

استراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي التواصلي

أ. أمحمد عرابي

جامعة معسكر

ملخص:

يعد فعل الإقناع جوهر العملية التواصلية التفاعلية، وتوجيهه ينبني حتما على افتراضات مسبقة وخطابات متوقعة، وتحقيقه مرهون بمدى كفاءة المرسل إليه وقدراته اللغوية والعلمية، فلا تواصل من دون تأثير ولا تأثير من دون إقناع، فالوظيفة الإقناعية من وظائف البلاغة، وإذا كانت البلاغة هي فن الإقناع بالخطاب فلا خطاب منجز بمعزل عن سياقات أخرى تسبقه أو تليه. فاستراتيجية الإقناع توظف من أجل تحقيق أهداف المرسل النفعية بحسب تعدد ميادين الخطاب فقد يستعملها المنتخب من أجل إقناع ناخبه، والمعلم لإقناع تلامذته، والتاجر لإقناع زبائنه، والطفل لإقناع والديه بطلب ما . هذا ما جعلنا نولي أهمية لأغراض الخطاب المختلفة، والوقوف على أنجع استراتيجية لتحقيقه، وهي استراتيجية الخطاب.

Abstract:

La substance persuasion réaction de la transaction communicative, interactive et directe fondée inévitablement sur des hypothèses antérieures et les lettres inattendues, et atteint dépendrait de l'efficacité du destinataire et de ses aptitudes linguistiques et scientifiques, il continue sans impact ou l'effet sans convaincre, fonction persuasive de la rhétorique, et si la rhétorique est l'art discours persuasif n'est pas la parole Terminé en isolement dans d'autres contextes ont précédé ou suivi. La stratégie de persuasion employés pour atteindre les objectifs de l'expéditeur utilitaire comme discours champs multiples a utilisé de l'équipe dans le but de convaincre les électeurs, et le professeur de convaincre ses élèves, et le marchand de convaincre ses clients, et l'enfant à convaincre ses parents de demander. C'est pourquoi nous attachons une importance aux fins de la parole différente, et se tenir sur la stratégie la plus efficace pour atteindre , un discours stratégie.

مقدمة :

يعد الإقناع جوهر العملية التواصلية ولا يتجسد التواصل الذي يتحقق بوجود ثلاثي العملية التواصلية -الباث، الرسالة، المتلقي - إلا بواسطة اللغة وكيفما كانت هذه اللغة. باعتبار أن الغرض منه التأثير على المتلقي أو تغيير موقفه العاطفي أو الفكري وهو كذلك " وسيلة فعالة لجعل الفرد يتصرف ويفكر إراديا وفق المنحى الذي أراه له القائم بالإقناع، وهو في نفس الوقت هدف إذا وصل إليه القائم بالإقناع، يستطيع أن يعتبر نفسه قد نجح في مهمته، وهناك من يحدد هذه العملية بمعنى القوة، لأن القوة بالنسبة لهذا الاتجاه هي جعل الأفراد يتصرفون وفق إرادة ومصالح القوى عبر آليات وتقنيات معينة"¹.

لكن الإقناع لا يتجسد إلا بواسطة إستراتيجيات (آليات- طرق) وهذه الاستراتيجيات تتجسد في الخطاب ومن خلالها يتم تحقيق العملية التواصلية باعتبار أن الوظيفة الأساسية للغة هي التبليغ والتعبير (التواصل)، وإذا أردنا البحث في مفهوم وظيفة اللغة وجدنا محمود أحمد نحلة قد عرض إليه في باب وظيفة اللغة بالسؤال الآتي: "ماذا نفهم من مصطلح وظائف اللغة ؟ لعل المقصود من كلمة وظيفة في أبسط معانيها، تكون مرادفة لكلمة استعمال لذلك عندما نتحدث عن وظائف اللغة، فنحن لا نعني إلا الطريقة التي يستعمل بها الناس لغتهم أو لغاتهم إن كان لهم أكثر من لغة "². فمحمود أحمد نحلة تناول وظيفة اللغة من منظور تداولي متعلق بالاستعمال الفعلي للغة بين أفراد المجتمع اللغوي، إلا أن وظائف اللغة قد تعددت بتعدد زوايا النظر إليها، أما من المنظور الاجتماعي (التداولي) فلها "وظيفتان

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2006، ص14.

² - محمود أحمد نحلة أفاق جديدة في البحث اللغوي، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص266.

رئيسيتان ترتبطان بمقاصد الإنسان الذي يستعملهما وبوضعه الاجتماعي وأهدافه، فالناس عندما يتحدثون لا يفعلون ذلك لمجرد تحريك أعضاء النطق، ولكن ليؤدوا من خلال كلامهم هاتين الوظيفتين وهما التفاعلية والتفاعلية¹.

فالوظيفة التفاعلية: هي ما تقوم به اللغة بنقل ناجح للمعلومات تبرز من خلاله قيمة الاستعمال اللغوي فيركز المرسل جهده نحو بناء خطاب ليستطيع المرسل إليه أن يأخذ منه المعلومات الصحيحة والدقيقة فهذه الوظيفة تعد إحدى أهم مزايا اللغة الطبيعية التي تساهم في تحقيق التواصل بين أفراد المجتمع سواء أكان ذلك بغرض التوجيه، أم التعليم، أم غيره.

أما الوظيفة التفاعلية: فهي التي يقيم بها الناس علاقاتهم الاجتماعية ويحققون لأنفسهم غاياتها، وتتمثل في قدر كبير من المعاملات اليومية التي تحدث بينهم، فقد يقتصر دور اللغة في بعض السياقات على إقامة العلاقات وغيرها وقد يتجاوز إلى التأثير وغيره².

كما تعددت تصنيفات وظائف اللغة لدن كثير من الباحثين إذ "ثمة عدد من التصنيفات المألوفة لوظائف اللغة منها مثلا ذلك التصنيف الذي قدمه مالينوفيسكي واقترن بعمله في السياق situation والمعنى meaning... لقد قسم مالينوفيسكي (1923) وظائف اللغة إلى فئتين واسعتين: مقامية pragmatic وسحرية magical ولقد كان بحكم

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجية الخطاب بين الدراسات النظرية والممارسات الواقعية، مجلة خالد العسكرية، ص1 بتاريخ 2002/12/01 www.naseej.com تاريخ الزيارة 2007/07/10.

² - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجية الخطاب بين الدراسات النظرية والممارسات الواقعية، في مجلة خالد العسكرية، ص1 بتاريخ 2002/12/01 www.naseej.com تاريخ الزيارة 2007/07/10.

كونه متخصصا في علم الإنسان (الإنثروبولوجيا) مهتما بالاستخدامات العملية أو المقامية للغة¹. فمالينوفيسكي ركز على دور السياق في العملية التواصلية باعتبار أن لكل مقام مقال. كما أن هناك عدة تصنيفات أخرى لكثير من باحثي اللغة مثل كارل بيولر (1934) الذي صنفها إلى تعبيرية ونزوعية وتمثيلية، ورومان ياكوبسون (1960) الذي أضاف الشعرية والتعاملية والماورائية، وجيمس بريتون (1970) الذي اقترح إطارا يتألف من الوظائف التعاملية والتعبيرية والشعرية وغيرهم². ومن ثمة تجلت نظرية وظائف اللغة في حقل الدراسات اللغوية بعد أن استلهمها رومان ياكوبسون من نظرية الاتصال التي ظهرت عام 1948م التي أقرت أن عملية التواصل اللغوي تتطلب توافر ستة عناصر أساسية هي: المرسل والمتلقي وقناة الاتصال والرسالة اللغوية وشفرة الاتصال والمرجع الذي تحيل عليه في الواقع³.

وكل هذه الوظائف تتجلى في الخطاب الذي يكمن دوره في تقريب وجهات النظر وإيضاح الحقائق وتوجيه الناس صوب الوجهة التي نرتضيها. ومن ثمة غدا توظيف الاستراتيجيات ضروريا في الخطابات المختلفة كخطابات الدعوة وتبادل الأفكار بين الناس، وفي مجالات الحياة اليومية ومرافق الحياة" فالمعلم يحتاج أكثر من استراتيجية في خطابه مع طلابه، لاختلافهم في التكوين وتعدد ميولهم، ودرجة استيعاب كل منهم في الفهم،

¹ - محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي، ص266.

² - المرجع نفسه، ص267.

³ - أحمد مومن، اللسانيات النشأة والتطور، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005، ص148.

وكذلك القائد مع منسوبي وحدته، والأب في بيته، ورجل الإعلام في وسيلته الإعلامية وغيرهم كثر".¹

وعليه فإن تعدد السياقات مدعاة لتعدد الخطابات اللغوية، وهذا مؤثر إلى تعدد الاستراتيجيات لما لكل منها من مزايا وآثار حميدة، إذ لا يستطيع الإنسان أن يقتصر على استعمال إستراتيجية واحدة في كل سياقات خطابه، فهذا جمود في التفكير، كما أن الاستراتيجيات تتفاضل فيما بينها، وذلك عائد إلى الآليات اللغوية والأدوات التي تتجسد من خلالها.

تحتل الاستراتيجيات في الخطاب مكانة مهمة، فهي طرائق توصل المقاصد وتعين على إدارة دفة الحديث، وبها يكمن التوافق مع سياقات الخطاب أي كان نوعها، وتختلف الاستراتيجيات من مرسل لآخر وهو ما جعلنا نلتفت إليها وننتبه إلى قدراتها الكامنة التي تتجلى من خلال مهارة المرسل وكفاءته الإيصالية التداولية. فإذا كان نجاح الخطاب اللغوي التواصلي مرهونا برصد جملة من الاستراتيجيات، فما مدى تجلي آليات الإقناع بوصفها استراتيجية تواصلية؟ وما هو دورها في تحقيق الفاعلية الإقناعية؟

1- استراتيجية الإقناع في الخطاب

تعتبر إستراتيجية الإقناع من بين الاستراتيجيات الموظفة في الخطاب اللغوي التواصلي، والتي يسعى المرسل من خلالها إثبات أو نقي دعوى معينة. وإذا أردنا الحديث عن استراتيجيات الخطاب أو إحداها فلا بد لنا من معرفة مفهوم الخطاب أولا، ثم مفهوم الاستراتيجية ومن ثمة مفهوم إستراتيجية الخطاب.

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجية الخطاب بين الدراسات النظرية والممارسات الواقعية، مجلة خالد العسكرية، ص5 بتاريخ 2002/12/01 www.naseej.com تاريخ الزيارة 2007/07/10.

2. الخطاب في التراث العربي

تعدد مفهوم الخطاب في الموروث الحضاري العربي وقد بدا جليا في الخطاب القرآني بصيغ متعددة منها : صيغة الفعل في قوله تعالى : "وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما"¹. وصيغة المصدر في قوله تعالى: "رب السموات الأرض وما بينهما الرحمن لا يملكون منه خطابا"². وفي قوله تعالى عن داوود: "وشددنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب"³ فالخطاب باعتباره فعلا تواصليا يتحقق بين باث ومتلقٍ جاءت صوره متعددة في الخطاب القرآني وخاصة مع الأسلوب القصصي؛ لأن التفاعل التواصلي هو تبادل الأخذ والعطاء بين ممثلي الخطاب في سياق حوار يحمكه التعاون وينبني على الملائمة.⁴ ومن ثمة فتحقيق الفاعلية الإقناعية مرهون بالخطابات المنجزة . وقد عدّ الرازي صفة فصل الخطاب من الصفات التي أعطاها الله تعالى لداوود عليه السلام، معتبرا إياها من علامات حصول قدرة الإدراك، ورأى بأنفراد الإنسان بها على سائر المخلوقات. وحد ذلك بقوله: "إن الناس مختلفون في مراتب القدرة على التعبير عما في الضمير، فمنهم من يتعذر عليه الترتيب من بعض الوجوه، ومنهم من يكون قادرا على ضبط المعنى والتعبير عنه إلى أقصى الغايات، وكل من كانت هذه القدرة في حقه أكمل كانت الآثار الصادرة عن النفس النطقية في حقه أعظم وكل من كانت تلك القدرة في حقه أقل، كانت تلك الآثار أضعف ... لأن فصل الخطاب عبارة عن كونه قادرا على التعبير عن كل ما يخطر بالبال ويحضر في الخيال، بحيث لا

1 - القرآن الكريم - سورة الفرقان - الآية 63.

2 - القرآن الكريم - سورة النبأ الآية 37.

3 - القرآن الكريم - سورة ص - الآية 19.

4 - محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلي، المغرب إفريقيا الشرق، 2010، ص15.

يختلط شيء بشيء، وبحيث ينفصل كل مقام عن مقام".¹ فالرازي يشير إلى الفروق الفردية في القدرة على التعبير عند البشر ويقر بالتفاوت فيها درجات مختلفة حسب قدرة كل فرد.

كما ورد عند النحاة اسم المفعول "المخاطب" للدلالة على المرسل إليه في الخطاب، وورد أيضا عند الأصوليين اسم الفاعل "مُخَاطَبٌ" واسم المفعول "مُخَاطَبٌ" بوصفهما طرفي الخطاب، وأن الخطاب هو الأرضية التي استقامت أعمالهم عليها وكان هو محور بحثهم".²

أما إذا عدنا إلى تعريف الخطاب فقد تعددت مفاهيمه بحسب زاوية النظر إليه، منها اللغوية ومنها الشرعية ومنها البلاغية. وقد حده الآمدي أنه "اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهى لفهمه".³ فالآمدي عرفه من وجهة نظر شرعية إذ أخرج العلامات غير اللغوية كالحركات والإشارات واللفظ المهمل ومن لا يفهم كالتائم والمغمى عليه ونحوه.

وحده "الجويني" بقوله: "إن الكلام، والخطاب، والتكلم، والتخاطب، والنطق، واحد في حقيقة اللغة، وهو ما يصير به الحي متكلماً".⁴ فالجويني يعتبر الكلام والخطاب والتكلم والتخاطب والنطق لها نفس المفهوم في اللغة، وبهم نفرق بين الإنسان وسائر المخلوقات الأخرى من حيوان ونبات أي أن صفة النطق يختص بها الإنسان وحده.

¹ - محمد الرازي فخر الدين، التفسير الكبير ومفاتيح الغيب، لبنان بيروت، ط1، 1981، ج 26 ص187-188.

² - الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 36.

³ - ابن حزم، الأحكام في أصول الأحكام، ت: عبد الرزاق عفيفي، السعودية، دار الصمعي، ط1، 2003، ج1، ص 132.

⁴ - الجويني، الكافية في الجدل، ت: فؤاد حسين محمد، مصر القاهرة، مطبعة عيسى البابي الحلبي، 1979، ص 32.

أما في البلاغة العربية فقد أشار الإمام عبد القادر الجرجاني إلى: "أن الكلام هو الذي يعطي العلوم منازلها، ويبين مراتبها، ويكشف عن صورها، ويجني صنوف ثمارها، ويدل على سرائرها، ويبرز مكنون ضمائرهما وبه أبان الله تعالى الإنسان من سائر الحيوان، ونبه فيه على عظم الامتتان فقال عز من قائل: "الرحمن علم القرآن خلق الإنسان علمه البيان" (الرحمن 1 - 4)، فلولاه لم تكن لتتعدى فوائد العلم عالمه".¹ فالجرجاني بين قيمة الكلام أو الخطاب وأبرز دوره في تبليغ العلوم المختلفة ورأى بأن الله تعالى خص به الإنسان عن سائر المخلوقات الأخرى، وهو يتفق مع الجويني في وجهة نظره.

يتضح من خلال هذه المفاهيم المتعددة أن الخطاب هو الكلام أو اللفظ الصادر عن الذات المتكلمة ويحمل دلالة، في سياق معين، والسياس بدوره له دور فعال وهام في التفاعل الخطابي، فلتحديد مقاصد المتكلم لا بد من معرفة السياق (المقام) كما يقول بشر بن المعتمر في حكيمته الشهيرة أن "لكل مقام مقال" وقد عرفه "ديكور وتودوروف" في معجمهما "معجم العلوم اللغوية" أنه "مجموع الظروف التي تحف حدوث فعل التلفظ بموقف الكلام [...]"، وتسمى هذه الظروف، في بعض الأحيان، بالسياق "Conteset".² ولذلك يجب على المتكلم وفق بيرلمان، التركيز على معايير الأولوية في ما يتعلق بعلاقة المخاطبين مع المقام والموضوع معا، ويكون أكثر تأثيرا كلما

¹ - عبد القاهر الجرجاني، أسرار البلاغة، ت: محمد الفاضلي، لبنان بيروت، المكتبة العصرية، ط3، 2001، ص07.

² - Encyclopedie dictionary of the sciences of language P 33.

استثمر حقائق فعلية وأحداثا معينة لا يشك المخاطبون في ثبوتيتها المرجعية.
¹ كما قدم بيرلمان تصورين للمقام:²

الأول: يعتبره الإطار المحدد للخطاب المستوعب لكل محتويات العملية الإبداعية، ولكل المشاركين فيها.

الثاني: يراه تلك المقدمات ذات النظام العام التي تساعد المبدعين في بناء الحجج وترتيب المقام.

فالسباق بوجه عام هو مختلف الظروف المحيطة بعملية التلطف أي الظروف الاجتماعية، المكان، الزمان، المرسل، والمرسل إليه، الإيحاءات، السلوكات... إلخ.

3 مفهوم الاستراتيجية :

تعددت مفاهيم الاستراتيجية بحسب الحقل المعرفي الذي تنتمي إليه، ويمكن حدها في الطريقة التي يتخذها الإنسان للوصول إلى غايته أو مبتغاه في مختلف الأعمال أو النشاطات التي يمارسها وليس ذلك بمعزل عن السياق الاجتماعي الذي ينتمي إليه (أعمال اجتماعية - ثقافية - تجارية - لغوية ... الخ). وتتعدد الاستراتيجيات بتعدد الظروف المحيطة بها. وتتعدد بتنوع العناصر السياقية وتناولها "عبد الرحمن العبدان وراشد الدويش" قائلين: "أن الاستراتيجيات هي طرق محددة لتناول مشكلة ما، أو القيام بمهمة من المهمات، أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة، أو هي تدابير

¹ - ينظر مجلة عالم الفكر، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد 40، 2011، ص 84.

² - محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة، ص 85.

مرسومة من أجل ضبط معلومات محددة، والتحكم بها".¹ فالاستراتيجية هي خطة عمل للوصول إلى الهدف المنشود، ولها بعد تخطيطي وذهني مسبق، وبعد مادي مجسد بفعل. وأورد لذلك "الشهري" مثالا بعملية الإبحار.

فالإنسان أثناء عملية الإبحار يريد الوصول إلى نقطة معينة فتعترضه رياح وأعاصير وصخور ومد وجزر وحركة سفن، والبحار يخطط ذهنيا للوصول إلى نقطة الوصول آخذا كل العناصر السياقية التي تحف بفعله فتتوفر له عدة طرق لتحقيق الهدف.

التحليل : 1. الهدف هو: الوصول إلى نقطة المرادة.

2. السياق العام هو: البحر

3. عناصر السياق هي: الرياح - الأعاصير - المد - الجزر - حركة السفن.

4. الفعل هو: الإبحار

5. الفاعل هو: البحار.²

وخلاصة القول إن الاستراتيجية هي محاولة التكيف مع عناصر السياق المحيط بالفعل، وأنها صالحة لكل مناحي الحياة ومنه فللخطاب إستراتيجية كذلك.

4- استراتيجية الخطاب

بعد أن تطرقنا إلى مفهومي الخطاب والإستراتيجية حاولنا في هذا المقام الحديث عن ماهية إستراتيجية الخطاب. فاستراتيجيات الخطاب "هي استعمال اللغة" بكيفيات منظمة ومتناسقة، تتناسب مع مقتضيات السياق".³

¹ - الشهري، استراتيجيات الخطاب، مجلة أم القرى، مقال إستراتيجية تحكم اللغة العربية بوصفها لغة ثانية، ص 53.

² - الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 56.

³ - المرجع نفسه، ص 56.

وهذا ما يفسر أن الخطاب المنجز يكون خطابا مخططا له بصفة مستمرة وشعورية.

أما بالنسبة لتعدد استراتيجيات الخطاب فمنها التضامنية والتوجيهية والتلميحية وإستراتيجية الإقناع واقتصرنا في مقالنا هذا على هذه الأخيرة وبالأخص الدراسات القديمة المتعلقة بها.

5- إستراتيجية الإقناع

فبل الحديث عن إستراتيجية الإقناع لا بد من الإشارة إلى أهم المعايير التي تساهم في تصنيفها وضبطها وهي:

1. المعيار الاجتماعي : ويتعلق بالعلاقة بين طرفي الخطاب، وقد تفرع عليه إستراتيجيتان هما : الإستراتيجية التضامنية والإستراتيجية التوجيهية.

2. معيار شكل الخطاب اللغوي: للدلالة على قصد المرسل، وتتأسس عليه الإستراتيجية التلميحية.

3. معيار هدف الخطاب: وتتأسس عليه إستراتيجية الإقناع.¹ فكل مرسل يسعى لتحقيق هدف الإقناع لدن المرسل إليه بطريقة أو بأخرى، أي إحداث تغيير في موقفه الفكري أو العاطفي، فإذا كان فن الإقناع يرتبط ارتباطا وثيقا بالاستدلال الحجاجي الذي ينتمي إلى المنطق الطبيعي، باعتباره جزء من البنية العقلية عند الإنسان فإن "موضوع نظرية الحجاج هو درس تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات، أو أن تزيد في درجة ذلك التسليم".² فالإستراتيجية التي تحقق ذلك هي إستراتيجية الإقناع، والوظيفة الإقناعية هي إحدى وظائف اللغة وجعلها "روبول" من وظائف البلاغة، كما تستعمل من أجل تحقيق أهداف

¹ - الشهري، إستراتيجية الخطاب، ص 444.

² - عبد الله صولة، الحجاج في القرآن الكريم من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، لبنان، دار الفارابي، ط2، 2007، ص27.

المرسل النفعية مثل (الانتخابات - التعليم - التجارة - بلوغ غاية - الطفل مع والديه ... الخ) فالإقناعية هي شرط من شروط التداول اللغوي مثل التبليغ بالدعوة - نشر الديانة ... الخ.

تمتاز إستراتيجية الإقناع بالسلطة عند المرسل في خطابه، وتكون مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه، لأن الأنا لا يفهم إلا في ضوء وعينا بالآخر¹، كما تمتاز بالرغبة في تحقيق الإقناع والشمولية إذ تمارس على جميع الأصعدة، يمارسها الحاكم والفلاح والمعلم وكبير القوم والمرأة ... الخ.

6- إستراتيجية الإقناع في التراث اللغوي العربي :

ظهرت إستراتيجية الإقناع في مختلف النصوص اللغوية إبان العصر الجاهلي فالعصر الإسلامي، إن على مستوى الشعر أو النثر آنذاك، وكذا في مختلف المجالس والأسواق الأدبية كما تعتبر مؤسسة للنقد العربي القديم، وتجلت راسخة في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة على زمن تبليغ الدعوة الإسلامية في كثير من السياقات، كما تبلورت في كثير من العلوم مثل : علوم الفقه وأصوله وعلم الكلام والعلوم اللغوية المختلفة والفلسفة، فأصبحت إستراتيجية الإقناع الملاذ الوحيد لتحقيق تبليغ هذه العلوم وإبراز مكنوناتها، كما اعتمدت السراج المنير في تحفيز الناس لقبول الدعوة أثناء الفتوحات الإسلامية وإقناعهم، فاستعملها القادة والأمراء والملوك والأعلام ويتضح ذلك في الحضارة العربية وغيرها. فتناول الأدباء واللغويون العرب القدامى هذه الظاهرة بالدرس والتمحيص من وجهتين:²

أولاهما : التنظير لإستراتيجية الاقتناع ذاتها.

¹ - مريم آيت أحمد، ينظر جدلية الحوار، المغرب الدار البيضاء، مطبعة النجاح الجديدة، ط1، 2011، ص98.

² - الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص448.

ثانيهما: أما الأخرى فهي التي عنيت بوضع الضوابط للسياقات التي تستعمل فيها هذه الإستراتيجية.

فمن الأوائل الذين تناولوا فن الإقناع : الجاحظ (ت255هـ) في كتابه "البيان والتبيين" في عدة أبواب منها باب أمراض من الكلام إذ يقول : "وليس للجلاج والتمتام والألتغ والفأفاء وذو والحبسة والحلكة والرتة وذو اللفف والعجلة في سبيل في الحصر في خطبته والعي في مناضلة خصومه كما أن سبيل المفحم عند الشعراء والبكئي عند الخطباء خلاف سبيل المسهب الثرثار والخلط المكثار"¹، فهذه الصفات كلها اعتبرها الجاحظ من أمراض الكلام وتؤدي إلى عدم الإفصاح وعدم الفهم وعدم البيان عن الرسالة اللغوية، ولا تؤدي بالضرورة إلى الإقناع المراد من تحصيلها، "فالبلاغيون العرب، وإن لم يهتموا كثيرا بالدراسة النفسية والأخلاقية للمرسل والمتلقي، حاولوا أن يدرجوا تحت عنوان المقام والحال، ملاحظات كثيرة فيما ينبغي للخطيب أن يكون عليه أو يراعيه من أحوال المستمعين"²، إذ تطرق إلى ما يكره في الخطباء حيث قال "اعلم أبقاك الله أن صاحب التشديق والتعغير والتعقيب من الخطباء والبلغاء مع سماجة التكلف وشنعة التزيد أعذر من عي تكلف الخطابة ومن حصر يتعرض لأهل الاعتياد والدرية"³. فهذه الصفات سلبية تضعف موقف الخطيب وتنقص من قيمته، كما تطرق في باب البيان إلى معنى البيان الدال على الإفصاح والإفهام بغرض الإقناع إذا يقول: "والبيان اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى وهتك الحجب دون الضمير حين يفضي السامع إلى حقيقته ويهجم على محصوله كائن ما كان ذلك البيان ومن أي جنس كان ذلك الدليل. لأن مدار الأمر والغاية التي إليها يجري

¹ - الجاحظ، البيان والتبيين، ص15.

² - محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، المغرب، إفريقيا الشرق، ط2، 2002، ص21.

³ - الجاحظ، البيان والتبيين، ص15.

القائل والسامع إنما هو الفهم والإفهام فبأي شيء بلغت الأفهام وأوضحت عن المعنى، فذلك هو البيان في ذلك المعنى".¹ فمصطلح البيان عند الجاحظ يعني الإفهام المؤدي إلى الإقناع في الخطاب لأن وسائل الإقناع أو البراهين والأسلوب أو البناء اللغوي وترتيب أجزاء القول هي من عناصر بناء الخطابة عند أرسطو²، والإقناع يقتضي طريقة مخصوصة (إستراتيجية) كي يتحقق الهدف المنشود "فبأي شيء بلغت الإفهام وأوضحت عن المعنى فذلك هو البيان في ذلك المعنى". أما في إشارته إلى أنواع الدلالات على المعاني فيما يتعلق بالبيان فيقول: "وجميع أصناف الدلالات على المعاني من لفظ وغير لفظ : خمسة لا تنقص ولا تزيد : أولها اللفظ، ثم الإشارة، ثم العقد، ثم الخط، ثم الحال، تسمى نصبة. والنصبة هي الحال الدالة التي تقوم مقام تلك الأصناف ولا تقتصر عن تلك الدلالات".³

هنا أشار إلى العلامات اللغوية وغير اللغوية التي تكشف عن قناع المعنى، كما أوضح مفهوم البلاغة عند الأمم المختلفة وخصص جزءا للبلاغة في الحضارة الهندية وأورد مثالا للهندي إذ يقول "قيل للهندي ما البلاغة ؟ قال : وضوح الدلالة وانتهاز الفرصة وحسن إشارة"⁴ كما أورد نصا مكتوبا في صحيفة في فصل تعريف البلاغة عند الهنود : يقول فيها " أول البلاغة، اجتماع آلة البلاغة. وذلك أن يكون الخطيب رابط الجأش ساكن الجوارح قليل اللفظ، متخيرا للفظ لا يكلم سيد الأمة بكلام الأمة ولا الملوك بكلام السوقة...ولا يدقق المعاني كل التدقيق ولا ينقع الألفاظ كل التنقيح ولا

¹ - المرجع نفسه، ص 56.

² - ينظر هنريش بليت، البلاغة والأسلوبية، ت: محمد العمري، المغرب، دراسات سال، ط1، ص23.

³ - الجاحظ، البيان والتبيين، ص 57.

⁴ - المرجع نفسه، ص 63.

يصفيها كل التصفية ولا يهذبها غاية التهذيب".¹ فالجاحظ في هذا النص حاول أن يبين مدى أهمية الخطاب الإقناعي الشفوي فالأولوية للإقناع على حساب اللغة، ففن الإقناع هو الذي يحدد طبيعة اللغة حسب الطبقات المقامية المختلفة.

أما الإمام عبد القاهر الجرجاني (ت472هـ) فقد أشار إلى ذلك في فصل عنونة بـ "فصل في مواقع التمثيل وتأثيره" حيث قال: "وأعلم أن مما اتفق العقلاء عليه أن التمثيل إذا جاء في أعقاب المعاني، أو برزت هي باختصار في معرضه ونقلت عن صورها الأصلية إلى صورته، كساها أبهة، وكسبها منقبة، ورفع من أقدارها، وشب من نارها، وضاعف قواها في تحريك النفوس لها، ودعا القلوب إليها، واستثار لها من أقاصي الأفئدة صباة وكلفا، وقسر الطباع على أن تعطيها محبة وشغفا... فإن كان حجاجا كان برهانه أنور، وسلطانه أقهر، وبيانه أبهر".² وهو بهذا يشير إلى حسن التمثيل في اختيار الألفاظ التي تقبلها النفس وتتأثر بها وتقنع بها، فقيمة التفاعل التي تعتبر أساسا حواريا هي التي تتضمن الفعل ورد الفعل بين أفراد المجتمع، و"القيمة التفاعلية تعني انصهار الجميع في تحقيق مرجعية العلامات وهي مرجعية تداولية يحددها الاستعمال التواصلية بين المجتمع.

والخاصية الاستعمالية للغة لا تعني فقط إخراج اللغة التداولية من القوة إلى الفعل ولكن تعني مع ذلك استعمال كل الآليات المنطقية والبلاغية التي تصحب الاستعمال التداولي بين أفراد المجتمع. من هنا تصبح تلك الآليات وسائل ينفذ بها الأفراد أهدافهم الإقناعية والتوضيحية في نسق مضمون النتائج".³ كما تطرق للتمثيل في أغراض المدح والذم والحكمة وغيرها ومثل

¹ - المرجع نفسه، ص63.

² - عبد القاهر الجرجاني، أسرار البلاغة، ص88.

³ - محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلية، ص40.

لذلك بقوله: "الدنيا لا تدوم ولا تبقى" وقوله: "هي ظل زائل، وعارية تسترد، ووديعة تسترجع"، ثم أشار إلى قول لبيد :

وما المال والأهلون إلا ودائع ولا بد يوما أن ترد الودائع

كما تطرق إلى ذلك في دلائل الإعجاز بقوله: " وإنك إذا فرغت من ترتيب المعاني في نفسك لم تحتج إلى أن تستأنف فكرا في ترتيب الألفاظ بل تجدها تترتب لك بحكم أنها خدم للمعاني وتابعة لها ولاحقة بها، وأن العلم بمواقع المعاني بالنفس، علم بمواقع الألفاظ الدالة عليها في النطق"¹، وهنا إشارة إلى نظم الكلام الإقناعي، وأن نظم الكلام الإقناعي بحسب المعاني لا الكلمات.

أما مصطفى صادق الرافعي في حديثه عن بلاغة القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وبالأخص عن اجتماع كلام رسول الله صلى الله عليه وسلم وقلته وبلوغ معناه فيقول: "ومن كمال تلك النفس العظيمة، وغلبة فكره (صلى الله عليه وسلم) على لسانه قل كلامه وخرج قصدا في ألفاظه، محيطا بمعانيه، تحسب النفس قد اجتمعت في الجملة الصغيرة والكلمات المعدودة بكل معانيها: فلا ترى من الكلام ألفاظا ولكن حركات نفسية في ألفاظ"² فبلاغة الرسول (صلى الله عليه وسلم) أسمى بلاغة عرفها التاريخ الإنساني وهدفها كان الإعجاز والإقناع في نفس الوقت.

خاتمة:

من خلال وقوفنا على أهم الرؤى التي عالجت إستراتيجية الإقناع في الخطاب بوصفه أسلوبا فنيا إقناعيا توصلنا إلى جملة من النتائج مؤداها:

1- أن الخطاب يعد فعلا لغويا تواصليا يتحقق بين ذوات فعالة ونشيطة.

¹ - عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، لبنان، دار المعرفة، ط3، 2001، ص53.

² - مصطفى صادق الرافعي، إعجاز القرآن والبلاغة النبوية، لبنان، دار الكتب العلمية، ط1، 2000، ص206.

2- أن الإستراتيجية هي طريقة محددة ينتهجها الباحث لتحقيق الفاعلية الإقناعية.

3- يشكل الإقناع استراتيجيه خطابية؛ يسعى من خلالها المرسل تبليغ أفكاره للمرسل إليه، إلا أنهما يعتمدان على العامل الفكري والنفسي لإحداث عملية الإقناع والتأثير.

4- إن إستراتيجية الإقناع هي إستراتيجية ضرورية في الخطاب لأن التبليغ والبيان وحصول المراد لا يتم إلا بالإقناع. لذا جعلتها التداولية إحدى فروع دراستها واهتم بها الدارسون اللغويون وحاولوا التنظير لها. من باب أنها إحدى إستراتيجيات الخطاب وهذه الأخيرة هي من اهتمامات الدرس التداولي المعاصر.

5- إن الإستراتيجية في الخطاب تعتمد على العامل السيكلولوجي لإحداث عملية الإقناع والتأثير في سلوك الفرد بواسطة إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه، وتوظيفها بشكل يؤدي بالفرد إلى تقبل ما يتلقاه، أو في الأقل يتجاوب معه تجاوبا إيجابيا. ومن ثمة نرى أن الإقناع يستهدف إما التأثير على البنية المعرفية للفرد، أو يستهدف التأثير على البنية النفسية له، وكلاهما ينتظر نتيجة واحدة وهي أثر هذا التأثير الذي يتجسد في تعديل السلوك أو تغييره أو في الأقل تجسيده .

وهذه النتيجة هي هدف توظيف أي إستراتيجية خطابية وبهذا يتحدد التأثير في جعل الفرد يتماثل مع هدف القائم بالإقناع كليا أو جزئيا، أو يبقى محايدا، وهو أبسط الأهداف.

مكتبة البحث

~ القرآن الكريم برواية حفص.

- 1- ابن حزم، الإحكام في أصول الأحكام، تح: عبد الرزاق عفيفي، السعودية، دار الصميعي، ط1، 2003.
- 2 أحمد مومن، اللسانيات النشأة والتطور، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005.
- 3 الجاحظ، البيان والتبيين، تح: درويش جويدي، لبنان، المكتبة العصرية، 2001.
- 4- الجويني، الكافية في الجدل، تح: فوقية حسين محمد، مصر، مطبعة عيسى البابي الحلبي، 1979.
- 5- عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2006.
6. عبد القاهر الجرجاني، أسرار البلاغة، تح: محمد الفاضلي، لبنان، المكتبة العصرية، ط3، 2001.
7. عبد الله صولة، الحجاج في القرآن الكريم من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، عبد الله صولة، لبنان، دار الفرابي، ط2، 2007.
- 8- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، لبنان، دار الكتاب الجديدة، ط2، 2004.
9. مريم آيت أحمد جدلية الحوار، المغرب الدار البيضاء، مطبعة النجاح الجديدة، ط1، 2011.
- 10- محمد الرازي فخر الدين التفسير الكبير ومفاتيح الغيب، لبنان بيروت، ط1، 1981.
11. محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلي، المغرب إفريقيا الشرق، 2010.
12. محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، المغرب، إفريقيا الشرق، ط2، 2002.

13. محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة .

14- محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2004.

15- مصطفى صادق الرافعي، إعجاز القرآن والبلاغة النبوية، لبنان، دار الكتب العلمية، ط1، 2000.

16. هنريش بليت، البلاغة والأسلوبية، تر: محمد العمري، المغرب، دراسات سال، ط1.

المراجع الأجنبية

17. Encyclopedie dictionary of the sciences of language.

المجلات

18. مجلة عالم الفكر، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد 40، 2011.

الشبكة العنكبوتية

19. www.naseej.com