

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الوادي



قسم الأدب واللغة العربية

كلية الآداب واللغات

وظيفة الإقناع في البلاغة العربية

مذكرة تخرج معدة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس (ل م د) في الأدب واللغة العربية

إشراف الأستاذ:

السعيد قرفي

إعداد الطالبات:

✓ بشيرة حمية

✓ سعيده شوشاني عبيدي

✓ القائمة جويده محمد

الموسم الجامعي: 1434-1435 هـ / 2013-2014م

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الوادي



قسم الأدب واللغة العربية

كلية الآداب واللغات

وظيفة الإقناع في البلاغة العربية

مذكرة تخرج معدة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس (ل م د) في الأدب واللغة العربية

إشراف الأستاذ:

السعيد قرفي

إعداد الطالبات:

✓ بشيرة حمية

✓ سعيده شوشاني عبيدي

✓ القائمة جويده محمد

الموسم الجامعي: 1434-1435 هـ / 2013-2014م



شكر وعرفان

﴿رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا

تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ سورة النمل: الآية 19.

الحمد لله خالق الكون ومبدع الإنسان والصلاة والسلام على خير الأنام، وعلى آله الأخيار.

قال صلى الله عليه وسلم (من لم يشكر الناس لم يشكر الله)

نتوجه بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذ المشرف: قرفي السعيد الذي أشرف

على هذه الدراسة ولم يخل علينا بالمعلومات والتوجيهات التي كانت لها بالغ الأثر في إنجاز هذا العمل كما نحيّ فيه روح التواصل والمعاملة الحسنة.

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى كل أساتذتنا الأفاضل ونخص بالذكر الأستاذ: كمال

قدة والأستاذة: مسعودة ساكر.

كما نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدنا وأمدنا بيد العون من قريب ومن بعيد فلهم منا جميعًا

خالص الامتنان وأسمى عبارات التقدير والاحترام.

سعيدة، القائمة وبشيرة

مقدمة

يزخر تراثنا العربي بالكنوز والدرر الثمينة التي لا يتوصل إليها إلا من يُسيرون أغوار العلوم ويتلذذون بنفائس الأمور وما من شك أنَّ البلاغة العربية تعد من أهم البحور الزاهرة التي تأخذ بالألباب وتفرغ لها القلوب شوقها وتصرف لها أعنه الاجتهاد، ولعلَّ من أهم المواضيع التي نسلط عليها ضوء دراستنا في هذا المجال وظيفة الإقناع في البلاغة العربية، ذلك أن مخاطبة العقول والقلوب فن لا يجيده إلا من يمتلك أدواته، أو رغبة في الوصول إلى تحقيق الهدف من الإقناع وفق استراتيجيات وأساليبه معتبرة يحاول من خلالها للمتكلم التأثير في المتلقي سواء على مستوى سلوكه، أو على مستوى معتقداته وقناعاته.

إن الإقناع بهذا المنظور هو عملية تأثيرية وتواصلية في الوقت ذاته يقوم على استراتيجيات وأسس لغوية خاصة به يأخذه أبعاده من المجال الذي يستعمل فيه، ومن السياق المحيط به، فقد يستعمل الإقناع في القضاء أو في السياسة أو في الدين أو في الصحافة أو في التربية، وقد يكون موجهاً لمجتمع متحضر، أو مجتمع أقل تحضراً، وفي جميع المجالات والأحوال يأخذ الإقناع شكلاً ومنهجاً خاصاً به، يعتمد المتكلم للتأثير في المتلقي. وانطلاقاً من ذلك أردنا الإسهام في تقصي أهم استراتيجيات وأساليب الإقناع، والبحث عن أسسه وأهدافه، واللغة التي تجسده واقعا.

ووضعنا نصب أعيننا جملة من التساؤلات المتعلقة بهذا الشأن، تتمحور في مجملها حول إشكالية تستدعي البحث والدراسة، تتمثل في: وظيفة الإقناع والأسس التي يقوم عليها، والأهداف المرجوة من ورائه أثناء التواصل. فما هو الإقناع؟ وماهي أنواعه؟ وماهي أسسه وأهدافه؟ وماهي أهم استراتيجياته وأساليبه التي يقوم عليها؟ وماذا يتطلب الإقناع لكي يؤثر في المتلقي؟

وللإجابة على هذه الأسئلة، -وعن أخرى طرحت نفسها أثناء البحث- اخترنا عنواناً يتماشى مع هذا المقتضى، الموسوم بـ: "وظيفة الإقناع في البلاغة العربية".

وكان سبب اختيارنا لهذا الموضوع رغبة منا في التعرف على مدى تأثير الإقناع في تكوين الرأي العام الناجع.

وقد سعينا لتحقيق ذلك إلى اعتماد منهج وصفي تحليلي.

ولقد رسمنا خطة تكونت من فصلين، إضافة إلى مقدمة البحث وخاتمته:

الفصل الأول عنوان بـ "ماهية الإقناع" وضم سبعة عناصر:

- مفهوم الإقناع لغة واصطلاحاً.
- المصطلحات المقاربة للإقناع.
- أنواع الإقناع.
- أهداف الإقناع.
- الأسس التي يقوم عليها الإقناع.
- حد البلاغة لغة واصطلاحاً.
- وظيفة البلاغة.

أما الفصل الثاني فقد كان موسوماً بـ: "استراتيجيات الإقناع وأساليبه في البلاغة العربية" وتناولنا فيه

- استراتيجية الإقناع.
- أساليب الإقناع في البلاغة العربية الذي كان فيه مفهوم الأسلوب لغة واصطلاحاً، وأنواعه، ومقاصد الأساليب.
- نموذج تطبيقي: وتم فيه دراسة خطبة الإمام علي في وصف الدنيا والتحذير منها، وقبل ذلك عرفنا بالإمام علي وبالخطبة ومحاورها، ثم قمنا بتحديد استراتيجيات الإقناع واستخلاص بعض الأساليب اللغوية المساهمة في الخطاب الإقناعي.

وفي الأخير ختمنا بحثنا هذا برصد أهم النتائج المتوصل إليها.

واعتمدنا في دراسة هذا البحث على العديد من المصادر والمراجع أهمها: لسان العرب لابن منظور، مختار الصحاح لعبد القادر الرازي، الكاشف للزمخشري، الكتاب لسيبويه، الإقناع الاجتماعي لعامر مصباح، الإقناع أسسه وأهافه في ضوء القرآن الكريم لخالد حسين، فن الأسلوب لحميد آدم ثويني، بلاغتنا اليوم بين الجمالية والوظيفة لمحمد بركات، وغيرها.

وككل بحث ورحلة علمية فقد صادفتنا في مسيرتنا هذه العديد من الصعوبات والعوائق كعثرة في عدة محطات وخاصة فيما يخص الفصل الأول والذي عانينا فيه ندرة المراجع في مكتبتنا المتعلقة بالإقناع، ولكن بعون الله تم التغلب عليها.

وفي الأخير لا يسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر للأستاذ المشرف ((قرفي السعيد)) على توجيهاته السديدة التي عبادت الطريق أمامنا، ثم نتوجه بخالص الامتنان والشكر لكل من لم ييخل علينا بكتاب أو معلومة أو نصيحة فجزاهم الله خير الجزاء، ونتمنى من الله العلي السميع أن يكون هذا العمل المتواضع في المبتغى. والله ولي التوفيق.

الوادي في: 2014/5/11م.



الفصل الأول

مصطلحات الدراسة

أولاً: الإقناع

I. مفهوم الإقناع.

II. المصطلحات المقارنة.

III. أنواع الإقناع.

IV. أهداف الإقناع.

V. الأسس التي يقوم عليها الإقناع.

ثانياً: البلاغة

I. حد البلاغة.

II. وظيفة البلاغة.

أولا الإقناع:

I- مفهوم الإقناع

أ- لغة :

اهتم أصحاب المعاجم العربية بتعريف لفظة الإقناع، فهذا الخليل يعرفه بقوله: "قنع، يقنع، أي رضي بالقسم فهو قنع وهو قنعون، وقوله تعالى: ﴿القانع و المعترّ﴾¹... فالقانع السائل والمعتزّ: المعتزّ المعترض له من غير طلب... وقنع يقنع قنوعا تدلك للمسألة فهو قانع ورجل قنع أي كثير المال... والإقناع: مد البعير رأسه الى الماء ليشرب، قال يصف ناقة: تقنع للجدول جدولا².

ورد في الصحاح تحت مادة: "ق-ن-ع" ((القنوع السؤال والتدلل فهو قانع وقنيع... ويجوز أن يسمى السائل قانعا لأنه يرضى بما يعطي قل أو كثر والمقنع والمقنعة كسر أولاهما ما تقنع به المرأة رأسها)).³

وجاء في الوسيط: قنع قنعا وقناعة، رضي بما يعطي فهو قانع... قنعه رضاه... اقتنع بالفكرة أو الرأي قبله وأطمأن إليه.⁴

ونخلص من تلك التعاريف؛ أنها تكاد تجمع كلها على رأي واحد من حيث أنها متقاربة في تحديد مفهوم الإقناع بأنه الخضوع و الرضا والقبول .

¹ - سورة الحج ، الآية: 36.

² - الخليل بن أحمد الفراهيدي، معجم العين، تر: داود سلوم وآخرون، مكتبة لبنان ناشرون، ط1، 2004م، ص 699.

³ - محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، باب القاف، مادة (ق-ن-ع-)، دار الكتاب العربي، بيروت، د ط، د ت، ص 553.

⁴ - مجمع اللغة العربية، الوسيط، مادة قنع، دار المعارف، مصر، ط2، 1973م، ج2، ص 525.

ب- اصطلاحاً :

يعتبر الإقناع ركيزة مهمة من ركائز عمل العلاقات العامة بغية إيصال فكرة يراد بها التأثير، وقد عمدت كثيراً من الدراسات التي تهتم بعملية الإقناع إلى وضع مقاربات وتعريفات مراعية جوانب اختصاصية، وسنقتصر في هذا المقام على جملة من التعريفات لتوضيح عملية الإقناع.

حيث يعرف بأنه: ((عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما إيجاباً أو تصريحاً عبر مراحل معينة وفي ظل شروط موضوعية ذاتية مساعدة، وعن طريق عملية الاتصال)).¹
أي أن الإقناع كعملية، عبارة عن إجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مع المتلقي.

وهو أيضاً "العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لآخر أو مجموعة أشخاص حتى تصبح قاسماً مشتركاً، وتؤدي إلى التفاهم بينهم".²
فمن هذا الجانب يتضح بأن عملية الإقناع لها عناصر ومكونات تسيّر وفق منهج لبلوغ هدف معين يتمثل في تحقيق عملية التفاهم والتفاعل.

ويعرف "علي برغوث" الإقناع بقوله: ((هو تأثير سليم ومقبول على القنوات لتغييرها كلياً أو جزئياً من خلال عرض الحقائق بأدلة واضحة ومقبولة)).³

ويمكن أن نلخص مفهوم الإقناع من خلال التعريفات السابقة على أنه ذلك الإجراء الذي يتم من خلاله أداء فكرة معينة، بحيث يجعل المستهدف في هذه العملية يرتاح للفكرة أو حتى يتبناها، ويتبين فيما عرضناه أن المفهوم الذي وضعه علي برغوث كان أكثر دقة، بتركيزه على سلامة التأثير وعرض الحجج الواضحة.

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، ط2، 2005م، ص17.

² - خالد حسين حمدان، الإقناع أسسه وأهدافه في ضوء القرآن الكريم، الجامعة الإسلامية، غزة، د ط، 2005م، ص3.

³ - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، كلية الإعلام، جامعة الأقصى، غزة، ط1، 2005م، ص6.

II- المصطلحات المقاربة :

الإقناع عملية تهدف إلى التأثير في المتلقي، وحمله على فكرة أو رأي ما، وترتبط عملية الإقناع بمصطلحات عديدة تهتم بتحقيق هدف الإقناع، لذلك نرى من الضروري تحديد هذه المصطلحات وبيان مدى تقاربها أو تباعدها من مصطلح الإقناع.

1- الحجاج :

أ- لغة :

تجمع المعاجم الأساسية في تعريفها للحجاج على ما جاء في لسان العرب لابن منظور: ((يقال حاججته أحاجة حججا حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدليت بها والحجة البرهان وقيل ما دافع به الخصم، وقال الأزهري الحجة الوجه الذي يكون به الظفر عند الخصومة، وهو رجل محجاج أي جدل وحجة بحجة حجا: غلبه على حجته وفي الحديث: فجح آدم موسى أي غلبه بالحجة)).¹

قال الزمخشري: "احتج على خصمه شهاب، وبحجج شهب وحاج خصمه فحججه وفلان خصمه محجوج وكانت بينهما حجة".²

ويعرفه ابن فارس في قوله: "حاججت فلانا فحججته أي غلبته بالحجة".³

فقد أجمع اللغويين العرب على أن دلالات الحجاج هي قصده البرهان وما دافع به الخصم وتعني الغلبة.

¹ - ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، مادة "ح-ج-ج"، دار صادر، بيروت، لبنان، د ط، 1992م، ص 570 .

² - الزمخشري، أساس البلاغة، مادة "حجج"، دار الفكر، بيروت، د ط، د ت، ص 178.

³ - ابن فارس، مقاييس اللغة، تح: عبد السلام هارون، مج 1، مادة "حجج"، دار الجليل، بيروت، د ط، 1999م، ص 30.

ب- اصطلاحا :

الحجاج بمعناه العادي طريقة عرض الحجج وتقديمها، ويستهدف التأثير في السامع، فيكون ذلك الخطاب ناجحا فعالا، وهذا معيار أول، لتحقيق السمة الحجاجية، غير أنه ليس معيارا كافيا، إذ يجب ألا نهمّل طبيعة السامع "أو المتقبل" المستهدف، فنجاح الخطاب يكمن في مدى مناسبة السامع ومدى قدرة التقنيات الحجاجية المستخدمة على إقناعه.¹ فالحجاج هو خطاب "إقناعي" أي أن هدفه التأثير في المتلقي إما لتدعيم موقفه وإما لتغيير رأيه فيتبنى موقفاً جديداً، سواء كان هذا الموقف يقتصر على الإقناع الذاتي أو يقتضي فعلا ما.²

وكذلك يتمثل الحجاج في إنجاز متواليات من الأقوال، بعضها هو بمثابة الحجج اللغوي، وبعضها الآخر هو بمثابة النتائج التي تستنتج منها.³

¹ - صابر حباشة، التداولية والحجاج، مداخل ونصوص، صفحات للدراسة والنشر، ط1، 2008م، ص21.

² - كورنيليا فون راد صكوجي، الحجاج في المقام المدرسي، منشورات كلية الآداب منوبة، د ط، 2003م، ص13.

³ - هو النقاري، التحاجج طبيعته ومجالاته ووظائفه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بالرباط، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط1، 2006م،

2- البرهان :

أ- لغة:

بيان الحجة واتضحها وفي التنزيل العزيز: ﴿ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ ﴾ يرى الأزهرى النون في البرهان ليس بأصلية عند الليث، وأما قولهم برهن فلان إذ جاء بالبرهان فهو مولد والصواب أن يقال أبره إذا جاء بالبرهان، كما قال ابن الأعرابي، إن صح عنه وهو رواية أبي عمرو، ويجوز أن تكون النون في البرهان نون جمع على فعلا، ثم جعلت كالنون الأصلية كما جمعوا مصادرا على مصدران وميصرا على مصران، ثم جمعوا مصرانا على مصارين على توهم أنها أصلية.¹

ب- اصطلاحاً:

هو مجموعة من الأمثلة والحجج وكل تقنيات الإقناع مروراً بأبلغ إحصاء وأوضع استدلال وصولاً إلى أطف فكرة وأنفذها .

وفي هذا الصدد يرى "بيرلمان" أن البرهان Argument لا ينقل من المقدمات إلى النتيجة خاصة موضوعية كالحقيقة مثلاً كما هو الحال في البرهنة الرياضية، لكنه يسعى من أجل أن ينقل الموافقة التي تحظى بها المقدمات إلى النتيجة، هذه الموافقة مرتبطة دائماً بجمهور معين، وهي تختلف عن جمهور آخر.²

¹ - ابن منظور، لسان العرب، باب الباء، مادة "ب-ر-ه"، ص271.

² - مجلة المخبر، العدد التاسع، 2003م، ص273 .

3- مفهوم الاستدلال :

أ- لغة:

يستدل، استدل، استدلالا بالشيء على الشيء؛ وجد فيه ما يدل عليه.

وهو عبارة عن طلب الدليل لأنه استفعال بالسين والتاء يراد به الطلب فاستفعال من الدليل كالاستنطاق الذي هو طلب النطق والاستنصار الذي هو طلب النصرة.

يقال: استدل فلان على الشيء، طلب دلالة عليه.

ويقال: استدل بالشيء، أي على الشيء، أي اتخذ دليلا عليه فإذا كانت لفظة الدلالة في اللغة تعني الإرشاد ولفظة الدليل تعني المرشد والموصول إلى المطلوب فالاستدلال عبارة عن: "طلب الإرشاد والاعتداء إلى المطلوب".¹

ب- اصطلاحا:

الاستدلال عملية عقلية على أساس أن العقل لا يصل إلى معرفة أو حكم معين إلا بناء أو انطلاقا من معرف أو معرفة سابقة أي أنه استنباط أمر من أمر آخر أو عدة أمور أخرى. وهذا مثل استدلال الرياضي بعمليات حسابية أو مثل القاضي الذي يستدل اعتمادا على أقوال أو آثار القضية وملايساتها للنطق بالحكم.²

¹ - الشيخ أبو إسحاق الزواوي، مقال في مدارك الاستدلال والنظر، ج1، ص47.

² - صابر حباشة، التداولية والحجاج، مداخل ونصوص، ص21.

4- المصطلحات المقاربة للإقناع في ميدان الإعلام والصحافة:

ونعثر في ميدان الإعلام والصحافة على مصطلحات عديدة ذات وظيفة تأثيرية وإقناعية منها :

- التأثير:

هو إرادة وفعل لتغيير الاتجاهات والاعتقادات أو الآراء، أو على الأقل تعديلها، أو ترسيخ قيم وأفكار جديدة.¹

- الإيحاء:

ويعترف على أنه التأثير النفسي القائم على التقبل الصاغر لما يوحي به عمل أو سلوك أو أفكار أو رغبات.²

- الدعاية:

هي نشر معلومات "حقائق أو مبادئ أو مجادلات أو إشاعات أو أنصاف حقائق أو أكاذيب" وفق اتجاه معين من جانب فرد معين أو جماعة في محاولة منظمة للتأثير في الرأي العام، وتغيير اتجاه الأفراد والجماعات باستخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهير ولها أنواع منها:³

• الدعاية المكشوفة:

وتكون موجهة بشكل مباشر إلى الهدف وواضحة في وسائلها ومضمونها وأغراضها بحيث يكون كل شيء فيها معلناً.

• الدعاية المقنعة:

والتي تؤدي بطريقة غير مباشرة ومنتشرة وراء عناوين وشعارات معينة، وتخفي وسائلها وآلياتها التي تؤدي عبرها.

¹ - عامر مصباح الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية آلياته العملية، ص 18.

² - عامر مصباح الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية آلياته العملية، ص 19.

³ - المرجع نفسه، ص 32.

• الدعاية المضادة :

والتي تكون كرد فعل على الحرب النفسية التي يعلنها العدو.

✓ يرى حامد عبد السلام زهران أن للدعاية ثلاثة أنواع أخرى: 1- الدعاية الدينية. 2- الدعاية السياسية. 3- الدعاية التجارية.

✓ ويرى عبد اللطيف حمزة أن للدعاية ثلاثة أنواع أخرى هي: 1- الدعاية البيضاء. 2- الدعاية السوداء. 3- الدعاية الرمادية.¹

- الإعلان :

هو التعريف بالشيء من حيث مميزاته وخصائصه وفوائده وإقناع الناس به عن طريق توظيف آليات الإقناع والتأثير وله أنواع وهي :

• الإعلان التعليمي :

يشير هذا النوع من الإعلان إلى توجيه الرأي العام للمستهلكين نحو السلع المعروضة في السوق، والفوائد التي تحتوي عليها للوصول إلى هدف تسويق جيد للسلعة، وحركة سريعة² لهذه السلعة على أكبر عدد ممكن من المستهلكين.

• الإعلان الإرشادي :

يشير هذا النوع إلى، تقديم معلومات كافية لجمهور المستهلكين حول أيسر السبل في الحصول على المنتج المعلن عنه، وبأقل جهد، وفي أقصر وقت، وبأقل التكاليف الممكنة.

• الإعلان الإعلامي :

يهدف هذا النوع إلى تقوية وتعزيز صورة سلعة معينة في أذهان الناس وزيادة ثقتهم بها، أو بالشركة التي تنتجها حتى تصل إلى درجة الشهرة.

¹ - المرجع السابق، ص 33.

² - المرجع نفسه، ص 42.

● الإعلان التذكيري :

ويهدف إلى تذكير الجمهور لمميزات وفوائد سلعة معينة، حتى لا تتعرض لنسيان.¹

¹ - المرجع نفسه، ص 43.

III. أنواع الإقناع:

يحدث العمل الإقناعي في المتلقي عبر أنواع مختلفة منها:

1- الإقناع العقلاني:

وهو أحد أشكال النفوذ المرغوبة والكريمة، ويتم بواسطته الاتصال العقلاني. وهذا الشكل من ممارسة النفوذ هو مجهود ناجح يقوم به (أ) ليتمكن (ب) من الوصول. إلى فهم الموقف الحقيقي من خلال توفير المعلومات الصحيحة.

ويتفق الإقناع عن طريق الاتصال العقلاني مع المبدأ الأخلاقي الذي أوصى به "كانت kant" ومؤداه أن المرء لا بد أن يتعامل مع أقرانه من البشر بوصفهم غايات في ذاتهم، وليس مطلقا كوسائل للوصول إلى غاية.¹

2- الإقناع القلبي (العاطفي):

إن النتيجة المنطقية الناتجة عن التفكير السليم ما لم يستقبلها القلب صارت قناعه. فالإقناع إذا معرفة الشيء بالعقل، ومن ثم قبوله بالقلب، أما الإقناع العقلي دون القبول بالقلب فلا يمكن أن تؤكد حصول عملية الإقناع، فمهمة الإقناع لا تقع فقط على مسؤولية المرسل... بل على المستهدف أيضا، الذي عليه إبداء الاستعداد النفسي لذلك، وتقبل آراء وملاحظات الآخرين.²

3- الإقناع الخداعي:

ويتمثل في صور أخرى غير أمينة الاتصال، لا تتضمن نقل المعلومات الصحيحة فحسب، فلا إقناع يمكن أن يكون خداعا مقصودا. في هذه الحالة يقوم (أ) بإقناع (ب) ليقوم بتصرف ما، ليس عن طريق تزويده بالفهم الصحيح للبدائل المبنية على المعلومات الصحيحة، ولكن عن طريق تشويه فهم (ب) لهذه البدائل.

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ص 16، 17.

² - علي برغوث، الاتصال الإقناعي، ص 7، 8.

والإقناع الخداعي يوجد عندما يؤثر (أ) في (ب) عن طريق الاتصال الذي يشوه أو يزيّف أو يسقط عن عمد بعض جوانب الحقيقة التي يعرفها (أ) والتي إذا عرفها (ب) فسوف تؤثر جذريا على قراره .

وخلاف الإقناع العقلاني، فإن الإقناع الخداعي لا يتوافق مع المبادئ الأخلاقية لكانت. ففي الإقناع الخداعي لا يعامل الناس كغايات ولكن كوسائل أو أدوات أو مواضيع.¹

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ص 17 .

IV. أهداف الإقناع:

إن أي اتصال إقناعي تكون أهدافه واضحة ومحددة يمكّن صاحبه من الإقناع والتأثير في الطرف الآخر، إذا توفرت طبعا الأساليب الناجعة والمهارات الأساسية للقائم بهذه العملية، وهناك أهداف عامة تسعى إلى تحقيقها أي عملية إقناعية منها:

1- التأثير الفعال في تكوين الرأي العام:

إن الغرض الأساسي من عملية الإقناع، هو إحداث تغيير في البيئة أو في الآخرين، فالمقنع يقصد من قيامه بعمله التأثير فيمن يريد إقناعهم، من هنا فإن القائمين بعملية الإقناع سيرتقون بالمقتنعين وبأخذون بأيديهم إلى الطريق الصحيح.¹

2- نشر ثقافة الإقناع وفنون الحوار وفن الاستماع وتقمص شخصية الآخر في محاولة لفهم دوافعهم ومواقفه:

ذلك أن هناك من يخاطب الناس على أنهم فئة واحدة، أو أن لديهم القناعات نفسها التي لديه، هذا الصنف تراه في نهاية المطاف يخاطب نفسه، وفي الوقت نفسه استطاع العديد من القائمين بعملية الإقناع أن يصل الواحد منهم إلى شريحة كبيرة من الناس بسبب حرصه على مراعاة الفروق الفردية التي ربما تكون عند البعض فطرية وعند الآخرين تحتاج إلى تنمية.²

عن أنس بن مالك أن النبي صلى الله عليه وسلم ومعاذ رديفه على الرحل قال: يا معاذ بن جبل، قال: لبيك يا رسول الله وسعديك، قال: يا معاذ بن جبل، قال: لبيك يا رسول الله ثلاث، قال: ما من أحد يشهد أن لا إله إلا الله وأن محمد رسول الله صدقا من قلبه إلا حرمه الله على النار قال: يا رسول الله أفلا أخبر به الناس فيستبشروا قال: إذا يتكلموا.³

¹ - خالد حسين حمدان، الإقناع أسسه وأهدافه في أسلوب القرآن الكريم، ص 22، 23.

² - المرجع نفسه، ص 24.

³ - المرجع نفسه، ص 24.

3- تغيير المعتقدات و المواقف و السلوكات الخاطئة:

- يجب أن يكون هذا الهدف في أولويات العمل الإقناعي الذي ينبغي أن يوجه إلى الآخرين، ويتم ذلك عن طريق تقديم الصورة الصحيحة للسلوك الذي نتبناه ونمارسه، وتقوم شرح أبعاده بطريقة موضوعية بغية التأثي في الطرف الآخر الذي تتوجه إليه .

فنحن مثلاً ، كمسلمين أخذ عن الآخر صورة خاطئة ، ولتصحيحها ، علينا بإعادة بناء أنفسنا أولاً لتحقيق قاعدة انطلاق قوية، نستطيع منها نشر قيم ديننا الحنيف وتصحيح صورته في أذهانهم، وفي ذلك يجب أن تصدق أقوالنا أفعالنا، لأن الآخر لن يطلع على كتبنا أو يستمع لخطبنا بل حسب ما يرى فينا أخلاق الإسلام مترجمة على أرض الواقع حتى يفهم الإسلام عنا حق الفهم، ومن ثمة يصحح معتقده وموقفه اتجاهه.¹

4- تغيير اتجاهات الجماهير :

يحدث هذا عندما يحاول القائلون بعملية الإقناع التأثير على الجمهور ليغير موقفه في قضية معينة من الإيجاب أو السلب أو الحياد إلى موقف آخر، وقد يحاول القائلون بعملية الإقناع أنفسهم في بعض الأحيان التأثير على الجمهور ليتبنى موقفاً² جديداً يختلف تماماً عن موقفه السابقة وهذا أصعب أنواع الإقناع لأنه يتطلب من الجماهير تغيير طريقة تفكيرها أو تغيير سلوكها كلية، ولكي يتسنى هذا الذي يقوم بعملية الإقناع لابد له أن يفهم أصول الاتجاه الإنساني وهي ثلاثة:

¹ - المرجع السابق، ص24.

² - المرجع نفسه، ص24.

- العقيدة التي يؤمن بها الإنسان:

وفي هذا إشارة إلى السلوك الإنساني بتبل الاتجاه الداخلي للفرد فالفرد لا يسلك سلوكاً مختلفاً ما لم تؤثر عليه قوة فكرية عظيمة تستطيع أن تصل إلى قرارة نفسه وأعماقه وجدانه، فتغير اتجاهه الذاتي نحو العقائد والأفكار، عندها فقط يتبدل سلوكه الشخصي أو الاجتماعي.

- القضايا العاطفية المرصوفة بين لبنات تلك العقيدة:

وذلك أن ايجابية القبول والإقناع مرهون بإيجابية طرح الأفكار المقنعة، الداعية الذي يزواج بين عرفي العقوبات والجزاء الرادع وبين التنويه بالرحمة الإلهية والمغفرة والثواب حتى يتم تشجيع المدعوين على الإقناع.

- البنية والقدرة على الاستجابة للمحفزات الخارجية:

وقد ألمحنا سابقاً إلى أنه لا يمكن إقناع أحد بأي حجة مهما كانت واضحة ومنطقية ما لم يكن طالباً للإقناع راغباً فيه.¹

¹ - المرجع نفسه، ص 25.

V. أسس الإقناع:

يقوم الفعل الإقناعي على مجموعة من الأسس تجعل منه فعلا ذات تأثير وفاعلية وحيوية، ومن أبرز هذه الأسس.

1- الصياغة الواضحة للرسالة:

ومن أهم ما يندرج تحت هذا العنوان وضوح الهدف من الإرسال والوثوق من النفس كما يريد المرسل الإفصاح عنه، ويراعي قابلية المستمع للاستيعاب.

2- التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلات معهم:

فقد يكون المرسل إنسانا مركزا حول ذاته ويعتقد أن ما هو بديهي وواضح بالنسبة له، هو كذلك بالنسبة للطرف الآخر، أو أن ما هو مقبول منه ليحظى بالضرورة برضى الطرف الآخر، أو يظل في وقوعه لا يرى سوى جدرانها الداخلية، مما يمنعه من تقدير وضع المستمع وحاجاته ومواقفه تقديرا جيدا حول ما يتم الحوار بشأنه، يضاف إلى ذلك ميل البعض التلقائي إلى إقامة علاقة تنافس بدل علاقة التعاون، ولذلك هو من البداية يتخذ موقفا صراعيا هجوميا حين يعتقد أن الطرف الآخر سيقف منه نفس الموقف ويبادله التنافس والصراع أما الميول السلطوية أو الرضوخية لدى المتحدث، فإن بدورها تعرقل التأثير.

3- الموضوعية:

اتجاه للمستمع دون التحيز أو الأحكام المسبقة المنبعثة من التحيزات القبلية العشوائية أو المذهبية أو الإقليمية أو العرقية، أو العقائدية، أو المصلحية، ويضاف إلى ذلك التحيزات الانفعالية.¹

4- التخطيط الجيد لعملية الإقناع:

ومن أبرز عناصر التخطيط هو التفكير في التوقيت المناسب لإرسال الرسالة بحيث يكون الطرف الآخر مستعدا لقبولها، وكذلك معرفة المنافذ التي يمكن الوصول عبرها إلى الطرف الآخر، كل إنسان يستجيب بشكل إيجابي للأسلوب من نوع معين، ولعلاقة من نوع محدد، وبعروض ذات طبيعة خاصة.

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ص 22 .

5- حساسية إرجاع الأثر:

وقد ينطلق المتحدث في تواصله مع الطرف الآخر من حالة الإدراك الذاتي والاستغراق في الأفكار الخاصة دون الانتباه لاستجابة المستقبل ورد فعله، مما قد يأتي بالعملية الإقناعية من قواعدها، وانخفاض حساسية إرجاع الأثر يحول التأثير والتواصل الإقناعي إلى حوار فردي لا تفاعل فيه. وهناك أسس أخرى للعملية الإقناعية يجب على المرسل "المقنع" مراعاتها وتكمن في حسن استجابة المستمع للرسالة الإقناعية، وابتعاد المستمع عن الأحكام المسبقة والخلفية التصورية حول المرسل، وكذلك مكانة المرسل الاجتماعية، وأخيراً مصداقية المرسل العلمية.¹

ويلخص نيوسم NEWSOM أسس الإقناع والتأثير في أربعة مبادئ نوردتها كما يلي:²

● مبدأ المعرفة:

فالجماهير تتجاهل أي اقتراح أو فكرة أو رسالة تعرف مدى تأثيرها على رغباتهم وآمالهم الشخصية ومطالبهم الضرورية.

● مبدأ الحركة:

تزداد فعالية تأثير المرسل في الجمهور المستهدف عندما يقوم بتوضيح كيفية تطبيقه مع بيان أثر هذا الاقتراح.

● مبدأ الثقة:

الجمهور المستهدف يقبل بحماس على الاقتراحات الصادرة عن شخصيات ومنظمات ذات سمعة طيبة.

● مبدأ التوضيح:

يجب أن تتسم الرسالة بالوضوح منعا لحدوث أي التباس في فهم المقصود منها.

وقد ذهب كل من محي محمود حسن وسمير حسن منصور "1985" إلى أن نجاح الرسالة الإقناعية يتوقف على العناصر التالية:

¹ - المرجع نفسه، ص23.

² - المرجع نفسه، ص23.

- أ- تحديد الأهداف الرئيسية للرسالة الإقناعية بشكل يؤدي إلى تأثير فعال في الرأي العام .
- ب- تحديد طبيعة الجمهور المستهدف من قبل الرسالة الإقناعية، والتعرف على خصائصه الأولية.
- ت- الخصائص العامة لوسائل الاتصال من حيث ملائمتها للجمهور المستهدف وصلاحياتها لنقل الفكرة الجديدة ودرجة انتشارها، وقوة تأثيرها وإمكانية المتابعة والتوجيه القائمين عليها.¹
- ث- معرفة دقيقة للاتجاهات والآراء السائدة والدوافع التي تقوم عليها هذه الاتجاهات لأنه من الثابت علمياً أن التصدي المباشر للاتجاهات السائدة قلما يأتي بالنتيجة المرجوة .
- ج- طبيعة الأدوار المحددة لكل وسيلة من الوسائل الجماهيري والشخصي في ضوء معرفة الجمهور المستهدف وخصائص الفكرة المراد نشرها والمدة الزمنية الأمثل لتحقيق الهدف.²

¹ - المرجع نفسه، ص25.

² - المرجع نفسه، ص24.

ثانياً البلاغة:

I - حد البلاغة:

أ- لغة :

من بُلِّغَ الرجل صار بليغاً والبلغين الداهية والبلغة وما يتبلغ به من العيش وتَبَلَّغَ بكذا أي اكتفى به.¹

البلاغة والبُلُغُ والبَلِيغُ والبَلِيغُ من الرجال ورجل بليغ وبلغ: حسن كلامه فصيحة يبلغ بعبارة لسانه عنه ما في قلبه، والجمع بُلَغَاءٌ وقد بُلِّغَ بالضم بلاغة أي صار بليغاً وقول بليغ وبالغ وقد بُلِّغَ والبُلُغُن: البلاغة عن السير والبُلُغُن أيضاً التمام عن كراع. والبُلُغُن الذي يُبَلِّغُ للناس بعضهم حديث بعض وتَبَلَّغَ به مرضه: أشد وبلغ به البُلُغَيْن بكسر الباء وفتح اللام إذا استقصى في الشتم والأذى والبُلُغَيْن: الداهية.²

البلاغة تعني: الوصول والانتهاء، يقال: "بلغ الشخص بلاغة" إذا وصل بكلامه إلى ما يريد له من إمتاع أو إقناع.³

قال تعالى: ﴿فَإِذَا بَلَغَ أَجَلُهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ﴾.⁴

ومن هذا الباب قولهم: هو أحق بُلِّغَ وبَلِّغَ، أي أنه مع حماقته بلغ ما يريد. والبلغة ما يتبلغ به من عيش، كأنه يراد أنه يَبْلُغُ رتبة المكثّر إذا رضي وقنع. وكذلك البلاغة يمدح بها الفصيح اللسان لأنه يبلغ بها ما يريد.

ولي في هذا بلاغ أي كفاية، وقولهم بَلِّغَ الفارس، يراد به أنه يمد يده بعنان فرسه ليزيد في غدوه. وقولهم تبلغت القلة بفلان، إذا اشتدت فلائنه تناهيها به، وبلوغها الغاية.⁵

¹ - عبد القادر الرازي، معجم مختار الصحاح، تح: يونس الشيخ محمود، ج1، باب الباء " ب ل غ"، المكتبة العصرية، لبنان، د ط، 2006م، ص 104.

² - ابن منظور، لسان العرب، حرف الغين، ص157.

³ - بدوري طبانة، معجم البلاغة، دار المنار للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، د ط، 1998م، ص31.

⁴ - سورة البقرة، الآية: 231.

⁵ - ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، ص302.

ولقد تعددت التعاريف اللغوية للبلاغة إلا أنه يبقى التعريف الجامع المانع لكلمة البلاغة هو الوصول والانتهاء .

ب- اصطلاحاً:

وردت تعريفات عدة في تعريف البلاغة، لعل أهمها ما يأتي:

- 1- عرفها القزويني قائلاً: "هي مطابقة الكلام لمقتضى الحال مع فصاحته".¹
- 2- قال المفصل الضبي: قلت للأعرابي: ما البلاغة عندكم؟ فقال: "الإيجاز من غير عجز، والإطناب من غير خطر".²
- 3- وعرفها الجرجاني:
- أ- في المتكلم: ملكة يقتدر بها على تأليف كلام بليغ فعلم إن كل بليغ كلاماً كان أو متكلماً فصيح. لأن الفصاحة مأخوذة في تعريف البلاغة وليس كل فصيح بليغ.
- ب- في الكلام: مطابقته لمقتضى الحال والمراد بالحال للأمر الداعي إلى المتكلم على وجه مخصوص مع فصاحته أي فصاحة الكلام.
- وقيل: البلاغة وهي تبنى عن الوصول والانتهاء يوصف بها الكلام والمتكلم فقط دون المفرد.³
- 4- وهي عند السكاكي: "بلوغ المتكلم في تأدية المعاني في حد، له اختصاص بتوفيه خواص التراكيب فيها، وإيراده أنواع التشبيه والمجاز والكناية على وجهها".⁴
- 5- قال بشير بن المعتز: "بلاغة الكلام جمالها، فالكلام البليغ هو الكلام الجميل".⁵
- 6- البلاغة تقليداً: هي مطابقة الكلام لمقتضى الحال، مع فصاحة مفرداته ومركباته وسلامته من تنافر الحروف، وغرابة للاستعمال، والكراهة في السمع، فكل فصيح ولا يعكس، وتكون البلاغة في العبارة الخاصة".

¹ - فيصل حسين طحمير العلي، البلاغة الميسرة في المعاني والبيان والبدیع، مكتبة دار الثقافة، عمان، الأردن، د ط، 1994م، ص17.

² - بثينة أيوب وأحمد محمود المصري، قضايا بلاغية، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، ط1، 2005م، ص7.

³ - علي بن محمد الشريف الجرجاني، مع الفهرست كتاب التعريب، باب الباء، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، طبعة جديدة، 1985م، ص81.

⁴ - عاطف فضل، مبادئ البلاغة العربية للطالب الجامعي، دار الرازي، عمان، الأردن، ط1، 2006م، ص36.

⁵ - الخطيب القزويني، الإيضاح في علوم البلاغة، تج: عبد المنعم خفاجي، المكتبة الأزهرية، مصر، ط3، 1993م، ص20، 19.

أما البلاغة أدبيا: فهي فن أو مهارة في إجاده الكلام والكتابة والإقناع، ويتوصل إليها المرء بالسليقة، والمراد معا، وتقتضي من صاحبها دقة في التعبير، وسعة في الاطلاع، وبعمقها في فهم النفس البشرية.¹

7- البلاغة هي وصف للكلام والمتكلم فقط، ولا توصف الكلمة بالبلاغة لقصورها عن الوصول للمتكلم إلى غرضه ولعدم السماع بذلك، فقد سئل بعض البلغاء: ما البلاغة؟ فقالوا: " قليل يفهم وكثير لا يسأم". وقال آخر: "معاني كثيرة في ألفاظ قليلة". وقيل لأحدهم ما البلاغة؟ فقال: "إصابة المعنى وحسن الكلام الإيجاز". وسأل بعض الأعراب من أبلغ الناس؟ فقال: "أسهلهم لفظا وأحسنهم بديهة". وقيل لبعضهم ما البلاغة؟ فقال: "إبلاغ المتكلم حاجته لحسن إفهام السامع".

وذكر بعض العرب البلاغة معرفة الفصل من الوصل، أو حسن العبارة مع صحة الدلالة. أو هي القوة على البيان مع حسن النظام.

8- يقول ابن الأثير: البلاغة شاملة الألفاظ والمعاني، وهي أخص من الفصاحة، وهي وضع للكلام في إدراك السامع بإيجاز أو تطويل، وتأدية المعنى بعبارة فصيحة وصحيحة، لها وقع في نفس السامع أو القارئ، مع إدراك مكانة من يعرض أمامه الكلام.

9- يرى الرماني علي بن عيسى: "أنها إيصال المعنى إلى القلب في أحسن صورة من اللفظ".² لقد تعددت تعاريف البلاغة، وهي مع هذا التعدد لا تكاد تخرج عن كونها الكلام الذي يصب معناه بوضوح وسلامة مع خلوها من التكلف والفضول، ومراعاته بمقتضى الحال، وهي علما جماليا غايته الكشف والإبانة عن المواضيع الجمالية في التعبير ومحاولة إقامة أدبا راق، تتوفر له كل عناصر الجودة الجمالية صياغة وأسلوبا وأداء وتعبيرا.

¹ - جبر عبد النور، المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط1، 1979م، ص51.

² - حميد آدم الثويني، البلاغة العربية المفهوم والتطبيق، دار المناهج، عمان، الأردن، ط1، 2007 م، ص12، 14.

II. وظائف البلاغة :

للبلاغة العربية وظائف تتجلى فيما يلي:

وظيفة توصيلية، وظيفة جمالية، والوظيفة التأثيرية أو الإقناعية وهذه الوظائف تنصب في مناط التذوق والفائدة والتأثير وتغيير السلوك.

1- الوظيفة التوصيلية:

إن عملية التواصل هي تبادل الحقائق الأفكار والمشاعر بين شخصين أو أكثر بمختلف وسائل الاتصال وأخصها الكلام، فهي تعكس الظروف التي يتم فيها الخطاب فهناك من المؤشرات اللغوية ما يمكن استعماله للتوصيل فقط والإثباتية والتحقق من أنه يتم فعلا كذلك لإلفات انتباه السامع للتأكيد من أن الخطاب يصل في أحسن الظروف وأنه أي التخاطب على صلة بما يقال له.

وهذا الاتصال القائم على التفكير لا يتم نزاع وإنما يتم من خلال العلامات التي تم الاتفاق عليها بين أفراد بيئة لغوية محددة، وقد يكون الغرض - أو الهدف - مجرد إبلاغ أو الإعلام، وقد يتجاوز ذلك إلى أن يصبح عملية إبداعية توفر النية الجمالية.

ومن هنا يمكن تحديد الاتصال " بأنه استجابة أو مسلك يحدث بناء على منبه أو أكثر من منبه من المؤثرات الوراثية والبيئة ويكون للإنسان من ورائه غرض أو أغراض يقصد إليها، وهذه الاستجابة أو المسلك قد تصبح بدورها بالإضافة إلى المنبه الأصلي، منها مباشرا يقضي إلى استجابات أخرى، يلي بعضها بعضا، ويترتب بعضها على بعض تصدر من الفرد نفسه، أو ممن يتصل به جميعا.¹ ولذلك حصر مكونات العملية التواصلية، من وجهة نظره في ستة عناصر وهذه العناصر هي المرسل: وهو الطرف الأول، المرسل إليه، وهو الطرف الثاني، المرجع: وهو المحتوى الذي تشير إليه، القناة: وهي² ما يسمح نقل الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه، السنن: وهو مجموع العلامة التي يتشكل منها الرسالة، وكذا نظام تأليفها التركيبي وشروطها أن تكون مشتركة لفهمها طرف الرسالة.³

¹ - محمد عبد اللطيف البلاغة والأسلوبية، شركة أبو الهول للنشر، القاهرة، ط الأولى، 1994م، ص 219، 220.

² - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط أولى، 2003م، ص 13، 12.

³ - المرجع نفسه، ص 13.

فالشعر والنثر دور فعال في الاتصال بين الكاتب البليغ وفنية التغيير بحيث مراعاة أطياف الشعب من المتلقين وذلك بحسب المذهب أو الطريقة والفهم والذكاء، وكان مجال ذلك: الشعر، النشر ثم الدقة في المصطلح والتغيير في الفرق بين التوصيل والتأثير وموقف العامة من الاستعمال في التبليغ، ويكون هذا الأمر بمخاطبة المتلقي كلا على قدر هيبته وجلالته، وعلوه وارتفاعه، ومراعاة أطياف المتلقين بحسب طبقاتهم ومذاهبهم وحاجاتهم وعاداتهم واستعمالاتهم.¹

2- الوظيفة الجمالية :

تكمن الوظيفة الجمالية للبلاغة في قوة الأسلوب ومراعاة التلقي، وسلامة التراكيب، وصحة المعنى، ووضوح الفكرة وترسيخ المنطق، وسلامة المنهج.

ويعرض ابن تيت ملامح الجمالية في قسمين :

القسم الأول: أن يكون اللفظ قليلا، ودالا على معاني وهو أعلى القسمين وأعظم ما وقع في هذا قوله تعالى: ﴿نَحْنُ أَوْلِيَاءُكُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَشْتَهِي أَنْفُسُكُمْ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَدْعُونَ نُزُلًا مِنْ غُفُورٍ رَحِيمٍ﴾.²

فجمع ما في الوجود يصح أن يكون داخلا تحت قوله: ﴿مَا تَشْتَهِي أَنْفُسُكُمْ﴾ إذا لا شيء منه إلا ويصح أن يكون منتهيا، فهذه الكلمة وحدها كافية فيما أردناه، غير أن ما قبلها وما بعدها قد اكتنفناها اكتنافا لم يبقا دخلية لمن في دينه اضطراب ولا لمن في فهمه غميرة، وذلك أن قوله: ﴿نَحْنُ أَوْلِيَاءُكُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾ دليل على الإباحة ورفع المؤاخدة، لأن الوالي كفيلا، و المكفول لا حرج عليه فيما أباحه الكفيل وهذا القسم الذي فيه الوجهة الجمالية في القسم الأول من البلاغة.³

¹ - محمد بركات حمدي أبو علي، بلاغتنا اليوم بين الجمالية والوظيفية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2004م، ص 27.

² - سورة فصل الآية: 32، 31.

³ - المرجع نفسه، ص 38.

القسم الثاني: وهو أن يكون الكلام منطقياً على المعنى لا يفصل عنه ومثال ذلك قوله تعالى: إخباراً عن كتاب سليمان صلوات الله عليه إلى بلقيس: ﴿إِنَّهُ مِنْ سُلَيْمَانَ وَإِنَّهُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ أَلَا تَعْلَوْنَ عَلَيَّ وَأُتُونِي مُسْلِمِينَ﴾¹

فجمع ما في هذا الكلام ما تراه من ذكر اسمه ومن الإتيان بالبسملة بكما لها بما فيها، ومن نهيهم من العلو عليه الذي تندرج تحته للمخالفة والتقاعد وللمحاجة، ثم سترى هم إليه بالتفويض والتسليم، وقيل أن المعنية بالخطاب بلقيس، وإنما خاطبها مخاطبة الجمع رعاية لمرتبة الملك.

ثم اضطر الكتاب والبلغاء إلى زيادة قسم ثالث وهو أن تكون الألفاظ نقية مسجوعة سجعاً خلافاً، فتكون الزيادة منها في حفاوة رونقها وحسنها، وسار هذا المذهب بينهم هو السلوك، وصارت ذلك الأول، وإن كان هو للعرف كأنه المتروك.

ولا تقتصر الجمالية على الشعر دون التنزيل في الأمرين معاً، والجمالية في إبداع الشاعر والكاتب، ولذلك كانت: "نعوت الشعر كلها تدخل في نعوت النثر إلا الوزن، والشاعر المجيد يقدر أن يكون كاتباً بليغاً، والكاتب إذا لم يكن الشعر في طبعه لا يقدر أن يكون شاعراً."²

3- الوظيفة التأثيرية (الإقناعية):

تتلخص الوظيفة التأثيرية الإقناعية في جملة انفعالات وأفكار وأحاسيس التي هي من إنتاج المبدع وتدور حول موضوع معين، بغرض التأثير في المتلقي ومن ثم يمضي الشخص المثار في اتجاه ردود الفعل المثارة وهذا المبدع هو الذي يجري اختياره في المادة التي يقدمها له النظام القائم للغة، وهذا لا يرجع إلى إحساسه بهذا النظام فقط: بل يرجع أيضاً إلى الإحساس المفترض وجوده عند المتلقي .

فعند استخدام الكلمات الهادفة والمأثرة والمدرسة كذلك عند استخدام أساليب وأدوات لغوية معينة كأسلوب الأمر أو النداء وغيرها من الأساليب اللغوية المتعارف عليها، ويمكن من خلال ذلك التأثير على تصرفات الآخرين للمستمع أو المرسل إليه، وعلى طريقة اختيارها للأفكار أو المواقف

¹ - سورة النمل الآية: 30، 31.

² - محمد بركات حمدي أبو علي، نفس المرجع، ص 27.

المطلوب التوصل إليها، أي إلى القيام بعملية إقناعيه لحث المتلقي على الإقبال على سلعة معينة أو العدول عن نمط سلوكي غير مرغوب فيه.¹

فالهدف من التصوير في القرآن الكريم يتجاوز الوظيفة الجمالية والبلاغية إلى وظيفة التأثير في نفسية المتلقي أو المخاطب من جهة وإقناعيه من جهة أخرى وفي هذا الصدد يقول محمد ميسال:

" على الرغم من أن الدراسات البلاغية العربية الحديثة وجهت البلاغة وجهة جمالية".

إلا أن مقارباتها النص القرآني بما تقوم عليه بلاغته من تلازم بين نزعتي التصوير الجمالي والوظيفة الحجاجية، أملت على بعض الدارسين الإذعان إلى هذه الحقيقة والإقرار بأن مفهوم البلاغة القرآنية يجوز اختزاله في البعد الجمالي² الخالص، بل هو بعد يمتزج فيه التصوير والحجاج. أي أن النص القرآني بقدر ما يعمل على تصوير الحياة الإنسانية، يتجه أيضا إلى التأثير في مشاعر المتلقي لتغيير سلوكه وأفعاله.³

¹ - محمد بركات حمدي أبو علي، أستاذ البلاغة والبيان القرآني بلاغتنا اليوم بين الجمالية والوظيفة، ص 27.

² - محمد ميسال، أسرار النقد الأدبي، ص 86، من مقال بين الصورة التخيلية والصورة الحجاجية، يوم الأربعاء 5 مارس 2014م، ص 31.

³ - المرجع نفسه، ص 100

الفصل الثاني

استراتيجية الإقناع وأساليبه في البلاغة

- I. استراتيجية الإقناع.
- II. أساليب الإقناع في البلاغة العربية.
- III. نموذج تطبيقي: (خطبة).

I. استراتيجيات الإقناع:

تتفق نظريات الإعلام الحديثة على أن الإستراتيجيات الإقناعية التي يعتمد عليها المخاطب في رسالته تتلخص في ثلاث استراتيجيات أولهما النفسية وثانيهما الثقافية الاجتماعية، وثالثهما استراتيجية إنشاء المعاني. إن البحث في هذه الاستراتيجيات هو بحث في المداخل الإقناعية التي يعتمد عليها المتكلم لإقناع المتلقي والتأثير فيه.

1- الاستراتيجية الديناميكية النفسية:

وتعتمد على فرضيات ومساهمات علم النفس، لإحداث عملية الإقناع والتأثير في سلوك الفرد، كما تقترح التركيز على عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة وتحقيق استمالات عاطفية أو إثارة انفعالات ومخاوف.¹ وتوظيفها بشكل يؤدي بالفرد إلى تقبل ما يتلقاه أو على الأقل يتجاوب معه تجاوبا ايجابيا. إن إثارة الجوانب الانفعالية، يؤدي إلى التأثير على المقومات الإدراكية، بحيث يعي الفرد الرسائل الإقناعية المتلقاة، وكذلك دور تلك المقومات في تعديل الرسائل أو تشويهها أو قبول بعضها دون الآخر أو إهمالها كليا. ويعتمد الواصفون لهذه الاستراتيجية إلى تحديد مجموعة خطية من المفاهيم هي المعبر عن الحاجات النفسية والدوافع والمعتقدات والمصالح وأسباب القلق والمخاوف والقيم والآراء والمواقف، وتعتبر هذه العناصر بواعث أساسية لسلوك الفرد. ومعيارا لفهم خيارات السلوك لدى الفرد، وتفضيلاته وأولوياته، أي أنها البوابة الرئيسية لفهم أعمق لعملية الإقناع والتأثير.

بمعنى أوضح أن القائم بعملية الإقناع والتأثير لا يتمكن من النفاذ، إلى الجمهور المستهدف إلا عبر المفاهيم المشار إليها آنفا، ويتم ذلك بواسطة التوظيف الذكي لها من أجل تمرير الرسالة الإقناعية دون مقاومة ذاتية أو إلغاء نفسي أو إهمال إدراكي.²

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ص 455.

² - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العلمية، ص 51 .

وإذا ما أخذنا الحاجة على سبيل المثال كباعث من بواعث السلوك ومؤثر على عملية الإقناع والتأثير، فيمكن القول أن الحاجة هي حالة حرمان، وحالة الحرمان تسبب إثارة الطاقة للحصول على ما يشبع الحاجة، إن حالة الإثارة هي الحافز، وبعض الحاجات هي نتائج لطبيعتنا البيولوجية والبعض الآخر هي نتائج التعليم في محيط اجتماعي معين وقد ذكر علماء النفس قائمة طويلة من الحاجات النفسية للفرد، كالحاجة للإنجاز والحاجة للقبول الاجتماعي، والحاجة للمعلومات، والحاجة إلى تأكيد الذات، والحاجة للطعام، والحاجة للتوافق الاجتماعي، والحاجة للسلطة وغيرها من الحاجات التي حددها علماء النفس الحديث، حيث هنا يركز المحتوى على النتائج غير المرغوبة إذ لم يستجب المتلقي لتوصيات الرسالة الإقناعية.¹

2- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:

وتقوم هذه الاستراتيجية على فكرة مفادها أن الثقافة تؤدي وظيفة حيوية في تشكيل السلوك البشري وأكثر من ذلك أنها تتحكم في الأنماط السلوكية المنبثقة عن الشخصية، فهي الخلفية الفكرية والمعرفية والاعتقادية للسلوك، وإذا أردنا تبرير بعض السلوك الغريب والشاذ، فلا نجد ذلك التبرير إلا ضمن الثقافة التي نشأ فيها الفرد.

فالثقافة تحمل في طياتها الأشكال السلوكية، والقوالب الفكرية التي يطبع عليها الفرد، وهنا نشير إلى دور التنشئة الاجتماعية في صياغة السلوك وكذلك إعادة تشكيله من جديد. ويضاف إليها كذلك عملية التعلم الاجتماعي التي هي أحد أشكالها، فالثقافة لا تتطلب مؤسسات رسمية لتعلمها وتطبيعها في الفرد، بل قد يحدث ذلك بطريقة عفوية وتلقائية نتيجة لتفاعل الفرد مع محيطه واندماجه في زمر بشرية معينة.²

وانطلاقاً من هذه الاعتبارات، تبنى الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية في الإقناع والتأثير، كما تدمج ضمن هذه العملية، مسألة التوقعات الاجتماعية المتضمنة في النظم الاجتماعية التي يتفاعل من خلالها الأفراد مع بعضهم البعض، للأسرة أو مجموعة الأصدقاء أو المدرسة...، تمارس مجموعة من

¹ - عامر مصباح، المرجع نفسه، ص 51، 52.

² - المرجع نفسه، ص 52.

الضوابط القوية على الفرد وقد يجبر الفرد في بعض الأحيان على القيام ببعض السلوك ضمن جماعة اجتماعية معينة دون أن يكون مقتنعا بذلك ويعترف بنظام الرتب الاجتماعية، ويوافق على نظام السيطرة الاجتماعية. وهذه العوامل الخارجية هي التي تشكل سلوك الفرد وتحدده مسبقا بناء على التوقعات الاجتماعية ومطالب الآخرين، وليس بناء على رغبات الفرد وسلم الأفضليات فحسب.¹ والفكرة الأساسية التي تقوم عليها هذه الاستراتيجية هي أن السلوك الفردي تسيطر عليه توقعات وضوابط داخل النظم الاجتماعية، وبالتالي فإن إقناع الفرد يأتي عبر إحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.²

3- استراتيجية إنشاء المعاني :

وتقوم هذه الاستراتيجية على مفاهيم علماء الأنثروبولوجيا للسلاسل البشرية، والقاضية بأن المعاني ترتبط مباشرة باللغة، والتي من خلالها يعبر الإنسان عما بداخله من معاني ومن ثم فالإنسان يتصرف حيال العالم الخارجي بناء على ما يحمله من معاني وهذه البنية المعرفية الداخلية تزود الإنسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه، ومن ثم فالتصرف إزاءها منبثقا من بنيته المعرفية الداخلية. وهذه هي الخلفية النظرية التي وظفها علماء الاتصال في تفسيرهم للطريقة التي تؤثر بها محتويات رسائل الاتصال الجماهيرية على السلوك، فهم يرون أن الصحف تشكل الصور في أذهاننا وتؤثر في الطرق التي نتصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة، ووسائل الإعلام تنمي معتقداتنا عن العالم الحقيقي، وتؤثر في سلوكنا، وتساعدنا على ترتيب معانينا الداخلية في شكل جدول أعمال الموضوعات التي نفكر فيها ووضع تسلسل هرمي عن مدى أهميتها.

فهي بصفة عامة، تنشئ وتوسع وتستبدل وتثبت المعاني للكلمات في لغتنا، انطلاقا من إعطائها مضمونا معرفيا مميزا، ونتصرف نحن على منواله، ومن ثم تشكل وظيفة المعاني التي تساهم في انبثاقها السلوك المرغوب من قبل القائم بعملية الإقناع والتأثير، وبهذا الشكل تكون عملية الإقناع - حسب هذه الاستراتيجية - مستهدفة للبنية المعرفية للفرد من أجل استبدال المعاني الموجودة، أو إنشاء

¹ - عامر مصباح، المرجع السابق، ص 52، 53.

² - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ص 459، 461.

جديد لها، أو تعديلها، أو تثبيتها، عندئذ تنقضي هذه الاستراتيجية كماً معلوماتيا كافيا للإيفاء بهذا الغرض. بمعنى تعرض الجمهور لكم كافي من المعلومات التي تؤدي إلى تنشئة معاني في منظومة المعرفية، وتؤدي بدورها إلى انبثاق السلوك المتوافق مع خطة الإقناع والتأثير. ومادام الأمر كذلك، يطلب في نوعية المعلومات المتدفقة شرط الفعالية والمناسبة بمعنى الفعالية في النفاذ إلى البنية المعرفية للفرد بسهولة ودون تحريف أو تشويه لها ومناسبتها للموضوع المراد الإقناع به. وباختصار هذه الإستراتيجية تعتمد على عملية إنشاء المعاني في الفرد الذي من المفترض أنه بموجبها يتصرف الإنسان إضافة إلى أن هذه العملية يمكن أن تكون على شكل إنشاء جديد للمعاني. أو استبدال معاني بأخرى أو تثبيت المعاني الجديدة، إذا أردنا أن نعزز السلوك القائم بسبب فتور أو انطفاء بطيء ومستمر.¹

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العلمية، ص 55.

II. أساليب الإقناع في البلاغة العربية:

1- مفهوم الأسلوب .

أ- لغة :

يقول ابن منظور في لسان العرب تحت مادة سلب: "الأسلوب هو الطريق والوجهة والمذهب، يقال أنتم في أسلوب سوء، ويجمع أساليب، والأسلوب، والأسلوب بالضم الفن، ويقال أخذ فلان في أساليب من القول أي أفنانين منه ، ويقال للسطر من النخيل أسلوبا وكل طريق أسلوب".¹

وجاء الأسلوب في الصحاح: "سلبت الشيء، سلبا والسلب الاختلاس... والسلب بكسر اللام الطويل ويروي بالضم من قولهم نخل سلب لا حمل عليها، وشجر سلب لا وراق عليه وهو جمع سلب والأسلوب بالضم الفن... والأسلوب من النوق التي ألقت ولدها لغير تمام".²

وورد في مقاييس اللغة لابن فارس: "سلب السين واللام والباء، أصل واحد وأخذ الشيء بحفنة اختطاف، يقال سلبه سلبا، والسلب المسلوب وفي الحديث من قتل قتيلا فله سلبه".³

وبعد عرض هذه التعاريف للفظ الأسلوب في المعاجم العربية نستطيع القول بأن مفهومها قد تراوح بين الطريق أو الضرب أو الأخذ، إلا أن معناها الأقرب إلى الفن والوجهة هو الذي تكاد تجمع عليه هاته المعاجم وغيرها.

¹ - ابن منظور لسان العرب، حرف الراء، ص 2058.

² - إسماعيل بن حماد الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تح: أحمد عبد الغفور، دار العلم للملايين، بيروت، ط4، 1990م، ج 1، ص 1990.

³ - أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد بن زكريا، دار الفكر للطباعة والنشر، د ط، ج3، ص 62.

ب- اصطلاحاً:

لقد تناول مفهوم الأسلوب العديد من الأدباء والباحثين ووضعو له مفاهيم متعددة من بينهم أحمد الشايب الذي اعتنى كثيراً بقضية الأسلوب فعرفه بأنه: "الصورة اللفظية التي يعبر بها عن المعاني، أو نظم الكلام لأداء الأفكار وعرض الخيال، أو العبارات اللفظية المنسقة لأداء المعاني"¹، أي هو تلك الصورة اللفظية المعبرة عن معاني وأفكار تدور في ذهن وخاطر المتكلم.

كما عرفه حميد آدم شويبي: "هو الطريقة التي يتدعها الإنسان في التعبير عما يحس به ويشعر عن طريق الكتابة"²، يمكن اعتبار الأسلوب من خلال هذا التعريف بأنه طريقة ينفرد بها كل إنسان للتعبير عما يختلج في نفسه.

كما أشار له بيرجيرو في كتابه الأسلوبية بأنه: "هو طريقة التعبير عن الفكر بوساطة اللغة"³. ولعل من ألم بكل هذه التعريفات الشيخ الزرقاني الذي وضع للأسلوب مفهوماً شاملاً بقوله: "تواضع المتأدبون وعلماء العربية على الأسلوب هو الطريقة الكلامية التي يسلكها المتكلم في تأليف الكلام واختيار ألفاظه، أو هو المذهب الكامل الذي انفرد به المتكلم في تأدية معانيه ومقاصده من كلامه أو هو طابع الكلام أو فنه الذي انفرد به المتكلم"⁴.

لقد حدد الباحثون أنواع الأساليب اللغوية وحصروها في أربعة أقسام رئيسية هي:

1- الأسلوب العلمي:

ويتميز بمخاطبة العقل وتوضيح الحقائق العلمية بأوضح حجة، وجماله يكمن في وضوح حجته وسطوع بيانه وسهولة عباراته، ويتميز ببعده عن خصائص الأسلوب الأدبي كالإغلاق الذي يؤدي به للتأويل، من أمثله متون اللغة والفقه وغيرها.⁵

¹ - أحمد الشايب، الأسلوب، ناشرون، مكتبة لبنان، ط1، 1994م، ص 109.

² - حميد آدم شويبي، فن الأسلوب دراسة وتطبيق عبر العصور الأدبية، ص 21.

³ - بيرجيرو، الأسلوبية، تر: منذر عياش، مركز الإنماء الحضاري للدراسة والترجمة والنشر، ط2، 1994م، ص 10.

⁴ - محمد عبد العظيم الزرقاني، مناهل العرفان في علوم القرآن، دار الكتاب العربي، ط1، 1995م، ج2، ص 303.

⁵ - ينظر: أبو عبد الله فيصل بن عبده قائد الحاشري، تسهيل البلاغة، دار الإيمان للنشر والطبع والتوزيع، الإسكندرية، د ط، 2006م، ص 19.

2- الأسلوب العلمي المتأدب:

ويكون ممزوجاً من الأسلوبين العلمي والأدبي، فهو يخاطب العقل والعاطفة يتميز بإبراز الحقائق العلمية بأسلوب جذاب، بعيداً عن الجفاف العلمي من أمثله: كتب السنة وآثار الصحابة وأقوال السلف كالحسن البصري وابن الجوزي وغيرهم.¹

3- الأسلوب الأدبي:

ومن أبرز صفاته الجمال وجماله ينبع من خياله وتصويره الدقيق وإضفاء التآلف الأشياء المتنافرة تتلمس وجوه الشبه بينهما وإلباس المعنوي ثوب المحسوس وإظهار المحسوس في صورة المعنوي، غرضه نقل العواطف والشعور إلى الآخرين وإبراز الأفكار ممزوجة بالعواطف، ومواطن هذا الأسلوب الأعمال الأدبية من الشعر ونثر حيث فيهما يبلغ ذروة الإبداع والجمال، وعلى سبيل المثال لا الحصر: مقامات الحريري ورائعة المتنبي وغيرها.²

4- الأسلوب الخطابي:

"وفيه تبرز المعاني والألفاظ، وقوة الحجة، وقوة العقل الخصيب وهنا يتحدث الخطيب إلى إرادة سامعيه، لإثارة عزائمهم واستنهاض هممهم ولجمال هذا الأسلوب ووضوحه شأن كبير في تأثيره ووصوله إلى قرارة النفوس".³

ومن أهم مميزاته أنه يرد مدعماً بضرب الأمثال والتكرار واختيار الكلمات الرنانة، وكونه واضحاً قوياً بعيداً عن كثرة الأخيصة مما يجعله أبعد ما يكون عن التكلف.

¹ - أبو عبد الله فيصل بن عبده قائد الهاشمي، تسهيل البلاغة، ص 19.

² - المرجع نفسه، ص 20.

³ - أبو عبد الله فيصل بن عبده قائد الهاشمي، المرجع نفسه، ص 21.

2- أساليب الإقناع في البلاغة العربية:

أولاً أسلوب القصص:

لغة: إن القصة والقصص أحد الأساليب المؤثرة في الخطب الإسلامية وذلك من أجل إقناع البشر بهدف الموعظة والعبرة والتذكير بأحوال الأمم الماضية.

وجاء تعريف القصة في **لسان العرب لابن منظور**: مادة "قص": ((الخبر هو القص، وقص عليّ خبره يُقصه قصاً وقصصاً أورده بالفتح الخبر المقصوص وضع موضع المصدر حتى صار أغلب عليه، والقصص بالكسر جمع القصة التي تكتب.¹

وأما اصطلاحاً : فقد تنوعت تعاريفها عند الأدباء منها:

"القصة هي مجموعة من الأحداث يرويها الكاتب، وهي تتناول حادثة واحدة أو حوادث عدة تتعلق بشخصيات إنسانية مختلفة ويكون نصيبها في القصة متفاوتاً من حيث التأثير والتأثر".²

وللقصة دور كبير في إقناع البشر، وذلك من خلال عرض أخبار الأمم السابقة والحوادث الواقعة، وهي متفاوتة من حيث التأثير والتأثر، وذلك من خلال الحجج والبراهين المدعمة بها، والغرض منها هو إقناع المتلقي بالواقعة المعروضة.

ثانياً ضرب الأمثال:

يعد أسلوب ضرب الأمثال من الأساليب الصياغية الفنية الرائعة وذلك من خلال تشبيه الغائب بالحاضر و المعقول بالمحسوس، وقياس النظر على النظر، يقول المولى عزو جل: ﴿وتلك الأمثال نضربها للناس وما يعقلها إلا العالمون﴾.³

تعريف المثل:

أ- لغة: الأمثال: جمع مثل، والمثل والمثيل، يقال مثيله ومثله، كما يقال شبهه وشبيهه، والمثل الشيء الذي يضرب لشيء مثلاً فيجعل مثله.⁴

¹ - ابن منظور، لسان العرب، باب القاف، فصل الجيم، ج 41، ص3650.

² - محمد يوسف نجم، فن القصة، دار صادر للطباعة للنشر الإسكندرية، بيروت، لبنان، د ط، 1996م، ص9.

³ - سورة العنكبوت، الآية: 43.

⁴ - ينظر: ابن منظور، لسان العرب، باب الميم، فصل اللام، ج 47، ص4132، 4133.

ب- اصطلاحاً:

المثل في الأدب العربي هو قول محكي ومروي سائر يقصد به تشبيه حال بحال، ويطلق أيضاً على الحال والقصة العجيبة.

ويعرف أيضاً بأنه إبراز المعنى في صورة حسية تكسبه روعة وجمالاً بحيث يكون لها وقع النفس، وهذا ما لوحظ وعرف على المثل البلاغي.¹

والأمثال هي جمل تضرب لبيان حال بلفظ التشبيه وكثر التمثيل بها فيها من العظة والعبرة والإقناع وإبراز المعقول بصورة المحسوس الذي يلمسه الناس، حيث أنها لا تستقر في الذهن إلا إذا وظفت في صورة حسية تكتنف الحقائق.

ثالثاً أسلوب الحوار:

الحوار من أبرز الأساليب التي تتجلى فيها صورة الحكمة والفصاحة وهو أسلوب مؤثر في البلاغة يعتمد المحاور لإقامة الإقناع والحجة.

أ- الحوار لغة:

الحوار: "هو الرجوع إلى الشيء... والمحاورة والمجاوبة والتجاوز والتجاوب، مراجعة المنطق والكلام في المخاطبة"².

ومن خلال هذا التعريف يمكن القول بأن الحوار يعني مراجعة الكلام الذي يكون عادة بين طرفين أو أكثر.

ب- الحوار اصطلاحاً:

تعددت تعريفات الحوار، ومن أبرزها التعريف الذي يقدمه صالح بن في قوله: "هو مناقشة بين طرفين أو أكثر يقصد بها تصحيح الكلام أو إظهار حجة، أو إثبات حق دفع شبهة ورد الفاسد من القول والرأي".³

¹ - ينظر: موسى إبراهيم الإبراهيمي، بحوث منهجية في علوم القرآن، دار عمان، الأردن، عمان، ط2، 1996م، ص190.

² - ابن منظور، لسان العرب، باب الحاء، فصل الراء، ج10، ص1043.

³ - فهد خليل زيدان، فن الحوار والإقناع، دار النقائص للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2007م، ص12.

أما بسام داوود عجبك فقد عرفه بأنه: "محادثة بين شخصين أو فريقين حول موضوع محدد لكل منهما وجهة نظر خاصة به، هدفها الوصول إلى الحقيقة أو أكبر قدر ممكن من تطابق وجهات النظر بعيداً عن الخصومة أو التعصب بطريقة تعتمد على العلم والعقل، مع استعداد كلا الطرفين لقبول الحقيقة ولو ظهرت على يد الطرف الآخر.¹

وما يستخلص من التعريفين أن الحوار نوع من الحديث يدور بين شخصين أو أكثر يتم فيه تداول الكلام بطريقة التأثير على أحدهما دون الآخر، يغلب عليه طابع الهدوء والبعد عن المخاصمة أو التعصب، لينشئ جملة من المبادئ الأخلاقية وغرس مبادئ خالدة من عملية التحوار.

رابعا أسلوب الوعد والوعيد:

النفس البشرية لها خاصيتها التي فطرها الله عليها، والنوازع التي جبل الله عليها البشر وهو أهم ما يجب معرفته لمن يريد التعامل مع تلك النفس، فالوعد والوعيد من أقوى المؤشرات في هذا المخلوق العجيب وهما عاملان مؤثران في استقامة البشر وتقويم سلوكهم.

أ- الوعد لغة:

"الوعد، وعده الأمر وبه عدة، وأعد وموعدا والموعد العهد والوعد يستعمل في الخير.²

ب- اصطلاحاً:

هو "إطماع بإحسان في المستقبل"، ويعرف كذلك الوعد بالترغيب على أنه "كل ما يشوق المدعو إلى الاستجابة وقبول الحق والثبات عليه، ويمكن أن يكون ذلك بالوعد والثواب والتجيب في الفعل أو في ذكر الثواب والتنبيه على المنافع"³، والوعد على قسمين متحقق الوقوع ومرجو وقوعه، فمتحقق الوقوع فهو وعده سبحانه وتعالى: ﴿وَعَدُ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُخْلِفُ الْمِيعَادَ﴾.

أما الوعد المرجو الوقوع فهو وعد العباد.⁴

¹ - فهد خليل زيدان، المرجع نفسه، ص 12.

² - ابن منظور، لسان العرب، باب الواو، فصل الدال، ج 52، ص 4798.

³ - ابن القيم إمام الجوزية، الفوائد المشوقة إلى علوم القرآن وعلم البيان، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، د ط، د ت، ص 201.

⁴ - عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط 8، 1418، ص 437.

خامسا أسلوب المحاجة:

لغة: "حجج الحج القصد وحججت فلانا أي قصدته وحاججته أحاججه حجاجا ومحاجة حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدليت بها، والحجة الوجه الآخر الذي يكون به الظفر عند الخصومة.¹

أي أن تحاجج الطرف الآخر إتيانك بفكرة قصد تصحيحها.

ب- اصطلاحا:

اجتمع أهل التفسير في تعريف المحاجة من بينهم الطاهر بن عاشور على أنها: "مفاعلة متصرفة من الحجة، وهي الدليل المؤيد للدعوة، ولا يعرف لهذا الفاعل فعل مجرد بمعنى استدلال بحجة وإنما المعروف فعل حجج إذا غلب في الحجة فإن كانت احتجاجا من الجانبين فهي الحقيقة وهو الأصل وحتى إن كانت من جانب واحد".²

والمحاجة هي أن يطلب كل واحد عن حجته أو محجته والمحاجة كاستدلال الخصم عن دعوى يعتقد حقيقتها، معتمدا على الحجج الواضحة والأدلة القاطعة للوصول إلى معرفة الحق والاعتراف به.

سادسا أسلوب العرض والإغراء:

1- أسلوب العرض:

أسلوب العرض من أهم الأساليب المتواجدة في النصوص البلاغية للمناجاة والدعوة والاقتناع.

أ- لغة: "أعرض في الشيء تمكن من عرضه، وعرض الشيء عليه عرضا أي أراه إياه".³

ب- اصطلاحا:

"هو أن يعرض الداعي أو الناصح ما يطلبه أو يدعو إليه عرضا، بتلطف من الأمر أو بأسلوب الاستفهام".⁴

¹ - ابن منظور، لسان العرب، باب الحاء، فصل الجيم، ج10، ص794.

² - محمد الطاهر بن عاشور، تفسير التحرير والتنوير، دار سحنون للنشر والتوزيع، تونس، د ط، 1997م، ج8، ص220.

³ - ابن منظور، لسان العرب، باب العين، فصل الضاد، ج35، ص2884، 2885.

⁴ - عبد الرحمن حسنة حينكة، البلاغة العربية أسسها وعلومها وفنونها، دار التعليم الدار الشامية، بيروت، ط1، 1992م، ص295.

وعادة ما يعرض بصيغة الأمر، وتتجلى أوامر العرض في النصوص بلاغية مختلفة، وتشهد على ذلك مواضع قرآنية كثيرة، نذكر منها قوله تعالى: " اذْهَبْ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ، فَقُلْ هَلْ لَكَ إِلَىٰ أَن تَزَكَّىٰ، وَأَهْدِيكَ إِلَىٰ رَبِّكَ فَتَخْشَىٰ " ¹.

ففي هذه الآية عرض سيدنا موسى عليه السلام دعوته على الطاغية فرعون بكل تلطف للهداية إلى دين الحق.

2- أسلوب الإغراء :

" تعددت أساليب الأمر والنهي في البلاغة العربية متضمنة في معناها ما يدعو لتهذيب النفس بالصفات النبيلة، مقنعا فيها ينادي إليه كالإغراء هو: حث المخاطب على فعل أمر محمود"، "كقول الداعي إلى الصلاة جامعة"، أو نحو ذلك مما يلاءم حال المغزى به من العبارات التي تحمل معنى الإغراء". إلزام أو طلب أو أقبل أو تقدم أو خذ"، كما تظهر صورة الإغراء في لفظ توكيدي كقول: "الاجتهاد، الاجتهاد" ².

سابعا أسلوب القسم:

مفهوم القسم:

أ- لغة: يعرفه الفيروز آبادي في قاموسه المحيط: " القسم محرك وكمحرك اليمين بالله تعالى وقد أقسم وموضعه: مقسم: كمكرم واستقسمه وبه وتقاسما تحالفا والمال واقتسماه بينهما والقسامة الهدنة بين العدو والمسلمين " ³.

والقسم في اللغة هو اليمين بالله تعالى.

¹ - سورة النازعات، الآية 17، 19.

² - الشيخ مصطفى الغلايبي، الجامع في الدروس العربية، دار ابن الهيثم، القاهرة، ط1، 2005 م، ص 409.

³ - محمد يعقوب الفيروز آبادي، القاموس للمحيط، تح: مأمون شيخة، دار المعرفة، بيروت، ط2، 2007، ص 1058.

ب- اصطلاحاً :

ويعرف القسم أو اليمين بأنه: ((ربط النفس - بالامتناع عن شيء أو الإقدام عليه-، بمعنى معظمً عند الحالف حقيقة أو اعتقاداً، وسمي يمينا لأن العرب كان أحدهم يأخذ بيمين صاحبه عند التحالف)).¹

ويعرفه سيبويه يقول: ((اعلم أن القسم تأكيد لكلامك))²، ويوضح هنا سيبويه في قوله أن القسم يقصد به التوكيد في الكلام أو الزيادة في درجة التوكيد، وهذا يتوقف على حالة المتلقي، وقد كثر استخدام القسم في كلام العرب.

ويعرفه أيضاً ابن جني: ((اعلم أن القسم ضرب من الخبر يذكر ليؤكد به خبر آخر)).³ ومن خلال ما سبق نخلص إلى أن معظم التعريفات الواردة تدور في حلقة واحدة مفادها أن القسم من المؤكدات التي يؤتى بها قصد إثبات الكلام.

ثامناً أسلوب التكرار:

ظاهرة التكرار أحد الظواهر اللغوية التي تكون على مستوى اللفظ والتراكيب والمعاني وهي ظاهرة معروفة وواردة في الخطب الإسلامية والشعر العربي والقرآن الكريم، مما استدعى اهتمام الباحثين للوقوف على جوانبه الفنية.

أ- لغة:

"الكرُّ الرجوع يقال كرَّ وكرَّ بنفسه...الكرُّ المصّر، وكرَّر الشيء وكرَّره: أعاده مرة أخرى".⁴

ب/ اصطلاحاً:

التكرار باعتباره أسلوباً من أساليب البيان في البلاغة العربية: "هو إعادة الكلام أو الموضوع مرة أخرى وقد يكون في هذه الإعادة إضافة جديدة في الألفاظ والمعاني وقد يقصد صاحب التكرار من تكراره تحقيق غرض أو تأكيد معنى، فيكون تكراره لحكمة مقصودة".¹

¹ - مصطفى ديب محيي الدين ديب، الواضح في علوم القرآن، د ط، د ت، ص 207.

² - عمرو بن عثمان قنبر الملقب بسيبويه، الكتاب، تح: إميل بدیع يعقوب، دار الكتاب العلمية، بيروت، ط1، 1999م، مج3، ص212.

³ - أبي الفتح عثمان جني، اللع في العربية، تح: حامد المؤمن، مكتبة النهضة العربية، ط2، 1985م، ص241.

⁴ - ابن منظور، لسان العرب، باب الكاف، فصل الراء، ج43، ص3851.

أو هو ما أجمع عليه الباحثون: "التكرار اللفظي والمعنوي غايته إما للتوكيد أو لزيادة التثنية أو التهويل أو التعظيم أو التلذذ بذكر المكرر".²

لذا نجد بعض الخطب الإسلامية وآيات القرآن الكريم تحفل بهذا الأسلوب لتأكيد الزجر والوعيد، وتثبيت الحجة وفي بعض عباراته لتحقيق النعمة وترديد المنة أو للإقناع وتركيز الفكرة وتعميق العقيدة.³

تاسعا أسلوب التقديم والتأخير:

التقديم والتأخير ظاهرة لطيفة، وفن بلاغي رفيع يعد من أهم الأساليب التي تخدم الغرض الإقناعي.

ومن المعلوم في صياغة الجملة في اللغة العربية أن كل كلمة فيها لها ترتيب خاص فيها بحسب وصفها، بحيث عُدَّ الترابط في الكلام ووضع كل كلمة في مكانها اللائق من الجملة من أهم مقومات البلاغة والبيان، وكثير من الكلمات لو قدمتها أو أخرتها عن محلها لفسد عليك المعنى الذي تريده أوضاع جماله ورونقه، أو أخلَّت ببعض أساليب التعبير العربي الفصيح على أقل احتمال، إذن فلكل كلمة موضعها من الجملة.⁴

وقد أولاه علماء البلاغة عناية فائقة باعتباره أحد أصول علم المعاني الذي به تعرف أحوال اللفظ العربي التي بما يطابق مقتضى الحال، وكما يقول السكاكي: "تتبع خواص تراكيب الكلام في الإفادة وما يتصل بها من الاستحسان وغيره، ليحتز بالوقوف عليها عن الخطأ في تطبيق الكلام على ما يقتضي الحال ذكره".⁵

¹ - صلاح عبد الفتاح الخالدي، إعجاز القرآن البياني ودلائل مصدره الرباني، دار عمان، عمان، د ط، 2000، ص 310.

² - أبو الفتح ضياء الدين نصر الله بن محمد عبد الكريم الموصلي ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكتاب والشاعر، تح: محي الدين عبد الحميد، لبنان، بيروت، د ط، 1995م، ج 2، ص 146.

³ - محمد الصالح الصديق، من روائع الإعجاز، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، د ط، 2005م، ص 61.

⁴ - موسى إبراهيم الإبراهيمي، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم، ص 180.

⁵ - عبد العظيم إبراهيم محمد المطعني، خصائص التعبير القرآني وسماته البلاغية، ج 2، مكتبة وهبة عابدين، القاهرة، ط 1، 1992، ص 79.

عاشرا أسلوب الاستطراد:

أ- لغة:

"طرد: الطرد الشل بطرده طردا، والطريد المطرود من الناس والفارس يستطرد ليحمل عليه قرنه وذلك أنه يتحيز في استطراده إلى فئة وهو ينتهز الفرصة لمطاردته".¹

ب/ اصطلاحا :

لقد تعددت تعريفات الاستطراد عند الباحثين ولكن اقتصر الاختيار على تعريفين اثنين لما لهما من وضوح وسلاسة تقرب المعنى إلى الذهن:

أولهما "أن يخرج المتكلم من الغرض الذي هو فيه إلى آخر لمناسبة بينهما ثم يرجع إلى تمام الأول".²

كما عرفه أبو هلال العسكري بقوله: "هو أن يأخذ المتكلم في معنى فبينما يمر فيه يأخذ في معنى آخر...وقد جعل الأول سببا له".³ فالإستطراد أن يخرج المتكلم من الغرض الذي يخوض فيه كغزل أو فخر أو وعظ إلى غرض آخر كالهجاء مثلا، لمناسبة بينهما. وعلى وجه مقبول تم يعاود الرجوع لإتمام الغرض الأول،⁴ وخروج المتكلم هنا من ضرب كان يتحدث فيه إلى آخر إذا كان في السياق ما يستدعي الخروج، كأن يتحدث المتكلم عن شيء فيذكره بشيء آخر بينهما علاقة متشابهة مثلا أو علاقة ضد، فيورده على وجه الاستطراد، ولعل لهذا الأسلوب من الإيجابيات منها أنه ينتقل بالسامع أو القارئ من جو إلى آخر فيدفع عنه ذلك الملل، الناتج جراء الخوض في موضوع واحد.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، باب الطاد، فصل الدال، ج30، ص2652.

² - أحمد الهاشمي، جوهر البلاغة في المعاني والبيان والبديع، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، د ط، د ت، ص 203.

³ - أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكري، الصناعتين الكتابة والشعر، ص448.

⁴ - حنفي ناصف وآخرون، دروس البلاغة مع شرحه شمس البراعة، مكتبة المدينة، كراتشي، باكستان، ط1، 2007م، ص193.

III. النموذج التطبيقي: خطبة وصف الدنيا والتحذير منها للإمام علي - كرم الله وجهه-

أولا تعريف بالخطبة وصاحبها ومحاورها:

أ - تعريف الخطبة:

الخطبة: بضم الخاء كلام منشور مسجوع ومرسل، أو مزدوج بينهما غايته التأثير والإقناع.

ويقصد بها هنا الخطب التي تلقى على المنابر يوم الجمعة، بقصد حمل الناس على الخير، وترغيبهم فيه، وصرفهم عن الشر ودواعيه، وتبصيرهم بأحوالهم وواقع أمرهم حسب ما يقتضيه أمر الشرع.

والخطبة من جانب الخطيب مقدرة على التصرف في فنون الكلم، مرمها التأثير في نفس السامع ومخاطبة وجدانه.¹

ب/ الإمام علي كرم الله وجهه اسمه ونسبه:

ولد الإمام علي بن أبي طالب بن عبد المطلب بن هاشم بن عبد مناف يوم الجمعة الثالث من شهر رجب سنة ثلاثين من عام الفيل داخل الكعبة المشرفة، وكانت ولادته قبل البعث بعشر سنين وبعد ميلاد الرسول صلى الله عليه وسلم بثلاثين سنة.

أبوه طالب واسمه عبد مناف، وهو الذي حضن رسول الله صلى الله عليه وسلم بعد وفاة جده عبد المطلب بعد الفيل بثمان سنين، وأمه فاطمة بنت أسد بن هشام بن عبد مناف، كان علي أصغر أبنائها.

وذكر المؤرخون أن قريش أصابتها أزمة قحط فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم لعمه حمزة والعباس: ألا تحمل ثقل أبي طالب في هذا المحل، فجاءوا إليه وسألوه أن يدفع إليهم ولده ليكفوه أمرهم، فقال دعوا لي عقيلا وخذوا من شئتم، فأخذ العباس طالبا وأخذ حمزة جعفرا، وأخذ النبي صلى الله عليه وسلم عليا، وكان علي في حجر رسول الله صلى الله عليه وسلم منذ كان عمره ست سنين.

¹ - صالح بن عبد الله بن حميد، منهج في إعداد خطبة الجمعة، د ت، د ط، ص 06.

كما كان كرم الله وجهه ذات شخصية بعيد المدى شديد القوى، بقولا فضلا ويحكم عدلا، يتفجر العلم من جوانبه، وتنطلق الحكمة من نواحيه... الخ، هكذا قد لا يمتلك الإمام علي من الصفات الخلقية و الفضائل النفسية والدينية، ما لم يجتمع لإنسان قط. خلا رسول الله صلى الله عليه وسلم، وكان لطيف الحسن، نقي الجوهر، وضيء النفس، سليم الذوق، مستقيم الرأي.... الخ، جرى على لسانه الخطب الرائعة والرسائل الجامعة والوصايا النافعة بأداء معكم ولفظ عذب سائغ، وقد حاول الكثير من العلماء والكتاب والأدباء أن يجمعوا خطبه وكلامه في كتب ودواوين مستقلة، غير أن أهم إنجاز وأعلاه شأنًا، هو ما جمعه الشريف الرازي أبو الحسن محمد الموسوي في: "نهج البلاغة" وتصدى لشرحه الكثيرون منهم الشيخ محمد عبده وعزالدين المدائني، اختلفت الأقوال في وفاته، والقول الأثبت الليلة السابعة عسر من شهر رمضان في ليلة بدر، وقبره بالفرى.¹

ج/ الخطبة : وصف الدنيا التحذير منها للإمام علي كرم الله وجهه.

أما بعد فإني أحذركم الدنيا فإنها حلوة خضرة حفت بالشهوات وتحببت بالعاجلة، وراقت بالقليل، وتحلت بالآمال، وتزينت بالغرور. لا تدوم حبرتها، ولا تؤمن فجعتها. غرارة ضرارة. حائلة زائلة نافذة بائدة، أكلة غوالة. لا تعدو —إذا تناهت إلى أمنية أهل الرغبة فيها والرضاء بها— أن تكون كما قال الله تعالى سبحانه: ﴿كَمَاءٍ أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ فَأَصْبَحَ هَشِيمًا تَذَرُوهُ الرِّيحَ وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُقْتَدِرًا﴾ (الكهف: 45)، لم يكن امرؤ منها في حبرة إلا أعقبته بدها عبرة، ولم يلق في سرائها بطنا إلا منحته من ضرائها ظهرا. ولم تطله فيها ديمة رخاء إلا هتنت عليه مزنة بلاء. وحرى إذا أصبحت له منتصرة أن تسمي له متنكرة وإن جانب منها اعذوذ وحلولي أمر منها جانب فأوبى. لا ينال امرؤ من غضارتها رغبا إلا أرهقته من نوائبها تعبًا ولا يمسي منها في جناح أمن إلا أصبح على قوادم خوف. غرارة غرور ما فيها، فانية فان من عليها. لا خير في شيء من أزوادها إلا التقوى. من أقل منها استكثر مما يؤمنه. ومن استكثر منها استكثر مما يوبقه، وزال عما قليل عنه. كم من واثق بها فجعته، وذوي طمأنينة إليها قد صرعه. وذوي أبهة قد جعلته

¹ - أبي حامد عز الدين المدائني، شرح نهج البلاغة، ضبطه وصحه محمد عبد الكريم النحوي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الجزء الأول، الطبعة 1، 1998، ص 4، 5.

حقيرا وذوي نخوة قد ردتته ذليلا. سلطانها دول، وعيشها رنق، وعذبها أجاج وحلوها صبر، وغذاؤها سم، وأسبابها رمام. حيُّها بعرض موت، وصحيحها بعرض سقم. ملكها مسلوب، وعزيزها مغلوب وموفورها منكوب. وجارها محروب. أَلستم في مساكن من كان قبلكم أطول أعمارا، وأبقى آثارا وأبعد آمالا، وأعد عديدا، وأكتف جنودا؟ تعبدوا للدنيا أي تعبد، وآثرها أي إثَّار، ثم ظعنوا عنها بغير زاد مبلغ ولا ظهر قاطع، فهل بلغكم أن الدنيا سخت لهم نفسا بفدية، أو أعانتهم بمعونة أو أحسنت لهم صحبة؟ بل أرهقتهم بالقوادح، وأوهنتهم بالقوارع، وضععتهم بالنوائب وعفرتهم للمناخر، ووطئتهم بالمناسم، وأعانت عليهم ريب المنون. فقد رأيتم تنكرها لمن دان لها، وآثرها وأخلد لها، حتى ظعنوا عنها لفرق الأبد. وهل زودتهم إلا السغب، أو أحلتهم إلا الضنك، أو نورت لهم إلا الظلمة، أو عقتهم إلا الندامة. أفهذه تؤثرون أم إليها تطمئنون؟ أم عليها تحرصون؟. فبئس الدار لمن لم يتهمها ولم يكن فيها على وجل منها فاعلموا - وأنتم تعلمون - بأنكم تاركوها وظاعنون عنها. واتعظوا فيها بالذين قالوا: ﴿مَنْ أَشَدُّ مِنَّا قُوَّةً﴾ (فصلت: 15). حملوا إلى قبورهم فلا يدعون ركبانا، وأنزلوا الأجداث. فلا يدعون ضيفانا. وجعل لهم من الصفيح أجنان، ومن التراب أكفان، ومن الرفات جيران، فهم جيرة لا يجيبون داعيا، ولا ينمعون ضيما، ولا يبالون مندبة. إن جيدوا لم يفرحوا، وإن قحطوا لم يقنطوا. جميع وهم آحاد، وجيرة وهم أبعاد. متدانون لا يتزاوون، وقريبون لا يتقاربون. حلما قد ذهب أضعافهم، وجهلاء قد ماتت أحقادهم. لا يخشى فجعهم، ولا يرجى دفعهم استبدلوا بظهر الأرض بطنًا، وبالسعة ضيفا، بالأهل غربة، وبالنور ظلمة، فجاءوها كما فارقوها، حفاة عراة. قد ظعنوا عنها بأعمالهم إلى الحياة الدائمة والدار الباقية، كما قال سبحانه: ﴿كَمَا بَدَأْنَا أَوَّلَ خَلْقٍ نَعْبُدُهُ وَغَدًا عَلَيْنَا إِنَّا كُنَّا فَاعِلِينَ﴾ (الأنبياء: 104).¹

¹ - الإمام علي بن أبي طالب، نهج البلاغة، تح: محمد عبده، دار الحديث القاهرة، 2004م، ص 150، 151، 152، 153.

د - تناولت الخطبة المحاور الآتية:

- التحذير من إتياع شهوات الدنيا.
- تجنب الاستسلام للدنيا والخضوع لها .
- الدعوة إلى الصلح والإصلاح.
- نشر الفضائل وتسكين الفتن.
- الدعوة إلى الحق.
- إثارة النفوس الثائرة.
- الدعوة إلى الزهد في الدنيا.
- تهدئة النفوس الثائرة.

ثانيا استراتيجيات الإقناع في البلاغة من خلال الخطبة:

لقد وظف الإمام علي كرم الله وجهه ثلاث استراتيجيات في خطبته هذه وهي وصف الدنيا والتحذير منها بهدف إقناع المتلقي والتأثير فيه لإيصال النصيحة وترسيخها في ذهن المتلقي.

أ - الاستراتيجية الديناميكية النفسية:

فالمنبه هنا هو التحذير من الدنيا باستعماله أساليب النهي والتوكيد والاستفهام وتوظيف ألفاظ عاطفية تؤثر في النفس بالإيجاب أو بالسلب أي بالخوف أو بعدم الخوف، بصيغ المبالغة مما يزيد من شدة تأثير النفس بها مثل غرارة ضرارة على وزن صيغة المبالغة فعالة وكذلك لفظة فانية هالكة غوالة، كل هذه الألفاظ تؤدي إلى الشعور بالخوف في نفسية المتلقي فهي من أفعال العواطف والأحاسيس التي تعبر عن تقويم عاطفي وأخلاقي، إيجابي أو سلبي. والاستجابة هنا في قوله: "لا تعدو إذا تناهت إلى أمنية أهل الرغبة فيها والرضا، بما أن تكون كما قال الله سبحانه: ﴿كَمَاءٍ أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ فَأَصْبَحَ هَشِيمًا تَذْرُوهُ الرِّيحَ وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُقْتَدِرًا﴾".

فالآية هنا اعتمادها كنتيجة وكذلك كأسلوب ضرب المثل كما استخدم المحسنات البديعية مثل "لم يلق في سرائها بطنا إلا منحته من ضرائها ظهرا. رخاء بلاء"، وما أكثر المحسنات من طباق ومقابلة، سجع وجناس ولما تحدثه هذه الألفاظ من نغم موسيقي ورونق في الكلام فهي تساهم بشكل كبير في التأثير والإقناع في نفسية المتلقي.

وساهم بشكل كبير في عملية الإقناع وأحداث الوظيفة الإقناعية وجمالية أسلوب التكرار وأسلوب الأمر وأسلوب التدرج في عرض النصائح في وصف الدنيا والتحذير منها وفي الأخير ضرب المثل وكذلك أسلوب الوعد مثل ذلك بالآية الكريمة كما قال سبحانه: ﴿كَمَا بَدَأْنَا أَوَّلَ خَلْقٍ نَعِيدُهُ وَعَدًا عَلَيْنَا إِنَّا كُنَّا فَاعِلِينَ﴾ وصاغها كأسلوب للحوار أي لنهاية الحوار لأنه بدأ كلامه في أول الخطبة بقوله "أما بعد فإني أحذركم الدنيا..." وذلك من خلال توظيفه المعرفة المسبقة بالمرسل إليه، وهذا ما يعطي الخطاب صيغة العامة. ويمنحه صفة الديمومة. ومناسبة لكل وقت. ومن أجل نجاح هذه الاستراتيجية يجب توفر سلطة المرسل على المرسل إليه لذلك فقد تكون نتيجة الفعل التوجيهي

ملزمة للمرسل إليه عبر سلطة المرسل... الخ وبهذا يكون استعمال الفعل الإقناعي نابعا من علاقة سلطوية بين طرفي الخطاب.

ب - الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:

تتجلى في أن علي كرم الله وجهه يحذر من إتباع الشهوات في هذه الدنيا بما فيها من حبا بعجلة الشيء وعدم اقتناعنا بالقليل والتزين بالغرور. فهو عندما يحذرنا بهذه الأشياء ويحذرنا أنها زائلة غير دائمة في قوله "لا تدوم خيرتها". و"وفانية هالكة" فقد اختار هذه الكلمات بأسلوب النهي والنصيحة لما فيها من أقوال ضمنية كانت دائما مرتبطة بالمعارف المشتركة للمتخاطبين تتجلى في إستراتيجية اجتماعية لنشر الثقافة الإسلامية في نفوس المتلقين كذلك التدرج في عرض هذه الشهوات وأن الدنيا فانية هالكة، ويدعم رأيه في عرضه للنصائح بآيات من التنزيل العزيز لتأثير أكثر في المتلقي بحجة إقناعيه وتغيير سلوكه. وفي منتصف حديثه أي (خطبته) يوظف أسلوب الاستفهام لأنه لا يستفهم مستفهم مخاطب من يخاطبه عن شيء إلا وقد علم أن الجواب لابد أن يكون في صالحه لأنه ائتمنه على الجواب.

ولم يجب كرم الله وجهه على الاستفهام الذي طرحه: بل أجاب عليه بالتلميح تدريجيا لأن التلميح أسبق إلى الفهم من التصريح لأن صاحب الخطاب أي المرسل لا يفهم ما يميزه في خطابه تماما مثلما يفهم ما يظهر فيه فهنا تتبين مدى كفاءة المرسل لإيصال خطابه والمعلومة التي يريد إيصالها إلى مقاصد المتلقي. فلو أن الأسلوب والاستراتيجية المباشرة تمكن من إيصال المعلومة وإقناع المتلقي لما كلف المرسل نفسه في توظيف خطابه كل ما تستدعيه عناصر السياق الاجتماعية من تنوع الخطاب في بنيته. وكل هذه الأساليب والاستراتيجيات تؤدي إلى تعديل السلوك الاجتماعي من خلال أن السلوك الفردي تسيطر عليه توقعات وضوابط اجتماعية داخل المجتمع وبالتالي فإن إقناع الفرد يأتي عبر إحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.

ج- استراتيجيات إنشاء المعاني :

وتقوم هذه الاستراتيجية على ثلاث محاور هامة هي المنبه لإحداث الاستجابة وتفسير المرسل إليه للخطاب، وكيف يتصور المرسل طبيعة الجمهور.

ففي هذه الاستراتيجية استخدم الإمام الأساليب بمحملها من نهي وتحذير وتوكيد واستفهام، وأمر وتدرج ضرب الأمثال... الخ. كمنبهات لإدراك المتلقي ماهية الخطاب الذي يسمعه، كما أن المتلقي من خلال الخطبة أي بعد سماعها وفهمها فقد علم أنها وصف لدنيا ونصحه من خلال التحذير من مخاطرها.

لهذا فالمرسل عمدة هذه الاستراتيجية لأنه على علم أن طبيعة الجمهور المتلقي مسلمون وبالأحرى معظمهم مسلمون أو على علم بالإسلام فهم على علم من تفسير ودلالة هذه الألفاظ المذكورة من خلال عرضه لهذه الخطبة.

ثالثا الأساليب اللغوية للإقناع في البلاغة من خلال الخطبة:

وقد حوت خطبته كرم الله وجهه العديد من الأساليب المؤدية غرض دعوى من إنذار ووعيد محققة في الوقت نفسه غايات وأهداف إقناعيه وهي كالآتي:

أولا/ أسلوب القصص:

● جاء في نص الخطبة قوله كرم الله وجهه: "كم من واثق بها فجعته. وذو طمأنينة إليها قد صرعه وذو أربة قد جعلته حقيرا وذو نخوة قدرته ذليلا سلطانها..." في هذا المقطع من الخطبة يخبرنا كرم الله وجهه عن قصص الأمم السابقة التي اتبعت شهوات الدنيا وملذاتها، ووثقت لها فدارت عليهم بم آسيتها وآلامها وتقلب أحوالها من صحة إلى مرض ومن سعادة إلى حزن..." الخ.

فالغاية من هذا هو الأخذ بالعبرة وإقناع البشر بهدف الموعظة والتحذير من الدنيا التي آملها مقطوعة ممنوعة أحوالها بلائها وأضرارها غير مدفوعة.

● كما ورد أيضا: "ألستم في مساكن من كان قبلكم أطول أعمارا، وأبقى آثارا وأبعد آمالا، وأعد عديدا وأكتف جنودا؟ تعبدوا للدنيا أي تعبدا وآثروها أي إثارة، ثم صنعوا عنها بغير زاد مبلغ ولا ظهر قاطع فهل بلغكم أن الدنيا سحت لهم نفسا بفدية..."

ففي هذا المقطع من الخطبة يخبرنا كرم الله وجهه قصة الأمم الماضية، الذين عايشوا الدنيا وتعبدوا وخضعوا لها وآثروها، لكن لم ينجوا من كل ذلك إلا السغب والذل وتنكرها لهم فالغرض من هذه القصص هي الأخذ بالعبرة وتجنب أهواء النفس التي تستمر في طلب المزيد من شهوات الدنيا الهالكة.

ثانيا/ أسلوب ضرب الأمثال:

جاء في الخطبة قوله تعالى: ﴿كَمَا أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتَ الْأَرْضِ فَأَصْبَحَ هَشِيمًا تَذَرُوهُ الرِّيحَ وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُقْتَدِرًا﴾.

في هذه الآية ضرب لنا المثل، حيث شبه الناس الذين غرهم شهوات الدنيا بالنبات اليابس المنكسر الذي تذروه الرياح وتنقله من مكان إلى آخر، فهذا المثل أدرجه الإمام علي كرم الله وجهه

من خلال الآية الكريمة ليمثل تلك المعاني المجردة في صورة محسوسة حتى تتضح في ذهن السامع ويقتنع بها.

ثالثاً/ أسلوب الحوار:

● وقد أشار من خلال الخطبة هنا في قوله: "فأني أحذركم الدنيا فإنها حلوة خضرة حفت بالشهوات..."

ففي هذا المقطف تم إيضاح قضية الخلاف من خلال تحذير الإمام علي كرم الله وجهه إلى الناس من الدنيا وإتباع شهواتها.

من هنا تبرز المحاورة حين حذرهم من الدنيا المخوفة بالشهوات والمزينة بالغرور، فهي غزارة ضرارة لا تدوم مسرتها.

● "فهل بلغكم أن الدنيا سحت لهم نفساً بفدية أو أعانتهم بمعونة أو أحسنت لهم صحبة؟".
إن من اتبع شهوات الدنيا وغرورها وأهوائها لم يجن لهم فائدة بل أرهقتهم وسقتهم مرارها وذللتهم بمصائبها وقسوتها وجاء هذا الحوار بأسلوب الاستفهام من أجل إبراز الحقائق وتوضيحها. لما في هذا الأسلوب من تقرير لإظهار الحقيقة وإبرازها على الرغم من تجاهل الناس لها.

● كما قال أيضاً: "فقد رأيتم تنكرها لمن دان لها، وأثرها وأخلدها..."

ففي هذه المحاورة إبراز مكيدة الدنيا ونكرانها لمن خضع لها وأخلدها فحلت عليهم بسفنها وظلمتها، وعقبتهم إلا الندامة.

● قال الإمام علي كرم الله وجهه مخاطب الناس: "وهل زودتهم إلا السغب أو أحللتهم إلا الضنك..."

يظهر من هنا أن التهاور عن طريق استجواب لما فعلته الدنيا بهؤلاء الذين يسعون وراءها فرغم الجري والركض من أجل الوصول إلى القمة يجدون أنفسهم قد أرهقتهم بالسعي دون بلوغ أمانيتهم، وهذا التهاور جاء على كل شكل تساؤل من أجل التأثير في نفس المتلقي ولفت انتباه وتركيز المستمع.

● وذكر أيضاً: "أفهمه تؤثرون أم إليها تطمؤون؟ أم عليها تحرصون..."

جاء هذا الحوار على شكل سؤال فعلى الرغم من كل تلك العواقب ومازلتم تسأمنونها وتحرصون لها، وكأنكم تضمنون دواع العيش فيها.

● وخاطبهم محذرا: "فاعلموا، وأنتم تعلمون بأنكم تاركوها وظاغنون عنها..."

ومن هنا يتضح أن علم الناس ومعرفتهم برحيلهم عن الدنيا وأنهم تاركوها وظاغنون عليها لكنهم لم يستغلوها في العمل الصالح فكان غرضه النصح والإرشاد إلى طريق الهداية.

رابعا/ أسلوب الوعد والوعيد:

ورد في نص الخطبة قوله تعالى: ﴿كَمَا بَدَأْنَا أَوَّلَ خَلْقٍ نَعِيدُهُ وَعَدًا عَلَيْنَا إِنَّا كُنَّا فَاعِلِينَ﴾ الأنبياء 104.

في هذه الآية يعد الله سبحانه وتعالى كافة خلقه بجمعهم في الدنيا التي لم يستغلوها في العمل الصالح وأنهم لم ينجوا من أعمالهم الدنيوية شيء، بل تسارعوا إلى النجاح فيها الذي هم تاركوها حتما ويعدهم كما خلقهم أول مرة حفاة عراة سيعيدهم إليه ليحاسبوا ويعاقبوا على أعمالهم.

فهذا المشهد الرائع يصور لنا مدى قدرة الله سبحانه وتعالى على جمع الخلق كافة فلا يستثني منهم أحد وغرضه الترهيب من الاستمرار في السعي وراء محاسن الدنيا الفانية.

خامسا/ أسلوب المحاجة:

"... لم يكن امرؤ منها في حيرة إلا أعقبته بعدها عبرة، ولم تلق في سرائها بطنا إلا منحته من سرائها ظهرا، ولم تطله فيها ديمة رخاء إلا هنتنا عليه مرنة بلاء... وغذاؤها سمام".

كان القصد من ذلك التأكيد على حجته من خلال عرض عاقبة من اتبع الدنيا، فخذلته وجعلته يدفع ثمن سعيه وراء أهواء الدنيا، ففي هذا المقطع من الخطبة تظهر الحجة التي أدرجها علي كرم الله وجهه لإقناع الطرف الآخر والتأثير فيه.

سادسا/ أسلوب التقديم والتأخير:

أمثلة من الخطبة:

كم من واثق بها فجعته.
مبتدأ مقدم خبر مؤخر

تقدم كم الخبرية قصد تمكين الخبر في ذهن السامع، فهو يخبرهم كرم الله وجهه عن قصص الأمم السابقة وعن شدة تعلقهم بالدنيا، فكان هدفه تحذير المتلقين من الخضوع للدنيا والتوجه لمناجاة الله.

غرارة ضرارة.
مبتدأ خبر

في هذه الحالة تقدم للمبتدأ وجوبا لأن المبتدأ أو الخبر تساويا في رتبة التنكير. تقدم المبتدأ (غرارة) من أجل الترتيب لأن الدنيا محفوفة بالشهوات، فهي تغريهم ثم تعود عليهم بالضرر.

من التراب أكفان
خبر مقدم مبتدأ مؤخر

في هذه الحالة تقدم الخبر وجوبا لأن الخبر جاء شبه جملة والمبتدأ نكرة لا مصوغ لها، لأن في تأخير الخبر اخلال في التناسب لذا يتقدم لمشاكلة الكلام.

سابعاً/ أسلوب العرض والإغراء:

● "أما بعد فإنني أحذركم الدنيا فإنها حلوة خضرة حفت بالشهوات وتحببت بالعاجلة، وراقت بالقليل، وتحلت بالآمال، وتزينت بالغرور. لاتدوم خيراتها..."

من خلال هذا المقطع يتبين لنا الغرض من ذلك هو الدعوة لتجنب شهوات الدنيا وملذاتها وشهواتها والتوجه لمناجاة الله سبحانه وتعالى.

● "...فهل بلغكم أن الدنيا سحت لهم نفساً بفسدية، أو أعانتهم بمعونة أو أحسنت لهم صحبة؟"

● "...ألستم في مساكن من كان قبلكم... وأكتفا جنوداً؟"

جاء في هذا المقطع من الخطبة بصيغة استفهام وذلك من خلال دعوتهم إلى ورع هذه الدنيا وأهوائها فإنها لا تجدي نفعاً، ولا تجنون منها إلا الإرهاق والذل وردتهم أسفل السافلين، وعادتهم بالظلمة والمآسي، ففي هذا استلطاف لدعوتهم إلى تجنب إغراءات هذه الدنيا الفانية.

أسلوب العرض:

● "...وهل زودتهم إلا السحب..."

● "...أفهمه تؤثرون أم إليها تطمئنون؟ أم عليها تحرصون..."

جاء هذا العرض بصيغة النهي والاستفهام من خلال تحذيرهم من التمسك بالدنيا والخضوع لها، ودعوتهم لمناجاة الله سبحانه وتعالى، فأدرجه كرم الله وجهه بصيغة الاستفهام، لما يتركه هذا الأسلوب من حيرة في ذهن السامع.

ثامناً/ أسلوب التكرار:

● "...من أقل منها استكثر مما يؤمنه. ومن استكثر منها استكثر مما يؤبقه..."

يتبين لنا من خلال هذا التكرار في المقطع، أنه يهدف من وراء ذلك إلى تأكيد وتثبيت الحجة والتهويل لمن اتبع شهوات الدنيا.

● "...تعبدوا للدنيا أي تعبد، وآثروها أي إثار..."

فتكرار قوله كرم الله وجهه (تعبدوا للدنيا أي تعبد) هو خطاب أراد به التأكيد على كثرة تعبدهم للدنيا وتمسكهم بها، لكن كانت ثمرة ذلك، نكرانها لهم.

(وآثروها أي إثار) ففي هذا تأكيد وتثبيت على تقديسهم للدنيا وهذا فيه استنهاض للهمم وجذب الانتباه للمتلقي.

● "...ومن الرفات جيران، فهم جيرة ولا يجيبون داعيا...وجيرة وهم أبعاد".

فتكرار لفظة الجيران دلالة على أنهم قريبون لا يتقاربون لانشغالهم عن بعضهم البعض، وراء الأمور الدنيوية.

● "...حتى ظغنا عنها لفراق الأبد...".

● "...قد ظغنا عنها بأعمالهم إلى الحياة الدائمة والدار الباقية".

فتكرار لفظة الظغن دلالة على رحيلهم عن الدنيا، فهو يشير إلى أنهم بعد الموت يذهبون بأرواحهم إلى نعيم أو شقاء، وكان الهدف من ذلك هو توعية النفس الإنسانية من السعي وراء المشاغل الدنيوية لأنهم راحلون عنها.

والغاية من هذا التكرار هو التأكيد على سوء العاقبة لهم.

الخاتمة

في ختام هذا البحث نعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها بخصوص العملية الإقناعية، ودور الأساليب البلاغية في تحقيق هذه الوظيفة:

1. يتلخص الإقناع في مفهومه اللغوي في الخضوع والرضا والقبول، وأما في مفهومه الاصطلاحي: فإنه يتجسد في عملية التواصل في عناصرها الثلاثة: المرسل، المرسل إليه، والرسالة أين يتم إيصال مضمون هذه الأخيرة إلى الطرف الثاني بقصد الإقناع والتأثير.

2. ترتبط عملية الإقناع بمصطلحات عديدة منها الحجاج والبرهان والاستدلال، ذات صلة بهدف الإقناع ووظيفته هذه الأخيرة تتخذ أشكالا مختلفة في حقل الإعلام والصحافة، كالتأثير والإيحاء والدعاية والإعلان.

3. يتحقق الفعل الإقناعي في المتلقي بأنواع مختلفة كالإقناع العقلاني، والأقناع القلبي (العاطفي)، الإقناع الخداعي، بغية تحقيق أهداف عملية الإقناع.

4. يتأسس الفعل الإقناعي الناجح والمؤثر على العناصر الآتية:

- الصيغة الواضحة للرسالة.

- التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلات معهم.

- الموضوعية.

- التخطيط الجيد لعملية الإقناع.

- الحساسية للإرجاع الأثر.

ويلخص نيوسيم في المبادئ الآتية:

● مبدأ المعرفة.

● مبدأ الحركة.

● مبدأ الثقة.

● مبدأ التوضيح.

5. اتضح لنا عند العرض لتحديد البلاغة، أنها تتلخص في إصابة المعنى بوضوح وسلامة مع خلوها من التكلف والفضول ومراعاتها لمقتضى الحال، وهذا المفهوم يحيل إلى المواصفات الجمالية التي تجعل من الأدب جمالا وفنا، لكن ذلك لا يقصي الجوانب الاتصالية والإقناعية من جهة ثانية.

6. أبان البحث، أن المتكلم الذي يبعث برسالته إلى المتلقي بغية إقناعه، يجب أن يتخذ استراتيجيات التي أبان عليها البحث، وأقرتها النظريات الإعلامية الحديثة والمعاصرة وهي:

- الاستراتيجية الديناميكية النفسية.

- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية.

- استراتيجية إنشاء المعاني.

7. كشف البحث أن الأساليب اللغوية، هي من أهم أدوات الإقناع والمعالجة، وتنوعها يساعد في انجاح هذه العملية إذ كل أسلوب يساهم في أداء أفكار معينة، وهو ما كشفت عنه الدراسة التطبيقية لخطبة الإمام علي - كرم الله وجهه -.

8. كشفت الدراسة التطبيقية لخطبة الإمام علي - كرم الله وجهه - أن الإمام استعان بعدد الأساليب اللغوية في إقناع متلقيه، وكان أسلوبا التدرج والتكرار قد احتلا مساحة كبيرة في الخطبة من بين الأساليب الأخرى.

9. ويبدو - حسب رأينا - أن أسلوب التكرار قد جاء لتثبيت النصيحة وترسيخها في ذهن السامع...

قائمة المصادر

والمراجع

المصادر:

• القرآن الكريم برواية ورش.

1. ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، تح: عبد السلام هارون ، مج 1، دار الجميل، بيروت، د ط، 1999م.
2. ابن منظور لسان العرب، تح: عبد الله علي الكبير وآخرون، دار المعارف، القاهرة، د ط، د ت.
3. أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد بن زكريا، دار الفكر للطباعة والنشر، د ط، ج 3.
4. أبو الفتح ضياء الدين نصر الله بن محمد عبد الكريم الموصلي ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكتاب والشاعر، تح: محي الدين عبد الحميد، لبنان، بيروت، د ط، 1995م، ج 2.
5. أبو القاسم جاز الله محمود بن عمر الزمخشري الخوارزمي، أساس البلاغة، دار الفكر، بيروت، د ط، د ت.
6. ابي الفتح عثمان جني، اللمع في العربية، تح: حامد المؤمن، مكتبة النهضة العربية، ط 2، 1985م.
7. إسماعيل بن حماد الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تح: أحمد عبد الغفور، دار العلم للملايين، بيروت، ط 1990، 4م، ج 1، ص 1990.
8. بدوري طبانة، معجم البلاغة، دار المنار للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، د ط، 1998م.
9. الخليل بن أحمد الفراهيدي ، معجم العين، تر: داود سلوم وآخرون، مكتبة لبنان ناشرون ، ط 1، 2004م.
10. عبد القادر الرازي، معجم مختار الصحاح ، تح: يونس الشيخ محمود، ج 1، بابل الباء " ب ل غ "، المكتبة العصرية، لبنان، د ط، 2006م.
11. علي بن أبي طالب، نهج البلاغة، تح: محمد عبده، دار الحديث القاهرة، 2004م.
12. عمرو بن عثمان قنبر الملقب بسبيويه، الكتاب، تح: إميل بديع يعقوب، دار الكتاب العلمية، بيروت، ط 1، 1999م، مج 3.
13. مجمع اللغة العربية، الوسيط، مادة قنح، دار المعارف، مصر، ط 2، 1973م، ج 2.

14. محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، باب القاف، مادة (ق-ن-ع-)، دار الكتاب العربي ، بيروت، د ط ، د ت.

15. محمد عبد العظيم الزرقاني، مناهل العرفان في علوم القرآن ،دار الكتاب العربي، ط1، 1995م، ج2.

16. محمد يعقوب الفيزوز آبادي، القاموس للمحيط، تح: مأمون شيخة، دار المعرفة، بيروت، ط2، 2007.

المراجع:

17. مصطفى الغلايبي، الجامع في الدروس العربية، دار ابن الهيثم، القاهرة، ط1، 2005 م.

1. ابن القيم إمام الجوزية، الفوائد المشوقة إلى علوم القرآن وعلم البيان، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، د ط، د ت.

2. أبو عبد الله فيصل بن عبده قائد الحاشري، تسهيل البلاغة، دار الإيمان للنشر والطبع والتوزيع، الإسكندرية ، د ط، 2006م.

3. أبي حامد عز الدين المدائني، شرح نهج البلاغة، ضبطه وصحه محمد عبد الكريم النحوي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الجزء الأول، الطبعة1، 1998 .

4. أحمد الشايب، الأسلوب، ناشرون، مكتبة لبنان، ط1، 1994م.

5. أحمد الهاشمي، جوهر البلاغة في المعاني والبيان والبديع، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، د ط، د ت.

6. بثينة أيوب وأحمد محمود المصري، قضايا بلاغية، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، ط2005، 1م.

7. بيجيرو، الأسلوبية، تر: منذر عياش ،مركز الإنماء الحضاري للدراسة والترجمة والنشر، ط2، 1994م.

8. جبور عبد النور، المعجم الأدبي، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط1، 1979م.

9. حمو النقاري، التحاجج طبيعته ومجالاته ووظائفه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بالرباط، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط1، 2006م.

10. حميد آدم الثويني، البلاغة العربية المفهوم والتطبيق، دار المناهج، عمان، الأردن، ط1، 2007 م.
11. حميد آدم شويبي، فن الأسلوب دراسة وتطبيق عبر العصور الأدبية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006 م.
12. حنفي ناصف وآخرون، دروس البلاغة مع شرحه شمس البراعة، مكتبة المدينة، كراتشي، باكستان، ط1، 2007 م.
13. خالد حسين حمدان، الإقناع أسسه وأهدافه في ضوء القرآن الكريم، الجامعة الإسلامية، غزة، د ط، 2005 م.
14. الخطيب القزويني، الإيضاح في علوم البلاغة، تج: عبد المنعم خفاجي، المكتبة الأزهرية، مصر، ط3، 1993 م.
15. صابر حباشة، التداولية والحجاج، مداخل ونصوص، صفحات للدراسة والنشر، ط1، 2008 م.
16. صالح بن عبد الله بن حميد، منهج في إعداد خطبة الجمعة، د ت، د ط.
17. صلاح عبد الفتاح الخالدي، إعجاز القرآن البياني ودلائل مصدرة الرباني، دار عمان، عمان، د ط، 2000.
18. عاطف فضل، مبادئ البلاغة العربية للطلاب الجامعي، دار الرازي، عمان، الأردن، ط1، 2006 م.
19. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، ط2، 2005 م.
20. عبد الرحمن حسنة حنبكة، البلاغة العربية أسسها وعلومها وفنونها، دار التعليم الدار الشامية، بيروت، ط1، 1992 م.
21. عبد العظيم إبراهيم محمد المطعني، خصائص التعبير القرآني وسماته البلاغية، ج2، مكتبة وهبة عابدين، القاهرة، ط1، 1992 م.
22. عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط8، 1418 م.
23. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط1، 2003 م.

24. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة الجديدة، بيروت، لبنان، ط1، 2003م.
25. علي برغوث، الاتصال الإقناعي، كلية الإعلام، جامعة الأقصى، غزة، ط1، 2005م.
26. علي بن محمد الشريف الجرجاني، مع الفهرست كتاب التعريب، باب الباء، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، طبعة جديدة، 1985م.
27. فهد خليل زيدان، فن الحوار والإقناع، دار النقائص للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2007م.
28. فيصل حسين طحمير العلي، البلاغة الميسرة في المعاني والبيان والبديع، مكتبة دار الثقافة، عمان، الأردن، د ط، 1994م.
29. كورنيليا فون راد صكوجي، الحجاج في المقام المدرسي، منشورات كلية الآداب منوبة، د ط، 2003م.
30. محمد عبد اللطيف البلاغة والأسلوبية، شركة أبو الهول للنشر، القاهرة، ط الأولى، 1994م.
31. محمد الصالح الصديق، من روائع الإعجاز، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، د ط، 2005م.
32. محمد الطاهر بن عاشور، تفسير التحرير والتنوير، دار سحنون للنشر والتوزيع، تونس، د ط، 1997م، ج8.
33. محمد بركات حمدي أبو علي، بلاغتنا اليوم بين الجمالية والوظيفة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2004م.
34. محمد يوسف نجم، فن القصة، دار صادر للطباعة للنشر الإسكندرية، بيروت، لبنان، د ط، 1996م.
35. مصطفى ديب النعا، محب الدين مستو، الواضح في علوم القرآن، د ط، د ت.
36. موسى إبراهيم الإبراهيمي، بحوث منهجية في علوم القرآن، دار عمان، الأردن، عمان، ط2، 1996م.

المقالات ومجلات:

1. أبو إسحاق الرازي، مقال في مدارك الإستدلال والنظر، ج1.

2. مجلة المبخبر، العدد التاسع، 2003م.
3. محمد ميشال، أسرار النقد الأدبي، ص86، من مقال بين الصورة التخيلية والصورة الحجاجية، يوم الأربعاء 5 مارس 2014م.

فهرس الموضوعات

مقدمة.....	أ - د .
الفصل الأول: مصطلحات الدراسة.....	5- 29.
أولاً: الإقناع.....	6- 7.
لغة.....	6.
إصطلاحاً.....	7.
المصطلحات المقاربة.....	8- 14.
الحجاج.....	8- 9.
البرهان.....	10.
الاستدلال.....	11.
المصطلحات المقاربة للإقناع في ميدان الإعلام والصحافة.....	12- 14.
أنواع الإقناع.....	15- 16.
أهداف الإقناع.....	17- 19.
أسس الإقناع.....	20- 22.
ثانياً: البلاغة.....	23- 29.
حد البلاغة.....	23- 25.
وظائف البلاغة.....	26- 29.
الوظيفة التواصلية.....	26- 27.
الوظيفة الجمالية.....	27- 28.

الوظيفة التأثيرية.....	28 - 29
الفصل الثاني: إستراتيجيات الإقناع وأساليبه في البلاغة.....	30 - 58
إستراتيجية الإقناع.....	31 - 34
الإستراتيجية الديناميكية النفسية.....	31 - 32
الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية.....	32 - 33
استراتيجية إنشاء المعاني.....	33 - 34
أساليب الإقناع في البلاغة العربية.....	35 - 45
مفهوم الأسلوب.....	35 - 37
أساليب الإقناع في البلاغة العربية.....	38 - 45
أولا: القصص.....	38
ثانيا: ضرب الأمثال.....	38 - 39
ثالثا: الحوار.....	39 - 40
رابعا: الوعد والوعيد.....	40
خامسا: المحاجة.....	41
سادسا: العرض والإغراء.....	41 - 42
سابعا: أسلوب القسم.....	42 - 43
ثامنا: التكرار.....	43 - 44
تاسعا: التقديم والتأخير.....	44

عاشرا: الإستطراد.....	45
النموذج التطبيقي.....	46 - 57
أولا: التعريف بالخطبة وصاحبها.....	46 - 47
خطبة الإمام علي - كرم الله وجهه -	47 - 48
محاور الخطبة.....	49
ثانيا: إستراتيجيات الإقناع في البلاغة العربية من خلال الخطبة.....	50 - 52
ثالثا: الأساليب اللغوية للإقناع في البلاغة العربية من خلال الخطبة.....	53 - 58
الخاتمة.....	59 - 61
قائمة المصادر والمراجع.....	62 - 67
فهرس الموضوعات.....	68 - 71

تم بحمد الله