تكوين علاقة قرب وتقرب، وذلك أنها تقول في باقي الأبيات أن الأجر والمكافأة

التي سينالونه لو أنهم انتصروا وفازوا في المعركة سيكون كبيراً وحسناً، وبذلك فهي تضمن بإنشادها لهذه الأبيات تحفيز الجيش وتقوية قلوبهم إلى جانب كسبهم وتقريبهم إليها.

المطلب الثالث

آلية التحذير

جاءت مادة (حذر) في معجم العين ليدل على: الخوف وأخذ الحيلة، قال الخليل: **الْحَذَرُ** مصدر قولك: **حَذَرْتُ** أَخَذَرْتُ حَذَرًا فَأَنَا حَازِرٌ وَحَذِرٌ، وَتَقَرَأُ الْآيَةَ: {وَأَنَا لَجَمِيعٌ حَازِرُونَ} (السورة: الشعراء، الآية: ٥٩) أي: مُسْتَعِدُونَ، ومن قرأ: {حَذِرُونَ} فمعناه: إِنَّا نخاف شَرَّهُم (الفراهمدي، صفحة ١٩٩/٣)، أما في المقاييس فقد عرّف ابن فارس مادة (حذر) في باب الحاء والذال وما يثلاثهما بقوله: **الْحَاءُ وَالذَّالُ وَالرَّاءُ أَصْلٌ وَاحِدٌ، وَهُوَ مِنَ النَّحْرِزِ وَالنَّيْقُظِ. يُقَالُ حَذَرَ يَحْذَرُ حَذَرًا** (ابن فارس، ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م، صفحة ٣٧/٢) فالحذر عند ابن فارس يدل على: الاحتراس والتنبه من خطرٍ ما، كما وقد ربط ابن منظور الحذر بالخوف قائلاً: **حذر: الحذر والحذر: الخيفة، والنحذير: التثخيف** (ابن منظور، ١٤١٤ هـ، الصفحات ١٧٥/٤-١٧٦).

١٩٨٠م، صفحة ٣/٣٠٠)، وجاء
الجوحي بتعريف مماثل في شرح
شذور الذهب إذ قال: "التحذير تنبيه
المخاطب على أمر مذموم ليجتنبه"
(الجوحي، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٤ م،
صفحة ٢/٤١٦).

ويؤدّي التحذير في اللغة العربية
بما يأتي: (ابن عقيل، ١٤٠٠ هـ -
١٩٨٠م، صفحة ٣/٣٠٠)
(الجوحي، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٤ م،
الصفحات ٢/٤١٧ - ٤١٩):

١. (إياك وأخواته ك: إياكما وإياكن
و... إلخ).

٢. بغير إياك وأخواته، وهذا ما أراده
الناظم بقوله: وما سواه، إذ لا
يضمّر الناصب إلّا بوجود العطف
أو التكرار وإذا لم يوجد هذان
الأخيران فيجوز إضمار الناصب
أو إظهاره.

ومن أشهر مسائل أسلوب التحذير
أنه في الغالب الأعم يكون التحذير
من المتكلم للمتلقى، ويشذ مجيء
التحذير للمتكلم نفسه، أي: شدّ قول:
إياي، وأشدّ من ذلك مجيء هذا
الأسلوب للغائب كأن تقول: إياه، إذ
لا يُقاس على ذلك شيء فهو سماعي
لا قياسي.

إنّ ما يهمنّا في هذه الآلية، أنها
من الآليات المهمة التي يستعملها
المخاطبون للتقريب والتقرّب، إذ إنّها

وفي الخلاصة نقول: التحذير لغة
هو: التخويف والتنبية على أمر يُراد
اجتنابه وتحاشيه، فهو إذاً الإعلام
بخطر ما والتخويف منه بهدف
اجتنابه، أما اصطلاحاً فتعرف هذه
الآلية أنه: "تحذير المخاطب من
القيام بعمل معين بطريقة مباشرة أو
غير مباشرة" (حسن، ٢٠٢٠م،
صفحة ٢٩٠).

إن أسلوب التحذير من الأساليب
اللغوية الشائعة، فقد استعمل هذا
الأسلوب بصور كثيرة وألفاظ متعددة
واهتم بها النحاة في القواعد العربية
والبلاغيون في كتبهم البلاغية، ونجد
ابن مالك قد ذكره في ألفيته ووضع
باباً كاملاً تحت مسمّى (التحذير
والإغراء) إذ قال (ابن مالك، ١٤٢٧ هـ
- ٢٠٠٦ م، صفحة ٤١):

إياك والشر ونحوه	محذر بما استتاره
نصب	وجب
ودون عطف ذا	سواه ستر فعله
إلّا يا انسب وما	لن يلزما
إلا مع العطف أو	ك "الضيغم
التكرار	الضيغم ياذا
	الساري

وقد شرح ابن عقيل هذه الأبيات
واستخرج منها تعريف التحذير
اصطلاحاً في قوله: "التحذير: تنبيه
المخاطب على أمر يجب الاحتراز
منه" (ابن عقيل، ١٤٠٠ هـ -

تعمل على تقوية العلاقة من خلال زيادة الثقة بين أطراف الحديث، فعندما يحس أحد الأطراف بالخطر ويحذر المتلقي ليحترزه ويتعد عنه، فإنه يحوز بذلك على ثقته كونه خائفاً على المتلقي ويرجو سلامته وربما من دون وجود مصلحة ترجع إلى شخص المرسل! وبذلك فإن حبل الثقة سيشد بينهما ومن ثم تقل المسافة التي تبعدهما عن بعضهما، كما وقد أشار (الشهري) إلى نقطة الثقة أيضاً، إذ صنّف هذا الأسلوب ضمن (التوجيه)، وذلك أنه يُستعمل للتحذير أدوات معينة يعتمد إليها المتكلم في خطابه وله فيها مقاصد من أهمها: تنزيه نفسه من التلاعب بمشاعر الطرف المقابل وعواطفه، فيوضح بذلك للمتلقي صدق موقفه وبالتالي يكسب ثقته في الخطاب الذي أقامه (الشهري، استراتيجيات الخطاب -مقاربة لغوية تداولية-، ٢٠٠٤م، صفحة ٣٥٥).

وفيما يلي موقفان من فيلم الرسالة يؤكدان لنا أثر هذه الآلية في درجة التقرب بين المتخاطبين:

أولاً/ أبو طالب يخاطبُ زيداً: احذر أن تعلن هذا الأمر في مكة!

عندما أدرك أبو طالب أن الله (ﷻ) اختار محمداً (ﷺ) نبياً ورسولاً أدرك كمية الخطر المحاط به، وأن بطش

الكفار سيحل عليه لا محالة، وكونه عمه الذي كَفَله ورباه ورعاه من صغره خاف أن يمسه هذا الخطر المحتوم، لذلك طلب من زيدٍ عدم إعلان نزول الوحي على محمد (ﷺ) في مكة لعله يؤخر ويبعد أذى كفار قريش عن ابن أخيه لأكثر مدة يقدر عليه، ونجد في هذا المقام أن العلاقة التي تجمع بين أبي طالب ومحمد (ﷺ) هي علاقة قرب اجتماعي، أي يجمعهما النسب، فهو عمّ محمد (ﷺ) وهذا الأخير ابن أخيه، وأكثر من ذلك أن محمداً (ﷺ) تربى على يدي عمه كونه يتيم الأب والأم، فالعلاقة الجامعة بينهما في أصلها علاقة قرب في النسب، ولكن الآلية التي استعملها أبو طالب في خطابه هي محاولةً لتحذير المتلقي، إلى جانب اجتهاده لإبعاد الخطر عن ابن أخيه، وهذه الآلية اللغوية والاستراتيجية الخطابية قوّت هذه العلاقة بين أطراف الخطاب فوق قوتها ومتانتها، والتحذير من الخطر قرب الطرفين من بعضهما أكثر مقارنة بأي وقت سابق، لأن هذا التحذير لم يكن بدافع التهديد، بل كان بدافع التقرب والتضامن مع المتلقي -رسول الله (ﷺ)-، وهذا الموقف يؤكد ما ذكرناه ويقرر الأثر الإيجابي للتحذير في تكوين علاقة تقريب وتقرّب بين المتخاطبين.

ثانيًا/ حمزة يخاطب جماعةً من المسلمين: لا أمان لكم هنا!

لَمَّا بدأ الإسلام ينشر شيئاً فشيئاً وبدأ الناس يعتقونه ويتبعون رسوله، أدرك الكفار أنهم لو وقفوا يشاهدون دون الاعتراض على ذلك فإنهم سيخسرون جاههم وسلطانهم، فبدؤوا باعتقال المسلمين وتعذيبهم ووصل الأمر بهم إلى قتلهم، وعندما علم رسول الله (ﷺ) بالخطر الواقع على المسلمين أمرهم بالخروج من مكة في أسرع وقت ممكن والتوجه نحو الحبشة، وعلى الرغم من إطاعة المسلمين لرسولهم إلا أنهم كانوا متعلقين بأرضهم وبلادهم، فلاحظ حمزة ذلك وأراد تحذيرهم بأنهم لو بقوا ولم يخرجوا من مكة فإنهم سيشهدون خسارة أهلهم ثم أرواحهم، فحذرهم قائلاً: (لا أمان لكم هنا!)، وكان ذلك كافيًا لجعل المتلقين يفهمون كمية الخطر المحاط بهم، فاستجابوا لما تلقوه من المرسل.

و يجدر الإشارة إلى أن كلام المرسل -حمزة- لو أخذ بظاهره دون الالتفات إلى السياق أو التنعيم أو العلاقة التي تجمع بين المرسل والمتلقي، ستفهم نقيض قصدها، فلو قرأ أحدهم هذه الجملة لوحدها لفهم أن المتكلم يهدد المتلقي وأن المسافة الاجتماعية بينهم كبيرة فيأخذ الآية

كآلية تهديد والاستراتيجية كاستراتيجية ابتعاد، ولكن في الكفة الأخرى نجد قارئ هذا النص الذي المتطلع على السياق والعالم بالأحداث والسماع لتنعيم المرسل يدرك تمامًا أن العلاقة بين أطراف الخطاب هي علاقة قرب وتقريب والآلية هي آلية تحذير تحقق استراتيجية الاقتراب بين المرسل والمرسل إليه، وبذلك نجد أهمية إدراك السياق والمقام والتنعيم والخلفية التي تجمع بين أطراف الخطاب.

ثالثًا/ القيف^١ يخاطب أبا جهل ومن معه: احذروا! هذه المغارات مليئة بالأفاعي.

عندما خرج الكفار يبحثون عن محمد (ﷺ) وعن أبي بكر - رضي الله عنه - في الصحراء مصطحبين معهم القيف ووصلوا إلى غار ثور^٢ التي يمكث فيها الرسول (ﷺ) وصاحبه أبو بكر - رضي الله عنه -، اقترب أبو جهل من المدخل فصاح المرسل - القيف - وحذر المرسل إليه -أبا جهل- من الاقتراب من المغارة خوفًا عليه من الأفاعي، وهذا ما عزز الثقة بينهم، فنقرب المرسل من المرسل إليه

^١ القيف: القائف الذي يتبع الأثر ويعرفها... ويُقال: فلان يثوف الأثر ويقتأفه قِيافةً مثل قفا الأثر وأقتفاه، وقال ابن سيده: قاف الأثر... تنبّعه (ابن منظور، ١٤١٤ هـ، صفحة ٢٩٣/٩).

^٢ غار أحسّر فيه النبي (ﷺ) وأبو بكر حين قرأ من المشركين (الشافعي، ١٤٤٢ هـ - ٢٠٢١ م، صفحة ١٧٩/٤)

-القيف من أبي جهل- باستخدامه آلية التحذير والتنبيه والتأثير بشكل مباشر في المُخاطَب، والنجاح في إقامة علاقة قربٍ و تقربٍ وتحقيق استراتيجية الاقتراب.

نجد في هذا الموضع شيئاً مختلفاً عما وجدناه في الموضع الأول، ألا وهو أصل العلاقة، ففي الموضع الأول كانت العلاقة بين أبي طالب وابن أخيه علاقة قربٍ نسبي، أي إنهما كانا قريبين من بعضهما في الأصل ولكن موقف أبي طالب قوت هذه العلاقة وقربتهما من بعضهما أكثر، ولكن هنا نجد أنه لا تجمع بين أبي جهل والقيف أية صلة أو رابطة اجتماعية، إذ إنّ أبا جهل من كبار قريش وأسيادها وفي الكفة الأخرى ليس القيّف إلا عبداً يعمل تحت إشراف أبي جهل وليس في يده شيء من أمر نفسه، فالبعد الاجتماعي كبير بينهما، ولكن تحذيره لأبي جهل كان بمثابة قفزة كبيرة ليتحول هذا البون الواسع إلى تقارب شديد.

المطلب الرابع

آلية التوجيه

لم يذكر معجم العين دلالة لفظة (التوجيه) بشكل مباشر إلا أننا وجدنا دلالة الجذر اللغوي (وجه) في قوله: وجه: **الْوَجْهُ: مُسْتَقْبَلُ كُلِّ شَيْءٍ، وَالْجِهَةُ: النَّحْوُ، يُقَالُ: أَخَذْتُ جِهَةً**

كذا، أي **نَحْوُهُ** (الفراهيدي، صفحة ٦٧/٤)، أي أنّ دلالة اللفظة هو: القصد والاتجاه، وكذا جاء في المقاييس: **الْوَأُو وَالْجِيمُ وَالْهَاءُ: أَصْلٌ وَاحِدٌ يَدُلُّ عَلَى مُقَابَلَةِ لَيْشِيءٍ... وَوَجَّهْتُ الشَّيْءَ : جَعَلْتُهُ عَلَى جِهَةٍ** (ابن فارس ، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م، الصفحات ٨٨/٦ - ٨٩) أي: إن المعنى اللغوي للتوجيه عند ابن فارس يتمحور حول: القصد نحو شيء معين؛ والإرشاد إلى وجهة أو بيان طريق، وقد وجدنا دلالة التوجيه بذكر مباشر في المعجم الغني، إذ يكون التوجيه بمعنى: الإرشاد والتعليم، وذلك في قول أبي العزم: **جمع التوجيه: توجيهات، [و ج هـ] مصدر (وجهة) كما في قولنا: "قدم له توجيهات تربوية"**: تعليمات، إرشادات. (أبو العزم، ٢٠١٣م، صفحة ١٦٤٩).

ومن خلال هذه الدلالات اللغوية نستطيع أن نخرج بتعريف لغوي للتوجيه، فنقول: التوجيه هو عملية خطابية تهدف إلى إرشاد الطرف المقابل وتسييره نحو وجهة أو هدف معين من خلال استخدام أدوات لغوية معينة.

أما التوجيه اصطلاحاً، فقد عرّف كأحد الأساليب النفسية والتربوية التي تؤثر في الأفراد ونفسياتهم وتساهم في

بناء الشخصيات وتكوينها النفسي والاجتماعي، إذ قال الزهراني في تعريف التوجيه: **هي العملية البناءة والمخططة التي تسعى إلى مساعدة وتشجيع الفرد لمعرفة نفسه وفهم ذاته وإدراك إمكانياته وتنميتها وبذلك يتوصل إلى تحقيق ذاته** (زهران، ١٩٨٠م، صفحة ١٠).

إن هذا التعريف يبين لنا الأثر الكبير الذي يتركه التوجيه في حياة الفرد ونفسيته، إذ يمكن أن نعدّ هذه الآلية من الآليات التي تترك أثراً إيجابياً في نفس المتلقي وتؤدي إلى تقوية العلاقة بين المتكلم والمتلقي عبر توثيق الصلة بينهما فهي تجعل من المرسل شخصاً موثقاً يُعتمد عليه.

وفي هذا الموضع نوذ الإشارة إلى أننا لا نقصد بـ(التوجيه) من منطلق وجود السلطة، فـ(آلية التوجيه) التي أدخلناها ضمن (استراتيجية الاقتراب) تختلف عن (استراتيجية التوجيه)، فالمقصد من التوجيه هنا هو: **(النصح والإرشاد)** الذين يقدمهما المرسل للمتلقي بهدف التقرب منه وإيضاح طريقه، وليس التوجيه الذي يحمل المخاطب على أداء عمل معين (آل صوينت، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م، صفحة ١٠٦) بوجود ضغطٍ وتدخل ولو بدرجاتٍ متفاوتة على المرسل إليه

(الشهري، استراتيجيات الخطاب - مقارنة لغوية تداولية-، ٢٠٠٤م، صفحة ٣٢٢)، ويرجع سبب اختيارنا لهذه التسمية بدل (النصح والإرشاد) إلى كون التوجيه يحمل في دلالته كلا المعنيين فهو أشمل منهما دلالةً.

والأمثلة التي سنحلها فيما يلي، توضيح لقصدنا وبياناً للاختلاف الكامن بين النصح والإرشاد وبين التوجيه المرتبط بوجود السلطة:

أولاً/ جعفر يخاطب رفاقة :أمربا رسول الله أن نترك مكة.. يقول لنا: اذهبوا إلى الحبشة، فإن بها ملكا، لا يُظلم عنده أحد.

بعدما رأى الرسول (ﷺ) كمية الأذى الذي يتعرض له المسلمون أمرهم بالخروج من مكة والتوجه نحو الحبشة وطلب الأمان من ملكها، وكان هذا الأمر توجيهاً للحفاظ على أرواح المسلمين وإنقاذهم من بطش الكفار.

هنا ربما يسأل سائل: أليس الأمر من الأدوات اللغوية لاستراتيجية التوجيه؟ ألا يُعدّ هذا التوجيه ضغطاً على المسلمين في ترك بلادهم وديارهم وتدخل في قراراتهم؟ نقول في جوابنا، لا! لأن المتلقين -الصحابة- يدركون تماماً الدلالة والمعنى الضمني لهذا الأمر الموجه لهم، فأولاً؛ كان أمره (ﷺ) نابغاً عن خوف

وقلق على المسلمين وسلامتهم،
وثانيًا؛ كان تحذيرًا لهم لوقوع خطر،
وثالثًا؛ تشجيعًا لهم للخروج من مكة
وإيجاد مأوى آمنٍ لهم في حبشة -
باعتبار أن الرسول (ﷺ) يعرف تمام
المعرفة أن ملك حبشة سيفسح لهم في
أرضه ويؤمن على حياتهم فزال بذلك
قلق المسلمين من خروجهم وتشجعوا
للإقدام على هذه الخطوة، وأخيرًا؛ دلّ
هذا التوجيه على النصح والإرشاد في
كون النبي (ﷺ) يوضح للصحابه
خطواتهم ويربهم الطريق الأمانة
السالكة لهم.

وكل هذا يتمحور حول دلالة (آلية
التوجيه) التي بيّناها وتعطي معنى
القرب والتقرب كاملة في طياتها، إذ
جمعت بين الأدوات والأساليب التي
توثق العلاقة وتعزز من قوتها وتعمق
جنورها.

ثانيًا/ الشاب النصراني يخاطب زيدًا:
أنصح بالرحيل، الطائف لم يعد مكانا
آمنًا.

أوذي الرسول (ﷺ) كثيرًا على يد
أهل طائف بسبب دعوتهم لاعتناق
الإسلام وترك عبادة الأصنام، وفي
آخر مرة رموه بالحجارة ولقبوه بأقبح
الألقاب وأذوه نفسيًا وجسديًا، فقدم
شاب دَعَمَهُ للرسول (ﷺ) ولزيد على
رغم كونه نصرانيًا مسيحيًا لا يتبع
دين محمد (ﷺ) إلا أنه كان يتحلى

بالآداب والأخلاق الحميدة، فحاول أن
يبين لهم الطريق التي يؤدي للأمان،
فنصحهم بالرحيل عن طائف والابتعاد
عن أذى أهلها، وقد عزز هذا التوجيه
من العلاقة بين هذين الطرفين، إذ إنّ
البعد القائم بينهما كان في كونه لا
يتبع دين محمد (ﷺ) ولكنه تقرب من
النبي (ﷺ) بتقديمه العنب في بادئة
الأمر ثم تقربه من الرسول (ﷺ) ومن
زيد موضحًا لهما الخطر المحيط بهما
وناصحًا لهم لسلك الطريق الذي
يخلصهم من أذى أهل طائف مظهرًا
بذلك خوفه وقلقه عليهم.

هنا نجد أنه لم يتحقق شرط
السلطة، فالشاب النصراني لا يملك
سلطةً على محمد (ﷺ) أو على زيد،
ولكن وجههم وقدّم لهم النصح وبين
لهم الأمر، وهذا ما قصدناه تمامًا في
إيضاح الفرق بين (آلية التوجيه) التي
قصدنا بها النصح والإرشاد
(واستراتيجية التوجيه) التي تحمل
المخاطب على القيام بأمر ما.

ثالثًا/ زيد يخاطب المهاجرين
والأنصار: يا إخوة الإيمان.. رسول
الله يقول للمهاجرين والأنصار: تأخوا
في الله أخوين أخوين، فليعانق كل
رجل من المدينة رجلًا من المهاجرين
وليتخذهُ أخًا يقاسمه كل ما يملك..
فلتتعانقوا جميعًا إخوة في الله.

١. يفتحُ هذا البحثُ آفاقًا جديدةً للربط بين علم التداولية والخطاب الإعلامي والسينمائي، إذ يساهم في إثراء الدراسات التداولية في مجال الإعلام خصوصًا في تطبيق نظريات التداول على الأعمال التطبيقية وهذا يعزّز من أهمية التداولية كأداة تحليلية في فهم الرسائل الإعلامية.

٢. توّصلنا إلى أنّ دراسة النماذج الدرامية من أصل النماذج الصالحة للدراسة التداولية بحكم أنّ التداولية هي دراسة اللغة في الاستعمال، والمشاهد الدرامية من أحسن النماذج التي يتجسّد فيها استعمال اللغة.

٣. إنّ وقع الآليات ذو التأثير المباشر أكبر من غيرها، وذلك أنّ المتلقي يستشعر بها ويتجاوب معها بصورة أسرع، أي إنّ النتيجة تظهر بشكل فوري والتأثير يكون أكثر فاعلية على الخطاب وعلى نفسية المتلقي وتجاوبه وهذا ما يهدف إليه المرسل إذ استعمل تلك الآليات لتحقيق هدفه وإيصال رسالته.

٤. يُعدّ (الإغراء) من الآليات ذي التأثير المباشر كون نتيجتها تظهر أثناء الخطاب وبشكل فوري، فالمرسل يفعل كلّ ما بوسعه لإغراء المتلقي، ويتجاوب المتلقي في نفس

لما هاجر النبي (ﷺ) مع صاحبه أبي بكر رضي الله عنه - إلى المدينة وبنى مع المسلمين المهاجرين والأنصار مسجده، جمع المسلمين ونصحهم ووجههم ليكونوا إخوة لبعضهم البعض متحابين في الله يشاركون كلّ شيء ويتقاسمون فيه فيما بينهم كما يفعل إخوة الحقيقيون، وقد كان توجيهه (ﷺ) للمسلمين ونصحه لهم بمثابة تقرب وتقريب من ناحيته إليهم ولأجل تقرب المهاجرين من الأنصار، أي أن هنالك أربعة أطراف في آن واحد، القرب والتقرب من رسول الله (ﷺ) للمسلمين وتقريب المهاجرين من الأنصار، فكانت الآلية اللغوية التي اختارها (ﷺ) لتحقيق استراتيجية الاقتراب هي التوجيه والنصح والإرشاد لوجه هينة ولينة دون فرض أو إكراه وهذا ما جعل الخطاب متينًا والنص متماسكًا وبالتالي أدّى إلى نجاح الآلية في تحقيق القرب والتقرب بين جميع الأطراف من متكلمين ومتلقين.

الخاتمة

في نهاية حديثنا عن استراتيجية التقارب والآليات التي تؤدي إلى جمع أطراف الخطاب في إطار من القرب والتقرب، وبعد الدراسة والتّقيب توصلنا إلى عدة نتائج لخصناها في نقاط أهمها:

الهدف من إقامة عمليّة التخاطب ألا
وهو (التقرب والاقتراب).

الوقت بقبولها أو رفضها، وهذا
التجاوب الفوري هو التأثير المباشر
الواقع على الخطاب وعلى نفسية
المتلقي.

٥. يُمكن اعتبار آلية (التحفيز
والتشجيع) ضمن الآليات التي تدفع
أطراف الخطاب للترغيب، إذ إنّ
المُرسل يعمل على ترغيب المُرسل
إليه للقيام بأمر ما طوعية دون أي
ضغط يزججه أو يشعره بالرهبة،
فشتان ما بين الرغبة والرهبة في أداء
مهمة ما، هذا إلى جانب كونها آلية
من آليات التأثير المباشر، فالمرسل
يعمل على تقريب المرسل إليه
بصورة مباشرة وفي نفس الوقت
دون إشعاره بالضيق؛ أو الإكراه؛
أو الجزع.

من السياقات التداولية تبين لنا أنّ
هذه الآليات ذو تأثير كبير لما لها من
فاعلية في توثيق أواصر الثقة، وتكمن
أهميتها في كونها تُمارس دون أن
يُظهر المُرسل نية في داخله لتحقيق
مصلحة شخصية أو منفعة ذاتية،
وهو ما يُعدّ عاملاً جوهرياً في جذب
المتلقي واستمالاته وكسب ثقته، فكلما
شعر المتلقي بإخلاص المرسل وخلق
مقصده من غاية شخصية، ازداد
شعوره بالاطمئنان، وتوثقت بينهما
روابط القرب والثقة المتبادلة، وتحقق

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن العظيم

- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts -An Essay In The Philosophy Of Language-*. United States Of America: Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Unites States Of America: Cambridge University Press.
- Shoshana, B.-K. (1997). *Discours pragmatics*. (A. D. Teun , Ed.) London: SAGE.
- Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2024, 5 28). Pragmatics
- أبو الفضل جمال الدين ابن منظور. (١٤١٤ هـ). *معجم لسان العرب* (الإصدار ٣، المجلد ١). بيروت: دار صادر.
- أبو القاسم إسماعيل بن محمد التيمي الشافعي. (١٤٤٢ هـ - ٢٠٢١ م). *شرح صحيح البخاري* (الإصدار ١). (د. عبد الرحيم بن محمد العزاوي، المحرر) الكويت: دار أسفار.
- أبو عبدالرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي. (بلا تاريخ). *معجم العين* (المجلد ٥). (د. مهدي المخزومي، و د. إبراهيم السامرائي، المحررون) دار ومكتبة الهلال.
- أحمد ابن فارس. (١٣٩٩ هـ - ١٩٧٩ م). *معجم مقاييس اللغة* (المجلد ٥). (عبد السلام محمد هارون، المحرر) دار الفكر.
- أحمد برقايوي. (٢٠٢٣). *سلطة الإغراء. البيان*.
- الصاحب إسماعيل بن عباد (٣٢٦ - ٣٨٥ هـ). (١٤١٤ - ١٩٩٤ م). *المحيط في اللغة* (الإصدار ١). (محمد حسن آل ياسين، المحرر) بيروت: عالم الكتب.
- د. أحمد مختار عبدالحميد عمر. (١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م). *معجم اللغة العربية المعاصرة* (الإصدار ١). عالم الكتب.
- د. حامد عبدالسلام زهران. (١٩٨٠ م). *التوجيه والإرشاد النفسي* (الإصدار ٢). القاهرة: عالم الكتب.
- د. عبدالرحمن عدس. (٢٠٠٣ م). *علم النفس التربوي - نظرة معاصرة* - (الإصدار ٧). دار الفكر.
- د. عبدالله بن عبدالمحسن بن عبدالرحمن التركي. (٢٠٠٨ م). *الأمن في حياة الناس وأهميته في الإسلام*. السعودية: وزارة الأوقاف السعودية.

د. محمد يوسف الشطي، و د. يونس علي عبدالمجيد سليمان. (٢٠٢٤). أساليب التحفيز والتشجيع في ضوء السنة النبوية الشريفة. حولية كلية الدعوة الإسلامية بالقاهرة، 56.

د. مؤيد آل صوينت. (١٤٣١هـ - ٢٠١٠م). الخطاب القرآني دراسة في البعد التداولي (الإصدار ١). بيروت - لبنان: مكتبة الحضارات.

د. هلكورد محمد حسن. (٢٠٢٠م). علم لغة النص وتطبيقاته في الأحاديث القدسية عند البخاري (الإصدار ١). دمشق: تموز ديموزي.

د. عبد الغني أبو العزم. (٢٠١٣ م). معجم الغني الزاهر (المجلد ١). مؤسسة الغني للنشر.

شمس الدين محمد بن عبد المنعم بن محمد الجوزي. (١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٤ م). شرح شنور الذهب في معرفة كلام العرب (الإصدار ١). (نواف بن جزاء الحارثي، المحرر) المدينة المنورة - المملكة العربية السعودية: عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية.

عبد الله بن أحمد الفاكهي المكي . (١٤١٤ هـ - ١٩٩٣ م). شرح كتاب الحدود في النحو (الإصدار ٢).

(د. المتولي رمضان أحمد د. المتولي رمضان أحمد الدميري، المحرر) القاهرة: مكتبة وهبة.

عبد الله بن عبد الرحمن العقيلي الهمداني ابن عقيل، . (١٤٠٠ هـ - ١٩٨٠ م). شرح ابن عقيل على ألفية ابن مالك (الإصدار ٢٠، المجلد ٣). (محمد محيي الدين عبد الحميد، المحرر) القاهرة - مصر: دار التراث - القاهرة، دار مصر للطباعة، سعيد جودة السحار وشركاه.

عبد الرحمن عبدالعزيز العبدان، و راشد عبدالرحمن الدويش. (١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م). استراتيجيات تعلم اللغة العربية بوصفها لغة ثانية. مجلة جامعة أم القرى (اللغة العربية وآدابها)، السنة العاشرة - العدد السادس عشر، 52.

عبدالهادي بن ظافر الشهري. (٢٠٠٤ م). استراتيجيات الخطاب - مقارنة لغوية تداولية - (الإصدار ١). بنغازي - ليبيا: دار الكتب الوطنية.

محمد القاسمي. (٢٠٠٩ م). مدخل إلى تحليل الخطاب. بيروت: دار الكتب الجديد المتحدة. محمد بن عبد الله، ابن مالك الطائي الجبائي، أبو عبد الله، جمال الدين. (بلا تاريخ). ألفية ابن مالك في النحو والصرف. مكة المكرمة: دار التعاون.

محمد بن عبد الله ابن مالك. (١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م). متن ألفية ابن مالك (الإصدار ١). (د. عبداللطيف بن محمد الخطيب، المحرر) الكويت: مكتبة دار العروبة للنشر والتوزيع .

محمّد مرتضى الحسيني الزبيدي. ((١٣٨٥ - ١٤٢٢ هـ) (١٩٦٥ - ٢٠٠١ م)). تاج العروس من جواهر القاموس. (جماعة من المختصين، المحرر) الكويت: وزارة الإرشاد والأنباء - المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بدولة الكويت.
نخبة من اللغويين بمجمع اللغة العربية بالقاهرة. (١٣٩٢ هـ/١٩٧٢ م). المعجم الوسيط (المجلد ٢). القاهرة: مجمع اللغة العربية.

References

The Holly Quran

Searle, J. R. (1969). *Speech Acts -An Essay In The Philosophy Of Language-*. United States Of America: Cambridge University Press.

Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Unites States Of America: Cambridge University Press.

Shoshana, B.-K. (1997). *Discours pragmatics*. (A. D. Teun , Ed.) London: SAGE.

Stanford Ensyclopedia of Philosofy. (2024, 5 28). Pragmatics

Abu al-Fadl Jamal al-Din Ibn Manzur (1414 AH). *Lisan al-Arab Dictionary* (Edition 3, Volume 1). Beirut: Dar Sadir.

A group of linguists from the Arabic Language Academy in Cairo. (1392 AH/1972 AD). *Al-Mu'jam al-Wasit* (Volume 2). Cairo: Arabic Language Academy.

Abdulhadi bin Dhafer Al-Shahri (2004 AD). *Discourse Strategies - A Pragmatic Linguistic Approach -* (Issue 1). Benghazi, Libya: National Library.

Abdullah bin Ahmed Al-Fakihi Al-Makki (1414 AH - 1993 AD). *Explanation of the Book of Limits in Grammar* (Edition 2). (Dr. Al-Mutawali Ramadan Ahmed).

Abdulrahman Abdulaziz Al-Abdan, and Rashid Abdulrahman Al-Duwaish (1418 AH - 1997 AD). *Strategies for Learning Arabic as a Second Language*. Umm Al-Qura University Journal (Arabic Language and Literature), Tenth Year - Sixteenth Issue, 52.

Abu al-Qasim Ismail ibn Muhammad al-Taymi al-Shafi'i (1442 AH - 2021 AD). *Commentary on Sahih al-Bukhari* (Edition 1). (Dr. Abdul Rahim ibn Muhammad al-Azzawi, editor). Kuwait: Dar Asfar.

- Ahmad Ibn Faris (1399 AH - 1979 AD). Dictionary of Language Standards (Volume 5). (Abdul Salam Muhammad Harun, editor). Dar Al-Fikr.
- Ahmed Barqawi (2023). The Power of Seduction. Eloquence.
- Al-Sahib Ismail Bn Abbad (326-385 AH) (1414 AH-1994 AD). The Ocean in Language (Edition 1). (Muhammed Hasan Al-Yasin, editor). Beirut: World of Books.
- Bu Abdul Rahman Al-Khalil bin Ahmed Al-Farahidi (undated). Mu'jam Al-Ain (Volume 5). (Dr. Mahdi Al-Makhzoumi and Dr. Ibrahim Al-Samarrai, editors). Dar and Library of Al-Hilal.
- Dr. Abdul-Ghani Abu Al-Azm. (2013 AD). Al-Ghani Al-Zahir Dictionary (Volume 1). Al-Ghani Publishing House.
- Dr. Abdullah bin Abdul Mohsen bin Abdulrahman Al Turki. (2008). Security in People's Lives and Its Importance in Islam. Saudi Arabia: Ministry of Endowments.
- Dr. Abdulrahman Adas. (2003). Educational Psychology - A Contemporary Perspective - (Issue 7). Dar Al Fikr.
- Dr. Al-Mutawali Ramadan Ahmed Al-Damiry, Editor) Cairo: Wahba Library.
- Dr.Ahmed Mukhtar Abdulhamid Omer, (1429 AH- 2008 AD). Dictionary of Contemporary Arabic(Edition 1). World of Books.
- Abdullah bin Abdul Rahman Al-Uqaili Al-Hamdani Ibn Aqil, (1400 AH - 1980 AD). Ibn Aqil's Commentary on Ibn Malik's Alfiyyah (Edition 20, Volume 3). (Muhammad Muhyi Al-Din Abdul Hamid, Editor) Cairo, Egypt: Dar Al-Turath - Cairo, Dar Misr Printing House, Saeed Joda Al-Sahhar and Partners.
- Dr. Halgurd Muhammad Hassan (2020 AD). Text Linguistics and Its Applications in the Hadith Qudsi of Al-Bukhari (Issue 1). Damascus: Tammuz Demozy.
- Dr. Hamed Abdel Salam Zahran (1980 AD). Guidance and Psychological Counseling (Issue 2). Cairo: Alam Al-Kutub.
- Dr. Mu'ayyad Al-Suwaint (1431 AH - 2010 AD). Qur'anic Discourse: A Study of the Pragmatic Dimension (Issue 1). Beirut, Lebanon: Library of Civilizations.
- Dr. Muhammad Yusuf Al-Shatti and Dr. Yunus Ali Abdul Majeed Suleiman (2024). Methods of Motivation and Encouragement in

Light of the Noble Prophetic Sunnah. Annual of the Faculty of Islamic Propagation in Cairo, 56.

Mohammed Al-Qasimi (2009 AD). Introduction to Discourse Analysis. Beirut: United New Library.

Muhammad ibn Abdullah ibn Malik al-Ta'i al-Jayyani, Abu Abdullah, Jamal al-Din. (undated). Ibn Malik's Alfiyyah on Grammar and Morphology. Makkah: Dar al-Ta'awun.

Muhammad ibn Abdullah ibn Malik. (1427 AH - 2006 AD). Text of Ibn Malik's Alfiyyah (Edition 1). (Dr. Abdul Latif ibn Muhammad al-Khatib, editor) Kuwait: Dar al-Urubah Library for Publishing and Distribution.

Muhammad Murtada al-Husayni al-Zubaidi (1385-1422 AH) (1965-2001 AD). The Bride's Crown from the Jewels of the Dictionary. (A group of specialists, editor). Kuwait: Ministry of Guidance and Information - National Council for Culture, Arts and Letters, State of Kuwait.

Shams Al-Din Muhammad bin Abdul-Munem bin Muhammad Al-Jawjari. (1423 AH - 2004 AD). Explanation of Shudhur Al-Dhahab in Knowing the Speech of the Arabs (Issue 1). (Nawaf bin Jaza Al-Harithi, Editor). Medina - Kingdom of Saudi Arabia: Deanship of Scientific Research at the Islamic University.