

استراتيجيات الإقناع في القرآن الكريم

قصة إبراهيم عليه السلام نموذجاً

أ. بوسلاح فايذة

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

ينفرد القرآن الكريم بأسلوبه المعجز ونظمه البديع في عرض قصصه المحكم، والتدليل على سمو بيانه وقوة بلاغته "يتأكد من خلال متابعة الأحداث القصصية التي تحتشد بين ثنايا سورة الكريمة، فتنتقل إلينا حقائق ووقائع عن الأمم السالفة في الأزمان الغابرة، تستحوذ على الأذهان وتأسر النفوس وتعمق الجوانب الإنسانية في الذات، ليتحقق الغرض الأسمى في ظل التوجيهات الرائدة والعواقب المنوّه عنها، ويزداد أولوا الألباب عبرة وبصيرة".² ومن هنا ما يزال القصص القرآني في حاجة إلى مزيد من الدراسات الفنية المتخصصة التي تكشف جوانب الإعجاز فيه، وتبيط اللثام عما احتواه من جوانب الروعة والإحكام".³ وتبرز قصة إبراهيم⁴ عليه السلام من بين القصص القرآني لتناولها مبدأ العقيدة والتوحيد، التي عرضت في تسعة سور، لتمثل النموذج الكامل في الأداء العقائدي والنفسي والتربوي.

تستعمل استراتيجية الإقناع في الخطاب من أجل تحقيق أهداف المرسل المنفعية، بالرغم من تفاوتها تبعاً لتفاوت مجالات الخطاب أو حقوله. وعلى هذا الأساس حدد الباحثون أهم نظريات الإقناع وصنفوها في ثلاثة استراتيجيات وهي:

1- الاستراتيجية الدينامية النفسية:

تعتمد هذه الاستراتيجية على العامل السيكولوجي، لإحداث عملية الإقناع والتأثير في سلوك الفرد بواسطة إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه.. ويعمد الواضعون لهذه الاستراتيجية على تحديد مجموعة خطية من المفاهيم هي المعبر عنها بالحاجات النفسية والدوافع والمعتقدات والمصالح وأسباب القلق والمخاوف والقيم والآراء والمواقف.. وتعتبر هذه العناصر البوابة الرئيسية لفهم أعمق لعملية الإقناع والتأثير⁵. كما تنصّ هذه الإستراتيجية على التأثير الكبير للعوامل الإدراكية على سلوك الفرد، انطلاقاً من افتراضين⁶:

أ- العوامل الإدراكية مكتسبة: في العملية الاجتماعية وبالتالي يسهل ترويج تعاليم جديدة بطريقة تدفع المتلقي إلى تلقيها والعمل بها.

ب- العوامل الإدراكية: هي مؤثرات على السلوك الإنساني، وبالتالي إذا تم التأثير عليها تغير السلوك.

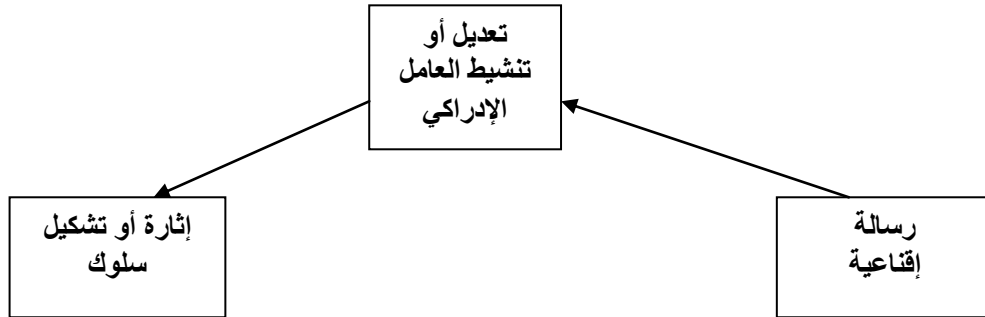
وبمعنى أوضح أن القائم بهذه العملية - الإقناعية - لا يتمكن من النفاذ إلى الجمهور المستهدف إلا عبر المفاهيم المشار إليها آنفاً. ويتم ذلك بواسطة التوظيف الذكي لها من أجل تمرير الرسالة الإقناعية دون مقاومة ذاتية أو إلغاء نفسي أو إهمال إدراكي⁷.

إذن فجوهر هذه الاستراتيجية هو توجيه رسائل إقناعية قادرة على تغيير القوى الداخلية المتحكمة في سلوك الفرد، وهذا

ما يؤدي إلى الاستجابة العلنية لهدف الإقناع. "أو القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد حتى يستجيبوا لهدف القائم

بالاتصال، أي أن مفتاح الإقناع يكمن في تعلم جديد من خلال معلومات يقدمها القائم بالاتصال، لكي يتغير البناء النفسي

الداخلي للفرد المستهدف (الاحتياجات، المخاوف، التصرفات) مما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه" ⁸ ويمكن أن نلاحظ من خلال المخطط التالي:



مخطط لاستراتيجية الإقناع الدينامية النفسية*

ففي القرآن الكريم تقع آيات الترغيب والترهيب ضمن هذه الاستراتيجية، وهي كثيرة جدا غالبية وطاغية، ومقصدها الزجر من ارتكاب محظور، أو الحث على امتثال مأمور، وغاية الكل صلاح الفرد وفوزه ونجاته من النار⁹، قال تعالى: "إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا، وَأَنَّ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِالْآخِرَةِ أَعْتَدْنَا لَهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا"¹⁰.

فنجد كثيرا من الناس لا يحفزهم إلى العمل والجد والنشاط شيء أكثر من الذي يحرك عواطفه ويثير وجدانه من ترغيب ووعد، وترهيب ووعد، فلا ترى في النفس إلا الطاعة والقناعة فيما رغبته فيه ووعدت به، أملا في النيل ذلك الجزاء والخير، سواء كان دنيويا عاجلا أم آخرويا آجلا.¹¹ ولهذا يعد أسلوب الترغيب من أنجح الأساليب الإقناعية التي استخدمها القرآن الكريم والسنة النبوية في الدعوة إلى الله، لما لها من قرب وتفاعل في النفوس البشرية.

1- أسلوب الترغيب: وهذا القسم على نوعين مادي ومعنوي¹²:

أ- الترغيب المادي:

وهو كل ما كان محسوسا مرغوبا لدى النفس البشرية، من الأموال والولدان والنساء، والذهب والفضة، وغير ذلك من آثار النعيم الدنيوي والآخروي. ويعد هذا النوع من الترغيب قوي المفعول، لكثرة الفقراء وانتشارهم، وما يعانونه من شغل العيش ونكد¹³.

ولما كان هذا النوع له أثره الواضح على النفوس، فقد جاءت آيات كثيرة في هذا المضمار، ترغّب الناس في أعمال الخير والبر والأخلاق الفاضلة، والمحبة والتعاون وغيرها¹⁴. ومن أمثلة ذلك في القرآن الكريم، قوله تعالى: "وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا

مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لِيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلِيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلِيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ" ¹⁵.

وفي الترغيب المادي الآخروي: قوله تعالى: "مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ" ¹⁶. وقوله تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا ، أُولَئِكَ لَهُمْ جَنَّاتُ عَدْنٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ يُخَلِّدُونَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِنْ ذَهَبٍ وَيَلْبَسُونَ ثِيَابًا خُضْرًا مِنْ سُنْدُسٍ وَإِسْتَبْرَقٍ مُتَكَبِرِينَ فِيهَا عَلَى الْأَرَائِكِ نِعَمُ الثَّوَابِ وَحَسُنَتْ مُرْتَفَقًا" ¹⁷.

ب- الترغيب المعنوي:

وهو تلك الغايات التي تعد الماديات والمحسوسات وسيلة للوصول إليها، كالسعادة والاطمئنان والراحة والخلود، والسمعة الحسنة، ومحبة الآخرين واحترامهم وكسب ثقتهم، إلى غيرها من المبادئ والقيم والغايات السامية لدى المؤمنين كرؤية المولى عز وجل ومرافقة نبيه صلى الله عليه وسلم في الفردوس الأعلى، فمثل هذه الأمور تعد غاية لكل ما سواها من الماديات والأموال والأمل ¹⁸. ففي القرآن الكريم آيات كثيرة تشير إلى هذا الترغيب بأنواعه، نختار منها ما يأتي:

1- الترغيب المعنوي الديني:

قوله تعالى: "مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنشَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ" ¹⁹. وقوله تعالى: "وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلِيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَىٰ لَهُمْ وَلِيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ" ²⁰.

2- وأما الترغيب المعنوي الآخروي: فتمثل في:

قوله تعالى: "لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَلَا تَأْثِيمًا، إِلَّا قِيلًا سَلَامًا سَلَامًا، وَأَصْحَابُ الْيَمِينِ مَا أَصْحَابُ الْيَمِينِ، فِي سِدْرٍ مَّخْضُودٍ، وَطَلْحٍ مَّنضُودٍ، وَظِلٍّ مَّمْدُودٍ، وَمَاءٍ مَّسْكُوبٍ، وَفَاكِهَةٍ كَثِيرَةٍ، لَا مَقْطُوعَةٍ وَلَا مَمْنُوعَةٍ، وَفُرُشٍ مَّرْفُوعَةٍ، إِنَّا أَنْشَأْنَاهُنَّ إِنْشَاءً، فَجَعَلْنَاهُنَّ أَبْكَارًا، غُرُبًا أَتْرَابًا لِأَصْحَابِ الْيَمِينِ" ²¹.

وقوله تعالى أيضا: "لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا الْحُسْنَىٰ وَزِيَادَةٌ وَلَا يَرْهَقُ وُجُوهُهُمْ قَتَرٌ وَلَا ذِلَّةٌ أُولَئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ" ²². وقوله تعالى: "زَيْنٌ لِلَّذِينَ كَفَرُوا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَيَسْخَرُونَ مِنَ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ اتَّقَوْا فَوْقَهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَاللَّهُ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ" ²³.

ومما تقدم نجد أنَّ أسلوب الترغيب بنوعيه المادي والمعنوي يلعب دورا هاما في العملية الإقناعية من حيث نشر الخير والفضيلة، والدعوة إلى الله. إلى جانب أسلوب الترغيب نجد أسلوب التهيب وهو عنصر مكمل للترغيب في كثير من الأحوال.

2- أسلوب التهيب:

وهو أسلوب يدخل في العملية الإقناعية بحدود ومقادير دقيقة، من أجل ردع النفس عن الرذائل والشر ودفعها عما لا ينفعها ²⁴. وهو ينقسم إلى قسمين: مادي ومعنوي:

أ- التهيب المادي:

وهذا النوع من التهيب هو ما تفعله القوانين الوضعية، من فرض الغرامات والتعويضات، ومصادرة الأموال والأموال، إلى غير ذلك من العقوبات المادية المالية، علاوة على العقوبات الواقعة في الجسد أو على الأهل والأولاد، كالسجن والتعذيب والتقتيل²⁵. وقد ذكر القرآن الكريم أسلوب التهيب بنوعيه في مواقف كثيرة منها:

1- في التهيب المادي الدنيوي:

قوله تعالى: "وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا"²⁶. وقوله تعالى: "الرَّائِيَةُ وَالرَّائِي فَاجْلِدُوا كُلَّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا مِائَةَ جَلْدَةٍ وَلَا تَأْخُذْكُمْ بِهِمَا رَأْفَةٌ فِي دِينِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلْيَشْهَدْ عَذَابُهُمَا طَائِفَةٌ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ"²⁷.

2- التهيب المادي الأخروي:

أما في هذا القسم تكلم عنه القرآن في مواضع متعددة منها: ما ذكرته سورة الواقعة من حال أصحاب الشمال وما أعد لهم من عذاب وعقاب، قال تعالى: "وَأَصْحَابُ الشَّامِلِ مَا أَصْحَابُ الشَّامِلِ، فِي سَمُومٍ وَحَمِيمٍ، وَظِلٍّ مِّنْ يَحُمُومٍ، لَا بَارِدٍ وَلَا كَرِيمٍ، إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ، وَكَانُوا يُصِرُّونَ عَلَى الْحِنثِ الْعَظِيمِ"²⁸. وفي قوله تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا بِآيَاتِنَا سَوْفَ نُصْلِيهِمْ نَارًا كُلَّمَا نَضِجَتْ جُلُودُهُمْ بَدَّلْنَاهُمْ جُلُودًا غَيْرَهَا لِيَذُوقُوا الْعَذَابَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَنِيًّا حَكِيمًا"²⁹.

2- التهيب المعنوي:

وهو ما فيه أذى للنفس والسمعة والكرامة، أو كراهية وبغض الناس وعدم احترامهم لمن سؤلت له نفسه الاعتداء على غيره أو فعل السوء، وأخذ حقوق الناس وظلمهم وخداعهم، وغير ذلك من الأفعال والأخلاق الذميمة التي لا تردعها أحيانا الغرامات والمصادرات³⁰. والقرآن الكريم يذكر مواضع للتهيب المعنوي في الدنيا والآخرة، نذكر منها، قوله تعالى مخبرا عن بني إسرائيل قتلة الأنبياء وأعداء البشرية: "وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذِّلَّةُ وَالْمَسْكَنَةُ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ النَّبِيِّينَ بِغَيْرِ الْحَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ"³¹. وقوله تعالى: "وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَى"³².

3- صور الترغيب والتهيب:

1- صور الترغيب:

أ- الوعد: إن أسلوب الوعد جاء في القرآن الكريم دالا على الخير فقط، ومن ذلك قوله تعالى: "أَفَمَن وَعَدْنَاهُ وَعْدًا حَسَنًا فَهُوَ"³³. وقوله تعالى: "وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنْهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا"³⁴، وقوله تعالى أيضا: "وَقَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي صَدَقْنَا وَعَدَهُ وَأَوْرَثَنَا الْأَرْضَ نَتَبَوَّأُ مِنَ الْجَنَّةِ حَيْثُ نَشَاءُ فَنِعْمَ أَجْرُ الْعَامِلِينَ"³⁵.

ومما يفرق بين الوعد والترغيب، أن في الوعد إلزاما بإيجاز الموعود وليس في الترغيب ذلك، وأن في الوعد مستقبلية دائما وليس في ذلك في الترغيب غالبا³⁶.

ب- ضرب الأمثال:

وفي هذا الأسلوب الإقناعي العظيم، ذكر القرآن الأمثال في كثير من السور لما فيه من الموعظة والإرشاد. قال تعالى: "وَلَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِن كُلِّ مَثَلٍ لَّعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ"³⁷. وذكر الإمام السيوطي أمثال القرآن الكريم لما فيها من حكمة إلهية في تذكير المؤمنين ووعظهم في قوله: "إنما ضرب الله الأمثال في القرآن تذكيراً ووعظاً، فما اشتمل منها على تفاوت ثواب أو على إحباط عمل أو على مدح أو ذم أو نحوه فإنه يدل على الأحكام"³⁸. وقال غيره: ضرب الأمثال في القرآن يستفاد منه أمور

كثيرة: التذكير والوعظ والحث والزجر والاعتبار والتقريب والمراد للعقل وتصويره بصورة المحسوس، فإن الأمثال تصور المعاني بصورة الأشخاص لأنها أثبت في الأذهان لاستعانة الذهن فيها بالحواس"³⁹.

وقول السيوطي أيضا: "وفي ضرب الأمثال تنكيت للخصم الشديد الخصومة، وقمع لضرورة الجامع الأبى، فإنه يؤثر في القلوب ما لا يؤثر وصف الشيء في نفسه، ولذلك أكثر الله تعالى في كتابه في سائر كتبه الأمثال"⁴⁰. قال تعالى بلسان إبراهيم عليه السلام يحاج خصمه: "أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ أَلَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ"⁴¹.

ج- التفخيم والتعظيم للمرغَّب فيه:

ففي التفخيم والتعظيم زيادة للثقة والطمأنينة، والقناعة في الشيء المعظم والمقدّر في نفوس المقنعين⁴². قال تعالى في قصة إبراهيم عليه السلام: "قَالَ أَفَرَأَيْتُمْ مَا كُنْتُمْ تَعْبُدُونَ، أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ الْأَقْدَمُونَ، فَإِنَّهُمْ عَدُوٌّ لِي إِلَّا رَبَّ الْعَالَمِينَ، الَّذِي خَلَقَنِي فَهُوَ يَهْدِينِ، وَالَّذِي هُوَ يُطْعِمُنِي وَيَسْقِينِ، وَإِذَا مَرِضْتُ فَهُوَ يَشْفِينِ، وَالَّذِي يُمِيتُنِي ثُمَّ يُحْيِينِ، وَالَّذِي أَطْمَعُ أَنْ يَغْفِرَ لِي خَطِيئَتِي يَوْمَ الدِّينِ"⁴³. وقوله تعالى أيضا: "إِنَّ الَّذِينَ تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ لَا يَمْلِكُونَ لَكُمْ رِزْقًا فَابْتَغُوا عِنْدَ اللَّهِ الرِّزْقَ وَاعْبُدُوهُ وَاشْكُرُوا لَهُ إِلَيْهِ تُرْجَعُونَ"⁴⁴.

2- صور التهيب:

أ- الوعيد: الوعيد في القرآن الكريم ورد في الشر خاصة، ومن ذلك: قوله تعالى: "ذَلِكَ لِمَنْ خَافَ مَقَامِي وَخَافَ وَعِيدِ"⁴⁵. وقوله تعالى: "فَذَكِّرْ بِالْقُرْآنِ مَنْ يَخَافُ وَعِيدِ"⁴⁶. الوعيد يختلف عن التهيب، في كونه يحمل معنى الإلزام بإنجاز الوعيد، وليس في التهيب ذلك إذ يكون غالبا للردع والتخويف، إلا أنهما يتقاربان في المستقبلية في كل واحد منهما"⁴⁷.

ب- ضرب الأمثال:

هذا الأسلوب من الأساليب القرآنية في التهيب، وما نذكره في هذا المقام ما يأتي، قوله تعالى: "مَثَلُ الَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ أَوْلِيَاءَ كَمَثَلِ الْعَنْكَبُوتِ اتَّخَذَتْ بَيْتًا وَإِنَّ أَوْهَنَ الْبُيُوتِ لَبَيْتُ الْعَنْكَبُوتِ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ"⁴⁸. وقوله تعالى: "مَثَلُ الَّذِينَ حُمِّلُوا التَّوْرَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا بِئْسَ مَثَلُ الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ"⁴⁹.

ج- إظهار الفرق بين المرغوب فيه والمرغوب عنه:

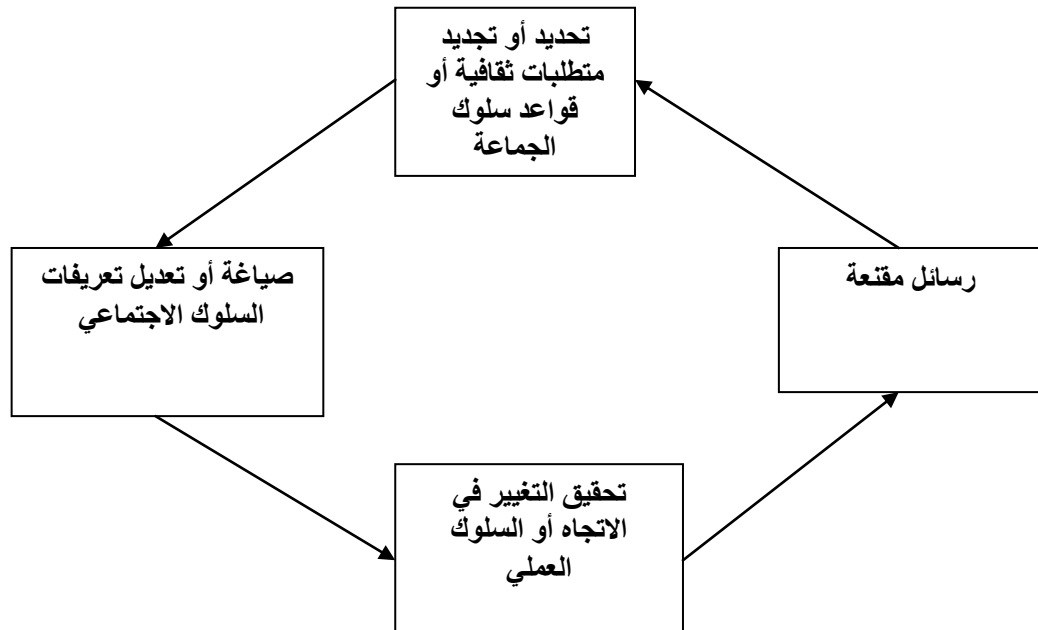
قال تعالى على لسان إبراهيم عليه السلام: "إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ"⁵⁰. وقول تعالى: "وَكَيْفَ أَخَافُ مَا أَشْرَكْتُمْ وَلَا تَخَافُونَ أَنَّكُمْ أَشْرَكْتُمْ بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزَّلْ بِهِ عَلَيْكُمْ سُلْطَانًا فَأَيُّ الْفَرِيقَيْنِ أَحَقُّ بِالْأَمْنِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ"⁵¹. وقوله تعالى أيضا: "أَفَتَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنْفَعُكُمْ شَيْئًا وَلَا يَضُرُّكُمْ، أَفَ لَكُمْ وَلِمَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَفَلَا تَعْقِلُونَ"⁵².

بالرغم من فعالية هذه الاستراتيجية في السيطرة على عقول المتلقين، واستمالة قلوبهم بواسطة وسائل إقناعية، تستهدف تغيير المشاعر والمعتقدات ومن ثم تغيير السلوك، فيبقى الإنسان ابن بيئته، يؤثر ويتأثر بالمجتمع الذي يعيش فيه. كما أن طبيعته تختلف ما بين متمسك متشدد لمعتقداته وآرائه وأفكاره، وبين من متساهل يسهل التأثير فيه، وهو ما يعني وجود وتدخل عوامل خارجية أخرى تؤثر في السلوك الإنساني، والتي يجب مراعاتها في عملية الإقناع.

2- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:

تندرج هذه الاستراتيجية ضمن المنهج النفسي (تعلم، امتثال أو تعاقب) تقوم على فكرة مفادها أن الثقافة⁵³ 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 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 أشكالها⁵⁴. فحسب هذه الاستراتيجية أن الفرد باعتباره اجتماعي ينتمي إلى جماعة أو مجتمع معين⁵⁵، يفرض علينا جملة من القوانين والعادات والتقاليد لا بد من الامتثال لها، ولو بالإكراه في بعض الحالات، أين يجبر على القيام ببعض السلوك ضمن جماعة اجتماعية معينة دون أن يكون مقتنعا بذلك وهو ما يعرف بنظام الرتب الاجتماعية. وهذه العوامل الخارجية هي التي تشكل سلوك الفرد وتحدده مسبقا بناء على التوقعات الاجتماعية ومطالب الآخرين وليس بناء على رغبات الفرد. إذ يشير "بابكر مصطفى" إلى أنّ ما تتطلبه الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية هو أن تحدد رسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي، أو المتطلبات الثقافية للعمل الذي يحكم الأنشطة، التي يحاول رجل الإعلام أن يحدّثها.⁵⁶ والتي تحكم الأنشطة التي يحاول المرسل أن يحدّثها، بحيث يختلف مضمون الرسالة الإقناعية طبقا لخصائص المجتمع وثقافته السائدة. ولقد حدّد مصطفى صادق الرافعي الأركان الاجتماعية في ثلاثة عناصر هي⁵⁷:

- 1- استقلال الإرادة وقوتها، وهو ما يكون الأمر بالمعروف.
- 2- استقلال الرأي وحرية، ويكون منه النهي عن المنكر.
- استقلال الرأي وحرية، ويكون منه النهي عن المنكر.
- 3- استقلال النفس من أسر العادات والأوهام، بالنظر والفكر في مصنوعات الله.



مخطط الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للإقناع

وبالرغم من أهميتها تبقى غير كافية وحدها دون الأخذ بعين الاعتبار العوامل الداخلية للأفراد من أجل الإقناع.

1 - استراتيجية إنشاء المعاني:

تندرج ضمن المنهج النفسي، وتقوم على مفاهيم علماء الأنثروبولوجيا للسلالات البشرية، والقاضية بأن المعاني ترتبط مباشرة باللغة التي يستعملها الإنسان لتحسيد قصده، وتحقيق هدفه، أي للتعبير عما بداخله من معاني، وهذه البنية المعرفية الداخلية تزود الإنسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه، ومن ثم فالتصرف في إزائه منبثق من بنيته الداخلية⁵⁸.

وقد وظف علماء الاتصال هذه الخلفية النظرية في تفسيرهم للطريقة التي تؤثر بها محتويات رسائل وسائل الاتصال الجماهيرية على السلوك، حيث أنّ وسائل الإعلام تشكل صورا معينة في أذهاننا، وتنمي معتقداتنا، وتؤثر في الطرق التي تنصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة، كما تساعدنا على ترتيب معانيها الداخلية في شكل جدول أعمال للموضوعات التي نفكر فيها، ووضع تسلسل هرمي عن مدى أهميتها.

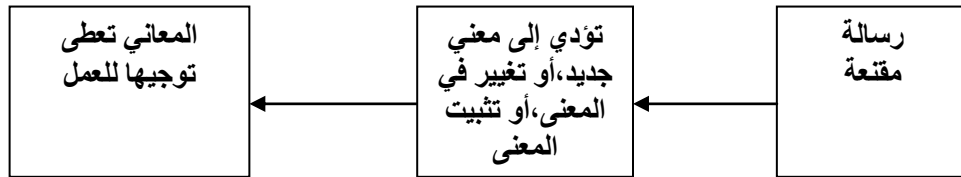
وهذه الاستراتيجية تثبت وتنتج معاني جديدة للكلمات المستعملة في لغتنا، بإعطائها مضمونا معرفيا مميزا يتصرف على أساسه الأفراد.

ومن ثم تشكل وظيفة المعاني التي تساهم في انبثاق السلوك المرغوب من قبل القائم بعملية الإقناع. وبهذا الشكل تكون عملية الإقناع حسب هذه الاستراتيجية مستهدفة للبنية المعرفية للفرد من أجل استبدال المعاني الموجودة، أو إنشاء جديد لها أو تعديلها أو تثبيتها⁵⁹، عندئذ تقتضي هذه الاستراتيجية كمّا معلوماتيا كافيا للإيفاء بهذا الغرض أو بمعنى إنتاج معاني جديدة في المنظومة المعرفية للأفراد بعد تعرضهم لكم كاف من المعلومات، الأمر الذي ينتج عنه سلوك مواز لحظة الإقناع، حيث يشترط أن تكون سهلة النفاذ إلى البنى المعرفية للجماهير وتناسب مع موضوع الإقناع.

إذن فهذه الاستراتيجية تعتمد على عملية إنشاء المعاني في الفرد الذي من المفترض أنه بموجبها يتصرف الانسان.

إضافة إلى أن هذه العملية يمكن أن تكون على شكل إنشاء جديد للمعاني، أو استبدال معاني بأخرى، أو تثبيت المعاني الجديدة⁶⁰.

ويمكن أن تمثل هذه الاستراتيجية بالمخطط التالي:



مخطط استراتيجية إنشاء المعاني للعملية الإقناعية

ولقد قدم دنيس لندون "Denis lindon" نموذجاً لاستراتيجيات الإقناع في قسمين⁶¹:

1 - الاستراتيجيات الخارجية: وسميت كذلك لأن التغيير لا يتوجه مباشرة إلى الأفراد، بل إلى عوامل البيئة أو المحيطة بالأفراد، فيتم التأثير مثلاً أو التعديل في القوانين واللوائح، وبفعل العادة تتحول السلوكيات المحدثه إلى قناعات تحل محل المعتقدات القديمة، وتمثل هذه الاستراتيجيات في:

أ - استراتيجية القوة والإكراه: تستعمل هذه الاستراتيجية في إحداث سلوك لدى الفرد الذي يتمشى مع رغباتهم ويعاكس ميولاتهم وعاداتهم الشخصية. كسّ العقوبات في حالة مخافة القوانين مثلاً.

ب - استراتيجية المكافأة والتسهيل: قد لا تحتاج القوة المعاقبة إلى فرض سلوك معين باللجوء إلى القوة والإكراه، وذلك من خلال بعض المحفزات الخارجية كتقديم التسهيلات.

2- الاستراتيجيات الداخلية (التأثير المباشر على المواقف): تعمل على تعديل الخصائص الذهنية (اتجاهات، مواقف، عادات، معتقدات...) للأفراد بصورة مباشرة من خلال التأثير على العوامل الذهنية التالية:

- العوامل الأخلاقية

- العوامل العقلية

- العوامل العاطفية

وقد حددها فيما يلي⁶²:

أ - نداء الواجب **Ethos**: في بعض الحالات وحتى يتم تعديل أو تغيير سلوك معين، تقوم السلطات العمومية بتربية وإعادة تربية أخلاقية أساسية للأفراد المستهدفين من خلال موضوع الاستراتيجيات المخاطبة للواجب، يتمثل في استعمال اتجاهات أخلاقية موجودة من قبل لدى الأفراد وتوجيهها للشئ المرغوب فيه.

ب - نداء العواطف **Pathos**: تستعمل لتحفيز، وتحريك، وتوجيه مشاعر وانفعالات وميولات الأفراد، بهدف تدعيم سلوك قائم أو تغييره، حيث يؤكد الكثير من علماء الاجتماع والنفس أنه بالإمكان تحقيق نتائج إيجابية باستعمال نداء العواطف باستغلال المشاعر المختلفة واستثمارها في الاتجاه المرجو.

ج - نداء العقل **Logos**: يتمثل في محاولة حمل الأفراد على تغيير سلوكهم عبر الإقناع المنطقي، أي استعمال الحجج والبراهين المنطقية.

وقد انتهى Denis lindon إلى أن أحسن استعمال لهذه الأخيرة لا يكون بالاعتماد المطلق على إحداها بمفردها، بل يكون باستخدام أساليب الإقناع المختلفة التي تنتمي إلى استراتيجيات الخارجية والداخلية، وهي ما يسميها الاستراتيجيات المختلطة.

فقد صنف ميشال مايير Michel Meyer الخطابة إلى ثلاثة أنواع:

1- الإيتوس **Ethos**: وخصه بالمخاطب L'orateur وعلاقته بالمخاطب L'auditoire، وصيغته: "لديّ الجواب، يمكنك الوثوق بي"⁶³.

2- الباتوس **Pathos**: حدّده في العناصر التالية⁶⁴:

- الأسئلة التي يطرحها المخاطب.

- الانفعالات (les émotions) التي تحتوي على البراهين والأجوبة.

- الأهداف (les valeurs) أو القيم التي تحدد أمام أعينكم الأجوبة لهذه الأسئلة.

3- اللوغوس **Logos**: يمكن أن يعبر عن الأسئلة والأجوبة مع الإبقاء على خصوصية كل واحد منهما⁶⁵.

ومما تقدم ذكره نستخلص من هذه الاستراتيجيات أنّ هناك عدد من المسوغات التي ترجع استعمال استراتيجية الإقناع أهمها⁶⁶:

- 1- أن تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى، ونتائجها أثبتت وديمومتها أبقى، لأنها تنبع من حصول الاقتناع عند المرسل إليه غالباً، لا يشوبها فرض أو قوة.
- 2- تمايزها عن الاستراتيجيات الأخرى، مثل استراتيجيات الإكراهية لفرض قبول القول أو ممارسة العمل على المرسل إليه دون حصول الاندفاع الداخلي أو الاقتناع الذاتي، فاقتناع المرسل إليه هدف خطابي يسعى إلى تحقيقه في خطابه.
- 3- الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج هو شرط في ذلك، لأن من شروط التداول اللغوي شرط الإقناعية، فالمرسل عندما يطالب غيره بمشاركته اعتقاداته فإن مطالبته لا تكتسي صيغة الإكراه، ولا تندرج ضمن منهج القمع، وإنما تنبع في تحصيل غرضها سبلاً استدلالية متنوعة تجر الغير جراً إلى الاقتناع برأي المحاور، وقد تزود أساليب الإقناع بأساليب الإمتاع فتكون إذ ذلك أقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب، وتوجيه سلوكه لما يهبها هذا الإمتاع من قوة في استحضار الأشياء، ونفوذ في إلهادها للمخاطب كأنه يراها في رأي العين.
- 4- الرغبة في تحصيل الإقناع، إذ يغدو الهدف الأعلى لكثير من أنواع الخطاب خصوصاً في العصر الحاضر، عندما يفضل المرسل استعمال هذه الاستراتيجية حتى ولو كان ذا سلطة تخوله من استخدام أساليب أخرى قد تكون عنيفة أحياناً، ومرد ذلك أن المرسل إليه قد تغيرت ثقافته وإدراكه لكثير من الأمور، ولم يعد بالتالي يتقبل بعض الاستراتيجيات، كما استراتيجية دغدغة العواطف لم تعد تنطوي عليه.
- 5- الإقناع سلطة عند المرسل في خطابه، ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه، إذ لا تحقق استراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم لمقتضاها إما قولاً أو فعلاً. وما جعل الإقناع سلطة مقبولة هو كون الحجاج الأداة العامة التي يتوسل بها المرسل من أدوات أو آليات لغوية.
- 6- شمولية استراتيجية الإقناع إذ تمارس على جميع الأصعدة، فيمارسها الحاكم والفلاح، الصغير والكبير، الطفل والمرأة... الخ كل ذلك بوعي منهم وهذا مما يعزز انتماء استراتيجية الإقناع إلى الكفاءة التداولية عند الإنسان السوي بوصفها دليلاً على مهارته الخطابية.
- 7- تحقق نتائج تربوية هامة، إذ تستعمل كثيراً في الدعوة، كما فعل الرسول صلى الله عليه وسلم، وغيره من الأنبياء رضوان الله عليهم من أجل إقناع أقوامهم بالدخول في الدين، وليس الأمر مقتصر على ميدان الدعوة بل يتجاوز إلى ميادين أخرى كالبيت والمدرسة... الخ.
- 8- استياء عدم تسليم المرسل إليه بنتائج المرسل أو دعواه.
- 9- خشية سوء تأويل الخطاب.
- 10- عدم الاتفاق حول قيمة معينة، أو التسليم من أحد طرفي الخطاب لآخر.

الهوامش:

- 1) ومما يمكن الإشارة إليه أن مادة (قصص) في القرآن الكريم، تتوزع في ستّ وعشرين موضعاً. ينظر: محمد فؤاد عبد الباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، دار الجيل بيروت، دط، دت، مادة (قصص)، ص: 546.
- أما عن معناها في معاجم اللغة، فإنها تدور في مجملها حول قصّ الأثر وتتبّعه واقتفائه. فقد جاء في لسان العرب (يقال قصّصت الشيء إذا تتبعت أثره شيئاً بعد شيء ومنه قوله تعالى وقالت لأخته قصّيه أي اتبعي أثره)، ابن منظور، لسان العرب، (مادة قصص)، ج 7، ص: 73. ينظر: محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، القاموس المحيط، (مادة قصص)، ج 1، ص: 809. وأبو القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، الرّمخسري، أساس البلاغة، (مادة قصص)، ج 1، ص: 381.
- 2) محمود السيد حسن، روائع الإعجاز في القصص القرآني دراسة في خصائص الأسلوب القصصي المعجز، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط2، 2003، ص: 5.
- 3) إبراهيم عبد المنعم إبراهيم، بلاغة السرد القصصي في القرآن الكريم، مكتبة الآداب، القاهرة، ط1، 2008، ص: 3.
- 4) وقد كثر الحديث عن إبراهيم عليه السلام حتى شمل عشرين سورة في جوانب مختلفة من حياته، في أساليب متنوعة من الحوار: في حوارهِ مع نفسه، ومع ربّه، ومع قومه، ومع طاغية زمانه (النمرود)، ومع الملائكة الذين جاءوا إليه في قصة لوط، وفي قصة تبشيره بولادة مولود له بعد اليأس. محمد حسين فضل الله، الحوار في القرآن قواعد أساليبه معطياته، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط3، 1985، ص: 245.
- 5) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفياته النظرية وآلياته الاجتماعية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2005، ص: 51.
- 6) مليفين ديفلور، وساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 379.
- 7) المرجع نفسه، ص: 380.
- 8) معتصم با بكر مصطفى، أساليب الإقناع في القرآن الكريم، قطر، ط1، 2003، ص: 78.
- * المرجع نفسه، ص: 39.
- 9) نفسه، ص: 78-79.
- 10) سورة الإسراء، الآية: 9-10.

- (11) محمد السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 110
- (12) محمد السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 111
- (13) المرجع نفسه، ص: 111
- (14) المرجع نفسه، ص: 112
- (15) سورة النور، الآية: 55.
- (16) سورة البقرة، الآية: 245
- (17) سورة الكهف، الآية: 30-31.
- (18) محمد السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 115
- (19) سورة النحل، الآية: 97.
- (20) سورة النور، الآية: 55.
- (21) سورة الواقعة، الآية: 25-38.
- (22) سورة يونس، الآية: 26.
- (23) سورة البقرة، الآية: 212 .
- (24) محمد السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 118
- (25) المرجع نفسه، ص: 119
- (26) سورة النساء، الآية: 5 .
- (27) سورة النور، الآية: 2.
- (28) سورة الواقعة، الآية: 41-46
- (29) سورة النساء، الآية: 56
- (30) محمد السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 122
- (31) سورة البقرة، الآية: 61
- (32) سورة طه، الآية: 124
- (33) سورة القصص، الآية: 61
- (34) سورة الفتح، الآية: 29
- (35) سورة الزمر، الآية: 74
- (36) محمد السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 124
- (37) سورة الزمر، الآية: 27
- (38) جلال الدين السيوطي، الإقتان في علوم القرآن، النوع السادس والستين (أمثال القرآن الكريم)، ج1، ص: 386
- (39) المصدر نفسه، ص: 386
- (40) ومن سور الإنجيل سورة تسمى "سورة الأمثال"، وفشت في كلام النبي صلى الله عليه وسلم وكلام الأنبياء والحكماء. المصدر نفسه، ص: 386.
- (41) سورة البقرة، الآية: 258
- (42) طه عبد الله السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، المرجع السابق، ص: 126
- (43) سورة الشعراء، الآية: 76-82
- (44) سورة العنكبوت، الآية: 17
- (45) سورة إبراهيم، الآية: 14
- (46) سورة ق، الآية: 45
- (47) طه عبد الله السبعائي، أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ص: 128

- 48) سورة العنكبوت، الآية: 41
- 49) سورة الجمعة، الآية: 5
- 50) سورة البقرة، الآية: 258
- 51) سورة الأنعام، الآية: 81
- 52) سورة الأنبياء، الآية: 67
- 53) لقد تبين لكثير من الباحثين أن الداعية بحاجة إلى مجموعة من الثقافات من أهمها: الثقافة الإسلامية، والثقافة التاريخية، والثقافة الأدبية واللغوية، والثقافة الانسانية، والثقافة العلمية، والثقافة الواقعية. وامتلاك الفرد لهذه الثقافات هو الذي يجعله يعمل على صياغة طابعه الدعوي بطريقة تقنع الآخرين". معتصم بابكر مصطفى، أساليب الإقناع في القرآن الكريم، ص: 112.
- 54) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفياته النظرية وآلياته الاجتماعية، ص: 52.
- 55) يشير Ronald Lewis إلى اصطلاح ديناميات الجماعة بأنه بحث في عمليات التفاعل داخل الجماعات الصغيرة. أما H,B,English فيقصد بالدينامية هنا هي علاقة العلية أو العلة والمعلول أو السببية Causse effect ، ومن معاني هذا الاصطلاح أيضا كيفية تكوين الجماعة، وكيفية آدائها لوظائفها، ودراسة الوسائل والإجراءات اللازمة لتغير بناء أو تركيب الجماعة وسلوكها كجماعة وليس كأفراد.. ينظر: عبد الرحمن محمد عيسوي، دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، ص: 330 .
- 56) معتصم بابكر مصطفى، أساليب الإقناع في القرآن الكريم، ص: 41.
- 57) مصطفى صادق الرافعي، إعجاز القرآن والبلاغة النبوية، المكتبة العصرية، بيروت، 2005، ص: 87
- 58) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفيته النظرية وآلياته العلمية، ص: 54
- 59) نفسه، ص: 55.
- 60) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفيته النظرية وآلياته العلمية، المرجع السابق، ص: 55.
- 61) بوفاتح ياقوتة، الخطاب الاقناعي في الاتصال السياسي، دراسة تحليلية لخطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة المصالحة الوطنية نموذجا، إشراف أد، القورصو كمال، 2006/2007، ص: 164.
- 62) Michel Meyer, la rhétorique, 1er éd, Paris, 2004, P : 14
- Ibid, P : 22 63)
- Ibid, P : 26 64)
- Ibid , P : 26 65)
- 66) عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص: 446-447.