



جمهورية العراق  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الموصل / كلية الآداب  
مجلة آداب الرافدين

# مَجَلَّةُ

# آدَابِ الرَّافِدِينَ

مجلة فصلية علمية محكمة

تصدر عن كلية الآداب - جامعة الموصل

ملحق

العدد التاسع والثمانين / السنة الثانية والخمسون

مُحَرَّم - ١٤٤٤ هـ / آب ١٨ / ٢٠٢٢ م

رقم إيداع المجلة في المكتبة الوطنية ببغداد : ١٤ لسنة ١٩٩٢

ISSN 0378- 2867

E ISSN 2664-2506

للتواصل: [radab.mosuljournals@gmail.com](mailto:radab.mosuljournals@gmail.com)

URL: <https://radab.mosuljournals.com>



# المجلة العراقية للدراسات والبحوث

مجلة محكمة تعنى بنشر البحوث العلمية الموثقة في الآداب والعلوم الإنسانية

باللغة العربية واللغات الأجنبية

ملحق العدد: التاسع والثمانين السنة: الثانية والخمسون / محرم - ١٤٤٤هـ / آب ٢٠٢٢م

رئيس التحرير: الأستاذ الدكتور عمار عبداللطيف زين العابدين (المعلومات والمكتبات) كلية الآداب/ جامعة الموصل/ العراق

مدير التحرير: الأستاذ المساعد الدكتور شيبان أديب رمضان الشيباني (اللغة العربية) كلية الآداب/ جامعة الموصل/ العراق

أعضاء هيئة التحرير :

الأستاذ الدكتور حارث حازم أيوب	(علم الاجتماع) كلية الآداب/جامعة الموصل/العراق
الأستاذ الدكتور وفاء عبداللطيف عبد العالي	(اللغة الإنكليزية) كلية الآداب/ جامعة الموصل/ العراق
الأستاذ الدكتور مقداً خليل قاسم الخاتوني	(اللغة العربية) كلية الآداب/ جامعة الموصل/ العراق
الأستاذ الدكتور علاء الدين أحمد الغرابية	(اللغة العربية) كلية الآداب/جامعة الزيتونة/الأردن
الأستاذ الدكتور قيس حاتم هاني	(التاريخ) كلية التربية/جامعة بابل/العراق
الأستاذ الدكتور مصطفى علي الدويدار	(التاريخ) كلية العلوم والآداب/جامعة طيبة/السعودية
الأستاذ الدكتور سوزان يوسف أحمد	(الإعلام) كلية الآداب/جامعة عين شمس/مصر
الأستاذ الدكتور عائشة كول جلب أوغلو	(اللغة التركية وآدابها) كلية التربية/جامعة حاجت تبه/ تركيا
الأستاذ الدكتور غادة عبدالنعم محمد موسى	(المعلومات والمكتبات) كلية الآداب/جامعة الإسكندرية
الأستاذ الدكتور كلود فيننثز	(اللغة الفرنسية وآدابها) جامعة كرنوبل آلبي/فرنسا
الأستاذ المساعد الدكتور أرثر جيمز روز	(الأدب الإنكليزي) جامعة درهام/ المملكة المتحدة
الأستاذ المساعد الدكتور سامي محمود إبراهيم	(الفلسفة) كلية الآداب/ جامعة الموصل/ العراق

سكرتارية التحرير :

التقوم اللغوي: م.د. خالد حازم عيدان	— مقوم لغوي/ اللغة العربية
م.م. عمّار أحمد محمود	— مقوم لغوي/ اللغة الإنكليزية

المتابعة:

مترجم. إيمان جرجيس أمين	— إدارة المتابعة
مترجم. نجلاء أحمد حسين	— إدارة المتابعة

## قواعد تعليمات النشر

١- على الباحث الراغب بالنشر التسجيل في منصة المجلة على الرابط الآتي:

<https://radab.mosuljournals.com/contacts?action=signup> .

٢- بعد التسجيل سترسل المنصة إلى بريد الباحث الذي سجل فيه رسالة مفادها أنه سجّل فيها، وسيجد كلمة المرور الخاصة به ليستعملها في الدخول إلى المجلة بكتابة البريد الإلكتروني الذي استعمله مع كلمة المرور التي وصلت إليه على الرابط الآتي:

<https://radab.mosuljournals.com/contacts?action=login> .

٣- ستمنح المنصة (الموقع) صفة الباحث لمن قام بالتسجيل؛ ليستطيع بهذه الصفة إدخال بحثه بمجموعة من الخطوات تبدأ بملء بيانات تتعلق به وبحثه ويمكنه الاطلاع عليها عند تحميل بحثه .

٤- يجب صياغة البحث على وفق تعليمات الطباعة للنشر في المجلة، وعلى النحو الآتي :

• تكون الطباعة القياسية على وفق المنظومة الآتية: (العنوان: بحرف ١٦ / المتن: بحرف ١٤ / الهوامش: بحرف ١١)، ويكون عدد السطور في الصفحة الواحدة: (٢٧) سطرًا، وحين تزيد عدد الصفحات في الطبعة الأخيرة عند النشر داخل المجلة على (٢٥) صفحة للبحوث الخالية من المصورتات والخرائط والجداول وأعمال الترجمة، وتحقيق النصوص، و (٣٠) صفحة للبحوث المتضمنة للأشياء المشار إليها يدفع الباحث أجور الصفحات الزائدة فوق حدّ ما ذكر آنفًا .

• تُرتّب الهوامش أرقامًا لكل صفحة، ويُعرّف بالمصدر والمرجع في مسرد الهوامش لدى وورد ذكره أول مرة. ويلغى ثبت (المصادر والمراجع) اكتفاءً بالتعريف في موضع الذكر الأول ، في حالة تكرار اقتباس المصدر يذكر (مصدر سابق).

• يُحال البحث إلى خبيرين يرشّحانه للنشر بعد تدقيق رصانته العلمية، وتأكيد سلامته من النقل غير المشروع، ويُحال – إن اختلف الخبيران – إلى (مُحكّم) للفحص الأخير، وترجيح جهة القبول أو الرفض، فضلًا عن إحالة البحث إلى خبير الاستلال العلمي ليحدد نسبة الاستلال من المصادر الإلكترونية ويُقبل البحث إذا لم تتجاوز نسبة استلاله ٢٠% .

٥- يجب أن يلتزم الباحث (المؤلف) بتوفير المعلومات الآتية عن البحث، وهي :

• يجب أن لا يضمّ البحث المرسل للتقييم إلى المجلة اسم الباحث، أي: يرسل بدون اسم .

• يجب تثبيت عنوان واضح وكامل للباحث (القسم/ الكلية او المعهد/ الجامعة) والبحث باللغتين: العربية والإنكليزية على متن البحث مهما كانت لغة البحث المكتوب بها مع إعطاء عنوان مختصر للبحث باللغتين أيضًا: العربية والإنكليزية يضمّ أبرز ما في العنوان من مرتكزات علمية .

• يجب على الباحث صياغة مستخلصين علميين للبحث باللغتين: العربية والإنكليزية، لا يقلّان عن (١٥٠) كلمة ولا يزيدان عن (350)، وتثبيت كلمات مفتاحية باللغتين: العربية والإنكليزية لاتقل عن (٣) كلمات، ولا تزيد عن (٥) يغلب عليهنّ التمايز في البحث.

٦- يجب على الباحث أن يراعي الشروط العلمية الآتية في كتابة بحثه، فهي الأساس في التقييم، وبخلاف ذلك سيُردّ بحثه ؛ لإكمال الفوات، أمّا الشروط العلميّة فكما هو مبين على النحو الآتي :

• يجب أن يكون هناك تحديد واضح لمشكلة البحث في فقرة خاصة عنونها: (مشكلة البحث) أو (إشكاليّة البحث) .

• يجب أن يراعي الباحث صياغة أسئلة بحثية أو فرضيات تعبر عن مشكلة البحث ويعمل على تحقيقها وحلّها أو دحضها علمياً في متن البحث .

• يعمل الباحث على تحديد أهمية بحثه وأهدافه التي يسعى إلى تحقيقها، وأنّ يحدّد الغرض من تطبيقها.

• يجب أن يكون هناك تحديد واضح لحدود البحث ومجتمعه الذي يعمل على دراسته الباحث في بحثه .

• يجب أن يراعي الباحث اختيار المنهج الصحيح الذي يتناسب مع موضوع بحثه، كما يجب أن يراعي أدوات جمع البيانات التي تتناسب مع بحثه ومع المنهج المتبع فيه .

• يجب مراعاة تصميم البحث وأسلوب إخراجه النهائي والتسلسل المنطقي لأفكاره و فقراته.

• يجب على الباحث أن يراعي اختيار مصادر المعلومات التي يعتمد عليها البحث، واختيار ما يتناسب مع بحثه مراعيًا الحدّات فيها، والدقة في تسجيل الاقتباسات والبيانات الببليوغرافية الخاصة بهذه المصادر.

• يجب على الباحث أن يراعي تدوين النتائج التي توصل إليها ، والتأكّد من موضوعاتها ونسبة ترابطها مع الأسئلة البحثية أو الفرضيات التي وضعها الباحث له في متن بحثه .

٧- يجب على الباحث أن يدرك أنّ الحُكْمَ على البحث سيكون على وفق استمارة تحكيم تضمّ التفاصيل الواردة آنفًا، ثم تُرسل إلى المُحكِّم وعلى أساسها يُحكّم البحث ويُعطى أوزانًا لفقراته وعلى وفق ما تقرره تلك الأوزان يُقبل البحث أو يرفض، فيجب على الباحث مراعاة ذلك في إعداد بحثه والعناية به .

تنويه:

تعبّر جميع الأفكار والآراء الواردة في متون البحوث المنشورة في مجلّتنا عن آراء أصحابها بشكل مباشر وتوجهاتهم الفكرية ولا تعبّر بالضرورة عن آراء هيئة التحرير فاقترضى التنويه

رئيس هيئة التحرير

## المحتويات

الصفحة	العنوان
<b>بحوث اللغة العربية</b>	
27-1	تشاكل النصي عند شعراء النقائص جرير والفرزدق أنموذجاً صالح محمد حسن أرديني
57 -28	الحوار تقنية سرديّة في شعر المرأة في العصر العباسي حسن خيري حمدون الحيالي و منتصر عبدالقادر الغضنفرّي
84 -58	ظاهرة الحَمَل على المعنى عند ابن جنيّ دراسة في مفهومها، وصورها تمام حمد عيد المنيزل
107 -85	إيجاء المقاطع الصوتيّة في الهمزيّة النبوّية لأحمد شوقي لوحة أصول الدين وأسس الدولة الراشدة أنموذجاً عبيدة لقمان الإمام و فيصل مرعي الطائي
135 -180	قتباس الشاعر جاسم محمد جاسم لألفاظ الزمان الواردة في القرآن الكريم دراسة دلالية أسامة انور عبدالكريم دبان و محمد محمود سعيد
194 -136	النَّقْدُ التَّنْظِيرِيُّ وَالتَّطْبِيقِيُّ عِنْدَ شَمْسِ الدِّينِ النَّوَّاجِي (ت859هـ) تَأْصِيلٌ اسْتِقْرَائِيٌّ لِكِتَابِهِ "مُقَدِّمَةٌ فِي صِنَاعَةِ النَّظْمِ وَالتَّنْثُرِ" طه غالب عبد الرّحيم طه
229 -195	مفهوم الإقناع قديماً وحديثاً عباس حسين السبعواوي و آن تحسين الجلي
262 -230	يرة ابن آدم البالكي (ت1237هـ) وكتابه : (مصباح الخافية في شرح نظم الكافية) مع تحقيق نتفة من فصل مرفوعات الأسماء دنيا محمد طاهر و صباح حسين محمد
287 -263	لام الجحود بين النفي والتوكيد في ضوء الاستعمال القرآني عبد الله خليف خضير الحياني
309 -288	أثر الأدب العربي في الأدب الإنكليزي محمود أحمد البرواري و فارس عزيز حمودي
338 -310	السبك النصي في قصة آدم - عليه السلام - في سورة البقرة غياث محمد سعيد مراد
<b>بحوث التاريخ والحضارة الإسلامية</b>	
371 -339	علاقة دولتي غانة ومالي بفقهاء المالكية فائز فتح الله عبدالوهاب و بشّار أكرم جميل
392 -372	تطوّر قطاع الصناعة في الجزائر 1999- 2008 محمد حسين دويل و سعد توفيق عزيز البزاز
414 -393	المقومات الأساسية التي قامت عليها دولة وحكومة المغول على عهد جنكيز خان زياد علاء محمود و نزار محمد قادر (603-624هـ / 1205-1226م))
441 -415	الأوضاع الاقتصادية في المدن الأندلسية التي أسسها المسلمون في عصر الإمارة والخلافة أسامة سالم شيت حامد الزبيدي و فائزة حمزة عباس (422-422هـ/1031-755م)
459 -442	علاقة الملك المنصور صاحب حماة مع الصليبيين (587-617هـ) (1119-1220م) محمد عادل شيت و سلطان جبر سلطان

474 -460	عمر فيصل محمود الغنّام	حركة الإسلاميّة في إسرائيل 1971- 1995
508 -475	أحمد عبد الغني	أثير الأزمة الاقتصادية العالميّة على الاقتصاد العراقي بين سنتي 1929 - 1933
بحوث الآثار		
523 -509	سناء حسّان الأغا	الإجراءات القضائية في مصر القديمة
الإعلام		
564 -524	أحمد إبراهيم حمّاد و حسام أحمد أبو حجّاج	واقع إدارة الأزمات في المؤسسات الإعلاميّة الفلسطينيّة بقطّاع غزّة "شبكة الأقصى الإعلاميّة نموذجاً"
بحوث الفلسفة		
592 -565	إبراهيم أحمد شعير الجميلي و عامر عبد زيد الوائلي	فلسفة التربية بين امانويل كانط و إميل دوركايم (دراسة مقارنة)
بحوث الشريعة والتربية الإسلاميّة		
616 -593	(14،15)/(30)/(35) أنموذجاً جمعاً ودراسة--أسماء إبراهيم خليل و فارس فاضل موسى	ماذج من ترجيحات الإمام ابن عرفة (ت803هـ) في تفسيره لسورة البقرة في الآيات
بحوث المعلومات وتقنيات المعرفة		
670 -617	أياس يونس إسماعيل	استحداث المكتبات الذكيّة في المكتبات ومؤسسات المعلومات: بين الآمال والتطلعات
بحوث علم النفس وطرائق التدريس		
700 -671	عبير محمد حسين	الألعاب الإلكترونيّة وعلاقتها بالتحصيل الدراسي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية دراسة ميدانية في تربية نينوى
بحوث الجغرافية		
721-701	خضر رشيد عبدالرحمن و فاتن عبدالباقي خالد	تأثير الغبار والظلال على قدرة اللوح الكهروضمسي متعدد البلورة في مدينة دهوك -دراسة في المناخ التطبيقي-

## مفهوم الإقناع قديماً وحديثاً

عباس حسين السبعواوي\* وآن تحسين الجلبي\*

تأريخ القبول: 2020/10/31

تأريخ التقديم: 2020/9/21

المستخلص:

يُعدُّ الإقناع وسيلة للتواصل، فلا تواصل بدون إقناع، ولا إقناع بدون تواصل فهو مبني على مبدأ التواشج الحاصل بين المُخاطَب والمُخاطِب والجامع بينهما هو تحصيل الغاية من الإقناع؛ لأنَّه وسيلة من وسائل التأثير في المواقف والمعتقدات والنيات، كما أنَّه عملية تهدف إلى تغيير موقف أو سلوك شخص تجاه حدث معين، من هنا جاء ارتباط الإقناع بالأدب؛ بوصفه ركناً أساسياً لخلق حلقة فكرية ووجدانية تجمع المُخاطَب بالمُخاطِب .

الكلمات المفتاحية: وسيلة للتواصل، فلا تواصل بدون إقناع، ولا إقناع بدون تواصل .

### – الإقناع لغة:

الإقناع مشتق من الجذر الثلاثي (ق. ن. ع) وله أصلان صحيحان ، فالأوَّل يدل على الإقبال على الشيء وقد أيد هذا الرأي الخليل بن أحمد الفراهيدي (ت170هـ) ، إذ رأى بأنَّ الإقناع : ((من قنع يقنع قناعة: أي رضي فهو قانع، وهم مقنعون، ومنه قوله تعالى: (فإذا وجبت جنوبها فكلوا منها وأطعموا القانع والمعتر) الحج الآية 36، فالقانع: السائل والمعتر المعترض من غير طلب، وقنع يقنع قناعة: تذلل للمسألة فهو قانع وفلان مقنع، أي يرضى بقوله، والقناع طبق من عسيب النخيل وخصه، والإقناع مد البعير رأسه إلى الماء ليشرب))<sup>(1)</sup>.

من قول الخليل نجد بأنَّه قد بين نوعين لمعنى الإقناع أمَّا الأوَّل منها فقد عنى

\* طالب ماجستير/ قسم اللغة العربية/كلية الآداب/جامعة الموصل.

\*\* أستاذ مساعد/ قسم اللغة العربية/كلية الآداب/جامعة الموصل.

(1) العين، الخليل بن أحمد الفراهيدي، مادة قنع،: 170/1.

به السؤال والتذلل، والثاني قائم حول معنى الرضا، كما أنّ حركة البعير في مد رأسه تؤكد معنى التذلل والسؤال وقد أُيد هذا الرأي الأزهري (ت370هـ) في معجم تهذيب اللغة قائلاً: (( أقنع الرجل إذا صادف القنع ، قنعت إلى فلان: إذا خضعت له، والتزمت به، وانقطعت إليه... والقانع : السائل ، وقال بعضهم المتعفف ؛ وكل يصلح . وقال الفراء : القانع الذي يسألك فإذا أعطيته شيئاً قبله ،وقد روي عن النبي محمد صلى الله عليه وسلم "قنعت يديك في الدعاء " أي : ترفعهما، وقال ابن السكيت: أقنع رأسه إذا رفعه، وأقنعتي كذا وكذا، أي أرضاني))<sup>(1)</sup>، فهو الاتقياد والرضى والتذلل والتركيب النحوي فيها يدل على الطلب . وقد علل هذا الرأي صاحب معجم مقاييس اللغة (ت392هـ) ((يقولون قنع قناعة، إذا رضي وسميت قناعة، لأنه يقبل على الشيء الذي له راجياً وفلان شاهد مقنع: إذا رضيت به ، والإقناع مد اليد عند الدعاء، وسمي بذلك عند إقباله على الجهة التي يمد يده إليها، والإقناع :إمالة الإتياء للماء المنحدر، ومنه قنع ، الرجل يقنع قنوعاً ، إذا سأل، وسمي قانعاً لإقباله على الشيء الذي له راضياً))<sup>(2)</sup> فالإقناع يعني القبول والرضا ،ومنه قول الجوهري (400هـ) في صحاحه بأن الإقناع من ((قنع يقنع قنوعاً، والقناعة بالشيء: الرضا بالقسم، وقد قنع يقنع قناعة، فهو قانع ومقنوع، وأقنعه بالشيء إذا أرضاه، وقال بعض أهل العلم : إن القنوع قد يكون بمعنى الرضا ، والقانع يكون بمعنى الراضي ))<sup>(3)</sup>.

بهذا المعنى أنشأ الجوهري علاقة تبادلية تواصلية ؛ لأنّ قنوع وقانع تكون من الأضداد ، ومن هنا ينشأ التواصل الإنساني والفكري، ومنه قول ابن منظور (ت711هـ) ((قنع قناعة، فهو قنع وقنوع، يقال قنع فهو قانع وقنع وقنيع وقنوع: إذا رضي والمقنع: العدل من الشهود، يقال فلان شاهد مقنع: أي يرضي يقنع به ورجال مقانع وقنعان إذا كانوا مرضيين ، والقنوع : السؤال والتذلل للمسألة ، وقنع : ذلّ

(1) تهذيب اللغة، الأزهري، مادة قنع: 171/1.

(2) مقاييس اللغة، ابن فارس، مادة قنع: 864/5.

(3) تاج العروس وصاح العربية، إسماعيل بن حماد الجوهري، مادة قنع: 972/3.



للسؤال ، وقيل سأل، والقانع الخادم والتابع ترد شهادته للتهمة بجلب النفع إلى نفسه، قال ابن الأثير القانع في الأصل السائل<sup>(1)</sup>. فالأوصاف أعطت توضيحاً للمعنى عبر كون القانع = الخادم = التابع أي أن القانع لا يكون قانعاً ما لم يكون خادماً لأفكاره ولضوابط الآخرين ولهذا يصح أن يكون تابعاً، وبهذا يكون مدار عملية الإقناع قائماً على قبول عرض أو طلبه

وهنا نلاحظ التطور الدلالي للفظ عند التفريق بين القانع والمقنع فالقانع من يرضى بالقسم، والمقنع: الذي يرضى بقوله فالأول ضعيف؛ لأنه يتذلل ويسأل والثاني صاحب حجة قوية لأنه يرضى بقوله، وهذا ما أيده الفيروزابادي (ت817هـ) في القاموس المحيط بأن القانع : الخارج من مكان إلى مكان آخر، والإقناع من قنع قناعة إذا رضي فهو قانع قنع وقنيع واقنعه: أرضاه وسمي قانعاً لإقباله على من يسأله، وأقنع رأسه نصبه ، أي جعله لا يلتفت يميناً أو شمالاً، وفم مقنع كمكرم: أسنانه معطوفة إلى الداخل ، وقنعه تقنياً : رضاه ، والمرأة ألبسها القناع وأقنع رأسه بالسوط : غشاه به وتقنع فلان : نغشى بثوبه ((<sup>(2)</sup>.

من هنا أصبح الإقناع يدل على القسر والذل عبر القدرة على التقنيع، وهنا نلاحظ التطور الدلالي إذ أصبحت عملية الإقناع قائمة بين متحاورين؛ لذا فهو يلزم الحجة والدليل في القول وهذا ما بينه وينهارد دوزي في معجمه قائلاً: ((قنع: من أقنعه بالدليل والبرهان: أرضاه يقال اقنع احداً بالدلائل: أقحمه بالأدلة، قطعه بالحجة، برهن على صحة ما يقول بالدليل والبرهان، واقنعه به: رضي به، واكتفى به))<sup>(3)</sup>.

وهنا نلاحظ التطور في المعاني إذ أصبح الإقناع ملزماً بوجود الحجة والبرهان والدليل، وكأنه اشتراط للإقناع.

فالإقناع بهذا المعنى قائم على:

1- مسألة التذلل والمسألة (قانع).

(1) لسان العرب، ابن منظور، مادة قنع: 297/8.

(2) القاموس المحيط الفيروزابادي، مادة قنع: 978/1.

(3) تكملة المعجم العربية، رينهارد دوزي، مادة قنع: 398/3 وينظر: المعجم الوسيط، مجمع اللغة

العربية، مادة قنع: 793/2.

## 2- مسألة الرضا بالقسم (مقنع)

والجامع بين المحورين هو الحجة والبرهان والدليل فالحجة تقع على القانع عند السؤال. والمقنع يقع عليه البرهان والدليل ومن هنا ينشأ الإقناع بين الطرفين. وبهذا يكون الإقناع عملية تستلزم وجود طرفين الأول (قانع/ سائل/ متذلل) والثاني (مقنع/ مفحم) عبر الدليل والبرهان، فالإقناع عملية عقلية تستلزم المهارة والحدق من استخدام المفردات من أجل إفحام المخاطب بصدق الدعوى الموجهة اليه فهو ليس عملية اعتباطية، بل تنم عن فكر يسعى إلى التوضيح والإدراك؛ لأنه يستلزم المشاركة والقبول.

فلا إقناع بدون قبول، ولا قبول إلا بوجود برهان ولا برهان بغير حجة ولا حجة إلا بدليل.

الإقناع اصطلاحاً:

مصطلح متداول منذ القدم ، فقد ارتبط الإقناع بفن البلاغة وارتبطت البلاغة بالخطابة؛ لذا فقد انضوت منذ ميلادها الأول على حمولة الإقناع، وارتبطت بسطوة التأثير يقول (أرسطو) متحدثاً عن الخطابة :

(( قوة تتكلف الإقناع الممكن في كل واحد من الأمور المفردة )) (1)

أي ان الخطابة تقع ضمن المنظور الاتي:

خطاب ← بلاغة ← إقناع = تصديق

فالخطاب ما هو الا خطاب توجيهي يتوخى فيه المخاطب إقناع المتلقي بصدق الرؤية عبر صيغة بلاغية إقناعية؛ لذا فإن العلاقة بين عناصر الإقناع علاقة ترمي إلى التصديق بصدق الدعوة.

من هنا وجب معرفة المسار الذي سار فيه الإقناع للوصول إلى معنى اصطلاحى عام غير مقيد.

(1) الفلسفة التطبيقية وتطوير الدرس الفلسفي العربي فيها ، مصطفى النشار : 212 وينظر :

بلاغة المقموعين، ضمن المجاز والتمثيل في العصور الوسطى، جابر عصفور، مجلة الف ، دار

قرطبة ، البيضاء ، 1993 : 7.

فالإقناع عند علماء الغرب نشأ عبر فن الخطابة ، وارتبط بعدد من الثقافات أشهرها الثقافة اليونانية التي عنيت عناية كبيرة بالخطابة لما تؤديه من مهام سياسية بوصفها فناً للقول يتوخى بها الانتصار في خضم صراع حياتي ومنازعات بشرية؛ لذا فإن المهام التي تشكلت فيها بلاغة الإقناع تقع ضمن فضاء خلافي، لأنه مجال المنازعة<sup>(1)</sup>؛ لذا فقد ربط السوفسطائيون بين الجدل والإقناع وشكلت بلاغتهم أثراً حاسماً في تحريك التفكير حول العديد من المعضلات الفلسفية، فقد اشتهروا باعتناقهم سلطة القول لنشر آرائهم واتقان الاحتجاج لها.

وقد اعتقدوا بأن القول الخطابي يفوق المعارف البشرية الأخرى بما يمتلكه من قوة إقناعية، إذن فهو أعلى سلطة لتحقيق الاعتقاد وبناء المعرفة، هذا القول الذي يأس الجوع ويستبدهم، داحراً كل مقاومة، فلا بد من أن يكون مسنوداً بسلطة إقناعية خاصة، وعمدوا في ممارستهم للحجاج إلى بنائها حول النفعية المتعلقة باللذة ؛ ومن هنا كانت عنايتهم بالمقام .

فبلاغة الإقناع عند السفسطائيين قائمة على الوجوه المتعددة في الخطاب، وتنوع طرقه بحسب غايات صاحبه إن منفعة القول تتحدد بالقدرة على خلق اللذة لدى المخاطب لغرض استمالته؛ لذلك اعتمدوا على الإمكانيات الواسعة التي تنتجها آفاق القول ومقاصده فممارسة الإقناع لدى السفسطائيين كانت مدعومة بنشاط تعليمي اضطلعوا به ومارسوه فقد وظفوا المبادئ الأولى لبلاغة الإقناع، وقد أسسوا لخطاباتهم أسساً وقواعد امتدت لقرون وهي:

المقدمة:

السرود أو الحدث (عرض الوقائع)

الاستدلال أو البرهان

الاستقراء

الخاتمة:

وعن طريق عناصر الخطاب نجد أنهم قد انتبهوا إلى عنصر الاستدلال فهو

(1) ينظر: الحجاج عند أرسطو، هشام الرفيعة: 52.

يشكل مكوناً ضرورياً في نظرتهم للخطاب فعن طريقه تتحقق الاستمالة ويحصل الإقناع والإقناع، كما ربطوا بين الواقع وظروف العلاقات الإنسانية وربط الخطاب بمقتضيات القائل وأحوال المخاطب فضلاً عن تنوع القول وتشغيل المحتمل والممكن<sup>(1)</sup>.

ويلخص مزايا بلاغتهم في:

(1- القول بتضاد الأصوات: أي أن لكل خطاب خطاب مضاد، ولكل حجة حجة تناقضها؛ لأنّها تبنى على رؤية مخالفة للأشياء وتصف واقعاً مغايراً.  
2- التنبيه إلى ما قد يرشح عن الأقيسة من اغاليط وضرورة بناء نظام الجرح للقياس وتعديله.

3- رسمهم مفهوم الاحتمال وفقاً لتعامل الناس وتفاعلهم مع بعضهم.

4- اتقائهم المجادلة وكل صنوف المحاورات التي تقوم على الاستدلال المنظم بقواعد مضبوطة<sup>(2)</sup>.

إنّ رؤية السفسطائيين قائمة على الظنية والاحتمالية والجدلية من أجل الوصول إلى الإقناع القائم على الزيف والخداع بوصفه وسيلة هادفة لإفحام الخصوم ولا ينفصل موقف أفلاطون من فاعلية الإقناع في حجاج السفسطائيين؛ إذ انطلق في ممارسته للحجاج من خلال الصراع الذي نشب بينه وبين السفسطائيين؛ إذ يقر بأن كل حجاج أو بلاغة يستفاد منها الفرد أو المجتمع؛ لأنّه يعتمد على فكرة الخير والحق ويهتم بالحجاج الأخلاقي، ففلسفته مثالية تترك المادة والحس جانباً، والمثل عنده هو الأصل وهذا ما دفع أرسطو تلميذه إلى نقده خاصة إلا أنه يفرق بين الإفحام والإقناع فيجعل الإفحام من صنع الفيلسوف؛ لأنّه يبحث عن الحقيقة والوجود والمصالح، أمّا الإقناع فيكون من صنيع الخطيب؛ لأنّه يعالج الآراء والأشياء المرئية والمحتملة فيستخدم الأدلة العاطفية للتأثير في خيال المستمع ومشاعره وليس في

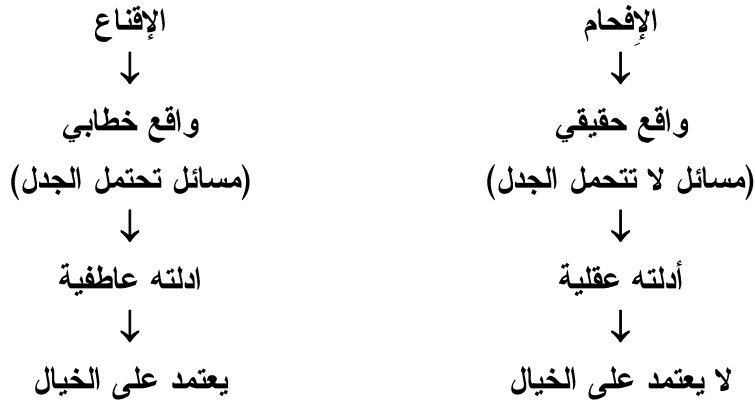
(1) ينظر: الحجاج في البلاغة المعاصرة، محمد سالم الطلبة: 24-27.

(2) أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية، د. حمادي حمود: 38.

عقله<sup>(1)</sup>؛ لأنها قائمة على العلم والنزاهة فهي قادرة على تغيير فكر أو سلوك خاص بالمجتمع

وبهذا يكون أفلاطون قد فرق بين الإفحام والإقناع بصورة مميزة فجعل دائرة الإفحام في توضيح المعاني الحقيقية التي لا لبس فيها، في حين جعل الإقناع في دائرة الخطابة؛ لأنها تمثل الآراء التي يمكن مناقشتها فالفرق عند أفلاطون قائم على نوع الحوار وطبيعته، وطبيعة مقامه.

ويمكن توضيح فكر أفلاطون ضمن المخطط الآتي:



وبهذا تعارض فكر أفلاطون حول المسائل الظنية واليقينية مع السفسطائيين في عملية الإقناع.

فالإقناع لديه لا يقوم على أساس المنفعة، وإنما على أساس التأثير العاطفي في المستمعين لغرض استمالتهم، وقد توافق مع آرائهم جورجياس الذي رأى أن القوة الخلاقة الحقيقية تكمن في القول المقنع<sup>(2)</sup>، فقد جعل الخطابة أداة للإقناع، وقد فند رأيه سقراط عندما تحدث عن الخطابة قائلاً: ((الخطابة ليست الأداة الوحيدة للإقناع)) كما ان الإقناع المتولد عنها لا يصل إلى درجة المعرفة التي يختص بها العلم وحده

(1) ينظر: بلاغة الإقناع في المناظرة، د. عبداللطيف عادل: 36.

(2) ينظر: بلاغة الإقناع في المناظرة: 37.

محدود الخطاب هي حدود ظنية<sup>(1)</sup>، وبهذا أعاد سقراط رأي افلاطون إلى مساره الحقيقي حول الخطابة بوصفها لا تمثل العلم اليقيني، وإنما تعتمد على العواطف لتحقيق الاستمالة من أجل تحقيق الغاية التي يريدها الخطيب.

أمّا أرسطو فيعدُّ الأكثر تأثيراً في أبحاث الخطابة والحجاج فقد تحدث عن الإقناع بوصفه الوظيفة التي تقصد من الاجناس الخطابية ؛ بوصفها الأكثر تأثيراً واستمالة للمتلقى .

فالخطابة لديه : ((قوة تتكلف الإقناع الممكن في كل واحد من الأمور المفردة))<sup>(2)</sup>، كما ميزها عن غيرها من الاجناس فتحدث عن الخطابة قائلاً: ((إنها ليست جانباً لشيء واحد وإنها نافعة وليس عملها أن تقنع لكن أن تعرف المقنعات في كل أمر))<sup>(3)</sup>. وبهذا جعل من الخطابة القدرة على الإقناع والتأثير بوصفها القوة القادرة على التغيير وذلك عندما عرفها ب: ((إنها صناعة مدارها إنتاج قول تبني به الإقناع في مجال المحتمل والمسائل الخلافية القابلة للنقاش ، بمعنى أنها علاقة بين طرفين تتأسس على اللغة والخطاب ، يحاول أحد الطرفين فيها أن يؤثر في الطرف الآخر ))<sup>(4)</sup>.

أي أن الخطابة عنده قائمة على عنصر الإقناع ولا يحدث إلا بوجود طرفين مختلفين وقد عرف الإقناع بأنه فن التأثير في الآخرين وقد قسم الإقناع إلى ثلاثة أنواع هي:

1- إقناع بالآيتوس ← الخطيب

إقناع بالباتوس ← العواطف

2- إقناع باللوغوس ← العقل

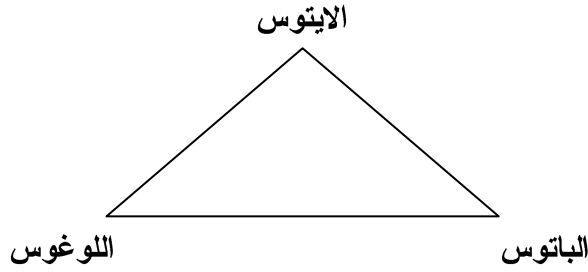
فنظرية أرسطو تعتمد على ثلاثة عناصر عرفت بمثلث أرسطو للإقناع.

(1) ينظر : المصدر نفسه: 38.

(2) حول التقنين الارسطي لطرق الإقناع ومسالكه ومفهوم الموضوع، حمو النقاري: 608.

(3) فن الخطابة ، أرسطو طاليس ، ترجمة : عبد الرحمن بدوي : 9.

(4) ينظر: في خطابة أرسطو الباتوسية، محمد الولي ، مجلة علامات العدد 27 : 47.



### 1- الإقناع بالاييتوس ← حجج الباث ← الخطيب:

لم يعرف مصطلح الإيتوس اتفاقاً في تحديد ماهيته، فهو يعني عند بعضهم أخلاق الخطيب وعند آخرين يدل على الوصف الخلقى وعند آخرين يعني عادات الخطيب أو سمته ؛ لذا يُعدُّ مفهوماً متعدد الاتجاهات . فهو عند أرسطو يُعدُّ أحد الحجج التي يقوم عليها الخطاب وضع أرسطو مقومات للخطيب وهي أن يكون الخطيب موضع قبول عاطفي لدى المتلقي لحظة بث الخطاب وتلقيه يقول أرسطو:

((العوامل التي تدعو إلى بعث الثقة في الخطيب ثلاثة... وهي السداد والفضيلة والبر. لأن الخطباء إذا كانوا يتعرضون للإحباط في محاولتهم للدفاع عن موقف ما أو بذل نصائح، فإن ذلك ناشئ عن هذه الصفات الثلاث أو عن واحدة منها. فهم اما انهم -لعدم سدادهم- يعجزون عن تكوين رأي سليم، وأما إنهم مع قدرتهم على تكوين رأي سليم لا يقولون بسبب شرهم ما يفكرون فيه، وأما إنهم سديدون وفضلاء يفتقدون البر ولهذا فإنهم لا يدلون بأفضل النصائح، على الرغم من أنهم يعرفونها ليست هنالك حالات غير هذه، وإن ذلك الذي يبدو أنه متصف بكل هذه الصفات ينال ثقة سامعيه))<sup>(1)</sup>.

فالخطيب عند أرسطو يجب ان يتمتع بـ:

- 1- أن يكون سديد الرأي.
- 2- أن يكون فاضلاً.

(1) حول التقنين الارسطي لطرق الإقناع ومسائله ومفهوم الموضوع: 608.

## 3- أن يكون باراً.

فعن طريق اجتماع الصفات في شخصية الخطيب يستطيع أن يقنع المتلقين بصدق دعواه، فالعملية الإقناعية تعتمد إذن على عوامل داخلية في شخصية الخطيب تتمثل هي الأولى بالإقناع فلا يمكن للخطيب أن يكون مقنعاً مالم يتصف بضوابط إقناعية ونفسية وعاطفية<sup>(1)</sup>. من هنا انفتحت الدراسات اللسانية على الإيتوس حين أعادت النظر في حال المتكلم بوصفه ذاتاً ، أي أنها سعت إلى تقريب المسافة من المتلقي وإلى الظهور بمظهر مؤثر يدفع المخاطب إلى الإقناع، وقد تطور الاهتمام بعنصر الإيتوس على يد ديكرو الذي عده مرتبطاً بالمتكلم بوصفه : مصدرًا للتلفظ إذ يكتسي خصائص تجعل هذا التلفظ بدوره مقبولاً أو منفرًا

وبهذا يبقى الإيتوس في النظرية البلاغية استراتيجية حاجية يسعى من خلالها المحاجج أن يوصل صورة إيجابية عن المتلفظ بالخطاب ، فالمتكلم لا يكون مقنعاً بسبب أفكاره ومعتقداته قط بل بسبب الثقة التي يفرغها المتلقي نتيجة تملك المتكلم ناصية الكلام وفنون الاستدراج الإقناعية التي تعمل على تقبل الموضوع المطروح<sup>(2)</sup>.

## 2- الإقناع بالباتوس © العواطف ← الميول والأهواء

تقوم المباحث في الخطابة الغربية حول المتلقي والذي يطلق عليه أرسطو تسمية الباتوس ويعني به: ((هو ما ينزع إليه الإنسان نزوعاً طبيعياً، أي على سبيل الاستعداد الطبيعي، إنه ذلك الشيء الذي ميل إليه ويتوخاه))<sup>(3)</sup>.

يُعدُّ هذا البعد في البلاغة هو الأخطر والاهم؛ لأن الغاية الأساسية فيه تقوم على الإقناع والتأثير في المخاطب.

فعلى الخطيب ان يكون على علم بمقام المخاطب لكي يتمكن من التحكم في انفعالاته التي يجب اثارته. والتأثير فيها لأنه عن طريق معرفة تلك العواطف نتوصل

(1) ينظر: فن الخطابة: 16-17.

(2) ينظر: في خطابة أرسطو الباتوسية : 47.

(3) فن الخطابة: 71.



إلى الوسائل التي يجب ان نتوسل فيها غاية الإقناع، يقول (ميشيل مايير) : أن ((القدرة على الإقناع تفضي المعرفة بما يمكن ان يحرك الذات التي نتوجه اليها بالخطاب، أي معرفة ما يحركها)) (1).

وبهذا فإن حجج الباتوس تمثل حججاً إقناعية؛ لأن الغاية فيها تكمن في الاثارة والتأثير في المتلقي.

### 3- الإقناع باللوغوس ← حجج الخطاب ← الموضوع:

تحدث أرسطو عن مفهوم اللوغوس والذي يعني حجج الخطاب بوصفها تعتمد على تقنيات حجاجية عقلية وقياسية ومنطقية، ويتمثل هذا النوع بنوعين من الحجج: الحجج المادية (غير الصناعية) التي تعتمد على الوقائع المضمونية مثل (الشواهد والعقود) والحجة المنطقية وشبه المنطقية (الصناعية) ويمكن ان تسير ضمن المنهج الاستقرائي من العام إلى الخاص أي من المقدمة الكبرى ثم تليها المقدمة الصغرى ثم الاستنتاج ويمكن تمثيل ذلك على النحو الآتي:

مقدمة كبرى



مقدمة صغرى



استنتاج = الاستقراء

أو ان تكون استنباطية أي تسير من العام إلى الخاص أي من النتيجة وصولاً إلى المقدمة.

استنتاج



مقدمة صغرى



مقدمة كبرى (ظنية احتمالية). استنباط

وهذا النوع من الإقناع يسمى بالإقناع العقلي وأن اللجوء إلى هذا النوع من

(1) المصدر نفسه: 72.

الإقناع هو جعل غير المحتمل محتملاً، وغير الممكن ممكناً، وغير الأكيد أكيداً؛ وذلك نظراً لقوة الحجاج فيه وللمصادقية التي يمنحها الخطيب في سعيه إلى إقناع المتلقي (1).

إن اجتماع العناصر الثلاثة يشكل القوة الإقناعية للمتلقي؛ لأن عملية الإقناع لا تكون إلا ضمن محاور محددة أشار إليها أرسطو وقبلها كل البلاغيين الذين أسهموا في نظرية الحجاج فيما بعد لا للإقناع من قوة تأثيرية داخل النص. وبهذا تكون أسس بلاغة الخطاب الإقناعي عند أرسطو قائمة على ثلاثة عناصر هي:

- 1- وسائل الإقناع أو البراهين.
- 2- الأسلوب أو البناء اللغوي.
- 3- ترتيب أجزاء القول.

إن دراسة أرسطو كانت على وعي كبير فقد اسهم في علم النفس والأخلاق والمنطق وبذلك أسس للإقناع عبر الخطاب (2).  
الإقناع عند علماء الغرب المحدثين:

لم يخرج مفهوم الإقناع عما قدمه أرسطو فهو يستهدف التأثير في المتلقي سواء في سلوكه أو في تفكيره إذ لم تشهد بلاغة الإقناع ظهوراً إلا عبر ظهور كتاب (مصنف في الحجاج) لبييرلمان و تيتكا ويُعدُّ كتابهما المعجم الحقيقي المجمل لكل أشكال الحجاج وتأثيرها فهو نتاج لمتطلبات معرفية فلقد غير القرن العشرين بوصفه قرناً ((للإشهار والدعاية)) مما جعل الحضارة البشرية موسومة لمهاراتها المتطرفة في التقنيات الخاصة بالتأثير على الأشياء، وليس الأنسب لاستراتيجيات التأثير من بلاغة الإقناع التي دافع بييرلمان عن انبعائها وتطويرها فقد عرف الحجاج بأنه: دراسة التقنيات الخطابية التي تعمل على حث الأذهان للتسليم بالطروح المعروضة

(1) ينظر: فن الخطابة: 80.

(2) ينظر: في بلاغة الخطاب الإقناعي (مدخل نظري وتطبيق لدراسة الخطابة العربية : الخطابة في القرآن الكريم)، د. محمد العمري: 20- 23.

عليها أو ان تزيد في درجة التسليم .

فالحجاج بهذا المعنى يُعدُّ الآلية الأهم في الخطاب؛ لأن المرسل يعمد إلى استخدام اللغة، وعن طريق اللغة تتجسد آلية الإقناع، وبهذا يقدم تصوراً للحجاج يركز فيه على الوظيفة الإقناعية للبلاغة اذ يقول بأن الحجاج هو حمل المتلقي على الإقناع بما يعرضه عليه أو الزيادة في حجم هذا الإقناع<sup>(1)</sup>.

إن نظرية الحجاج التي يتبناها بيرلمان وتيتكا عقدت صلات واسعة مع مباحث علم النفس؛ لذا فإن لها الفضل في تحقيق التأثير الفعال في الخطاب؛ لأن الحجاج في نظرها قائم على ((دراسة طبيعة العقول، ثم اختيار أحسن السبل لمحاورتها والاصغاء اليها، ومحاولة حيازة انسجامها الإيجابي والتحامها مع الطرح المقدم فإذا لم توضع هذه الأمور النفسية والاجتماعية في الحسبان فإن الحجاج يكون بلا غاية وبلا تأثير))<sup>(2)</sup>.

وهنا نلاحظ ارتباط بلاغة أرسطو ببلاغة بيرلمان وتيتكا فهي إعادة احياء البلاغة القديمة فكل منها يتأسس على ثلاثة محاور هي:

الخطيب ← الرسالة ← المتلقي

الباتوس ← اللوغوس ← الايتوس

أي ان البلاغة الحديثة نشأت من البلاغة القديمة التي تشير إلى الإقناع عبر اجتماع عناصر الخطاب للتأثير في المتلقي، وإقناعه بالدعوة فالخطابة تعني في تصورهما عملية اتصالية يستخدم فيها المنطق للتأثير في الآخرين.

أما (ديكرو) الذي أسس للحجاج اللغوي بوصف اللغة عنصراً حجاجياً فهو يعرف الحجاج على انه: ((انجاز تسلسلات استفتاحية داخل الخطاب))<sup>(3)</sup> فيكون الحجاج في اللغة هو ((انتاج متواليات من الأقوال بعضها هو بمثابة الحجج وبعضها

(1) حجاجية التأويل في البلاغة المعاصرة ، محمد سالم الطلبة : 15.

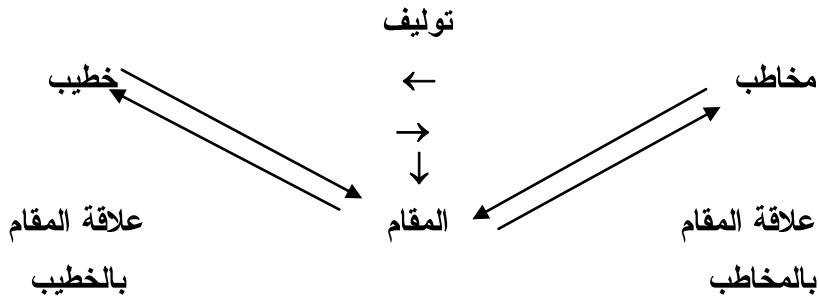
(2) بلاغة الاقناع في المناظرة: 24.

(3) الاستدلال الحجاجي التداولي وآليات اشتغاله، رضوان الرقي، عالم الفكر، العدد الثاني، المجلد

الرابع، ديسمبر 2011: 83.

الآخر هو بمثابة النتائج)) (1). وعن طريق المتواليات من الأقوال والتسلسلات الاستنتاجية تظهر العملية الإقناعية؛ لأنها قائمة على التسلسل المنطقي في عرض النتائج والغرض منها إقناع المتلقي فالحجاج عنده هو ((مجموع الترتيبات والاستراتيجيات الخطابية المستعملة من قبل المتكلم بغرض إقناع مخاطبه، وتتوضح الجوانب الصالحة للحجاج باعتبارها أفعالاً خطابية ولا علاقة لها مطلقاً بالخصائص المميزة للأسنة الطبيعية)) (2) وبذلك يعتمد في العملية الإقناعية على اللغة بوصفها العنصر الأهم في الإقناع.

أما باتريك شاردو فيرى بأن الحجاج ((هو حاصل توليف نصي عن توليف بين مكونات مختلفة تتعلق بمقام ذي هدف إقناعي)) (3). فالحجاج لا يتحقق الا وفق علاقة ثلاثية.



فالإقناع في نظر باتريك شاردو معتمد على عنصر المقام للخطيب وللرسالة وللمخاطب فعرض الحجج عبر تلك القنوات يظهر القوة الإقناعية في النص، فالإقناع هو ((محاولة واعية للتأثير في السلوك)) (4).

وبهذا يكون الحجاج والإقناع جزئين من عملية واحدة لا اختلاف بينهما إلا في التوكيد، فالإقناع ((ما هو الا تغيير فجائي لفعل على الاخر)) و ((الإقناع اصبح عملية

(1) البنية الحجاجية للخطاب القرآني ، أبو بكر العزاوي : 125

(2) معجم تحليل الخطاب، باتريك شاردو -ودومنيك مانغو، ت: عبدالقادر المهيري وحمامي حمود: 419.

(3) النص والخطاب والاتصال، محمد العبد: 192.

(4) المعجم النقدي لعلم الاجتماع، بودون روبريكوو، ترجمة: سليم حداد: 96.

اتصالية محسوبة وفقاً للنتائج<sup>(1)</sup>. أي أن الإقناع قائم بالدرجة الأساس على التغيير والذي لا يحدث إلا بفعل التأثير .

لذا فهو : ((عملية اتصالية تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل إلى إعادة تقييم ادراكه لمحيطه أو إعادة النظر في حاجاته وطرق التقائها، أو علاقته الاجتماعية، أو معتقداته أو اتجاهاته))<sup>(2)</sup>

فالإقناع :((عملية تفاعلية معقدة، يرتبط فيها المرسل والمتلقي برموز لفظية وغير لفظية ومن خلال هذه الرموز يمكن المقنع أن يؤثر لتغيير استجاباته))<sup>(3)</sup>.  
فالإقناع ما هو الا عملية تواصلية بين اتجاهين متضادين يكون التأثير هو العنصر الفاعل في تغير الآراء والمعتقدات عبر بث القيم في ثنايا الآراء عبر استخدام الحجج والبراهين الملائمة للمقام.

ويستعمل فليب بروطون مفهوم (Convaincre) للدلالة على الإقناع عبر عدد من الطرائق التي تحدث الإقناع، وقد حددها بخمسة طرائق هي<sup>(4)</sup>:

1- التلاعب بالعقول

2- الدعاية

3- المحاجة

4- البرهنة

5- الاغواء والتضليل

وقد مثلها عبر المخطط الآتي:

(1) المصدر نفسه: 96.

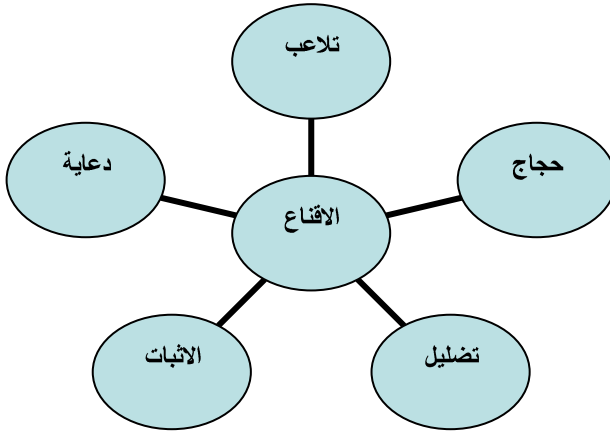
(2) الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، جيهان أحمد رثيني :20.

(3) الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، جيهان أحمد الوردني : 20، وينظر: الإقناع في قصة إبراهيم

العليق مقارنة تداولية، رسالة ماجستير، كلية الاداب، الجزائر، بوصولح فايذة: 20-21.

(4) الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، جيهان أحمد الوردني : 20، وينظر: الإقناع في قصة إبراهيم

العليق مقارنة تداولية، رسالة ماجستير، كلية الاداب، الجزائر، بوصولح فايذة: 20-21.

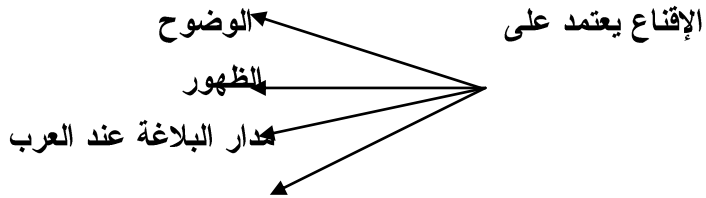


((الحجاج يقوم على الدعاوى المنطقية، والأخلاقية، والعاطفية. أما الإقناع فإنه يركز على عنصر التوكيد للتأثير في المتلقي، لأنه يبحث عن رد فعل على أفكار العالم كما يرى هوارد مارتين وكينيث اندرسن))<sup>(1)</sup>.  
وبهذا تكون جميع المحاولات الحديثة منبثقة من اسهامات السفسطائيين وأفلاطون وأرسطو؛ لأن جميعها قائم على عناصر ثابتة هي:

السفسطائيون / المنفعة المخاطب ← الرسالة ← المخاطب = المنفعة لأنها  
تخدم أغراضاً  
خاصة  
↓  
أفلاطون/ الإقناع ← المعرفة  
أرسطو/ الإقناع  
فارتباط الإقناع باللذة يؤدي إلى المنفعة  
وارتباط الإقناع بالعلم يؤدي إلى المعرفة  
الإقناع عند علماء العرب القدامى :

(1) الحجاج في التواصل : 12

اعتمد العلماء العرب في توضيحهم لمصطلح الإقناع على بلاغتهم العربية ؛ لأن البلاغة في أبسط تعريفاتها ، هي أن تبلغ المعنى في قلب السامع فتمكنه في نفسه كتمكنه في نفسك (1). ومعنى التمكين هو أن يحمل المخاطب على الانتباه ، واعمال الفكر والوجدان حتى ينتهي به الحال إلى التصديق والإستسلام وهذا ما يعبر عنه بالاقناع ؛ فالبلاغة إقناع بعد الإفهام فلا اقناع بلا افهام ، ولا إفهام بدون إقناع (2). فالبلاغة بهذا المعنى لا تعني سوى البيان والوضوح والظهور وهو مدار العملية الإقناعية إذ أن الإقناع يعتمد على البيان عبر اللغة المستخدمة فيه ويعتمد الوضوح و الظهور، لأنه يلزم الانصياع والقبول .  
البيان



فقد ربط الجاحظ بين البلاغة والإقناع من خلال العناية الخاصة التي افردها لوظيفتي الافهام والإقناع في القول ومن خلال تركيزه على عنصري المقام والمتلقي/ المستمع (3).

فهو يرى بأن البيان: ((اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى وهتك الحجاب دون ضمير حتى يقضي السامع إلى حقيقته ويهجم على محصوله كأننا من كان ذلك البيان)) (4).

وهنا يربط الجاحظ بين البيان والافهام وهي الدلالة المركزية للبلاغة، لأنها تعين على تحقيق الغاية والغرض، وذلك ان المعاني المكشوفة تكون متداولة ومفهومة على عكس المعاني الفاحصة التي تكون منغلقة على نفسها فالجاحظ بهذا

(1) ينظر: الصناعتين ، أبو هلال العسكري : تحقيق علي محمد البجاوي : 16.

(2) ينظر: اللسان والميزان ، طه عبد الرحمن : 226.

(3) بلاغة الاقناع في المناظرة ، عبد اللطيف عادل : 62.

(4) البيان والتبيين، عمر بن بحر الجاحظ: 76/1.

المعنى ربط بين البيان والإقناع عبر الكشف والإيضاح؛ لأنه قائم على عدد من العناصر وهي<sup>(1)</sup>:

- 1- استمالة القلوب، وميل الأعناق
- 2- التصديق وفهم المعنى
- 3- استدراج النفوس واستمالتها

إن (( تحليل استراتيجية كتاب البيان والتبيين للجاحظ يكشف بكل وضوح أن هذا الكتاب محاولة لوضع نظرية لبلاغة الإقناع مركزها الخطاب اللغوي والشفوي))<sup>(2)</sup> فلقد انتبه إلى سلطة الكلام والاحتجاج ومالها من مفعول قوي في الاستمالة وجلب انخراط المستمعين لذلك فقد ربط المبالغة بالإقناع فالجاحظ يقول: ((جماع البلاغة البصر بالحجة والمعرفة بمواضع الفرصة))<sup>(3)</sup>.

أي أن البلاغة هي حجة على المستمع لإقناعه بما يعرض عليه فهي وسيلة تأثيرية هدفها إيقاع التصديق في نفس المتكلم<sup>(4)</sup>، كما أشار إلى عنصر المقام فالمتكلم محكوم باعتبار مخاطبه، وباعتبار التلاؤم بين المتكلم والمخاطب وبخصوص المخاطب يجب ((موافقة الحال)) أي ان يراعي المتكلم.

1- قدر مخاطبيه

2- منزلتهم الاجتماعية

فنجاح الخطاب وفعله في المخاطب رهين باستحضار المتكلم لطبيعة المستمعين ومواقفهم وظروفهم. فالقول المقنع لا يكون إلا حاملاً لانتظارات المتلقين.

كما أشار إلى القصد (مقصد القول) وصورته إذ ان لكل غرض بناء مناسب فلا وجود لبلاغة مطلقة تفي بكل الحاجات، بل البلاغة بلاغات والكلام صفات ولكل وجه من الوجود مقصد مخصوص فلإيجاز مقصده وللإطالة مقصدها وغرضها.

وعليه فإن تحقيق استجابة المخاطب يقتضي ان يتشاكل بناء الكلام مع

(1) ينظر: استراتيجية الخطاب، محمد العمري : 198.

(2) البيان والتبيين، عمر بن بحر الجاحظ: 76/1.

(3) ينظر: المصدر نفسه : 199.

(4) ينظر: البيان والتبيين: 14.



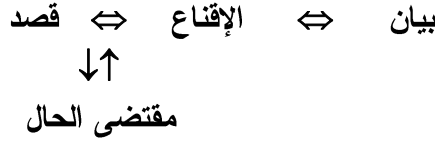
غرضه ولا يكون ذلك الا عبر الإقناع فبدون ذلك تلغى العملية الإقناعية.

فالإقناع عند الجاحظ قائم على:

1- البيان

2- القصد

3- مقتضى الحال



فالعلاقة في نظر الجاحظ علاقة تداولية؛ لأن فقدان أي عنصر في العملية الخطابية يؤدي إلى نقص الإقناع.

فآليات الجاحظ جميعها ترتبط بحجة الإقناع فاستمالة القلوب، والاعمام ما هي الا آليات إقناعية.

فالجاحظ يؤسس لبلاغة الحجاج والإقناع، ومركزها قائم في الخطاب اللغوي، وما يصاحبها من وسائل اشرارية ورمزية ودلالية لفظية أساسها مراعاة أحوال المخاطبين والخطاب، وما يلزم المخاطب<sup>(1)</sup>.

((فوظيفة البيان عند الجاحظ تتنوع بحسب الغاية وتقع في وظيفتين:

الأولى (خطابية): تدور في فلك الفهم والافهام والخطابة

الثانية (إقناعية): تدور في الفهم والافهام، والبيان والتبيين، أي تخص المقام،

وكيفية الدفاع عن البيان العربي))<sup>(2)</sup>.

أما (ابن وهب الكاتب) فقد تحدث عن الجدل والإقناع، فالجدل قائم في الآراء أما الإقناع فقائم على تصحيح الآراء<sup>(3)</sup>، أي ان الإقناع آلية من آليات الجدل، كما تحدث عن البيان حين اعتبر بأن وجوه البيان تكشف عن العملية العقلية، وتعكس نشاطها فالناس يدركون الوجود ومشاهده عن طريق العقل والحواس، ثم يختزنون

(1) ينظر : بلاغة الإقناع في المناظرة : 63-67.

(2) استراتيجية الخطاب: 198.

(3) ينظر: بلاغة الإقناع في المناظرة : 69-70 .

هذه المعارف فتركز في نفوسهم لتصبح اعتقاداً ينقلونه إلى غيرهم بالعبارة والكتاب وبذلك يتحقق فعل التداولية فيه، ومنه يحصل فعل الإقناع<sup>(1)</sup>.

((فابن وهب جعل الجدل في الآراء، والإقناع قائم على تصحيح هذه الآراء لذا فقد وضع شروطاً للمجادل، كما جعل الإقناع حجة للمجادل لإفحام خصمه وإقناعه وقد بنى استراتيجيته الإقناعية على محاور عدة هي:

1- أن يبني المجادل مقدمات بما يوافق الخصم.

2- أن يحلم المجادل عما يسمع من أذى.

3- ألا يقبل قولاً إلا بنتيجة ولا يرده إلا لعدة.

الا يجب قبل فراغ السائل من سؤاله ولا يبادر بالجواب قبل تدبره واستعمال الرواية فيه.

وقد التفت الجرجاني إلى القوة التأثيرية في فنون القول وضروبه فهو يقول: ((إذا كان الكلام مدحاً كان أبهى وأفحم وانبل في النفوس وأعظم، وأهز للعطف، وأسرع للإلف، وأجلب للفرح، واغلب على الممتدح، وأوجب شفاعة المادح، وأما إن كان نمًا كان مسه أوجع، ووقعه أشد وإن كان حجاجاً كان برهانه أنور وسلطانه أقهر، وبيانه أبهر، وإن كان افتخاراً كان شأوه أبعد وشرفه أجد ولسانه ألد وإن كان اعتذاراً كان إلى القبول أقرب وللقلوب أجلب))<sup>(2)</sup>.

وبهذا تكون بلاغة الكلام هي فن الإقناع والاستمالة والتأثير

أما السكاكي فقد تحدث عن الإقناع بوصفه عنصراً تواصلياً ذا بعد إقناعي إذ ركز على المقام والمستمع وجعلها في مدار علم البيان والمعاني<sup>(3)</sup>.

فالكلام عنده لا يكون مطلقاً بل تحدده طبيعة المقام، وفعالية القول في مناسبه لمقتضى الحال وقد أفرد السكاكي العبارة (لكل مقام مقال)<sup>(4)</sup> والتي تعد تأكيداً على بعده النظري لقضية الإقناع إذ يقول: ((لا يخفى عليك ان مقامات الكلام متفاوتة،

(1) ينظر: البيان والتبيين: 14.

(2) أسرار البلاغة في علم البيان ، عبد القاهر الجرجاني: تحقيق: عبد الحميد هنداوي: 85.

(3) البرهان في وجوه البيان، ابن وهب الكاتب: 238، 242.

(4) ينظر: مفتاح العلوم، السكاكي: 182.

فمقام التشكر يباين مقام الشكاية ومقام التهنة يباين مقام التعزية، ومقام المدح يباين مقام الذم، ومقام البناء على السؤال يغير مقام البناء على الإنكار<sup>(1)</sup>.

ومن هنا نرى بأن السكاكي لم يركز على عنصر المقام فقط بل تحدث عن العلاقات بين المكونات اللغوية بوضفها مقاماً داخلياً ملزماً فكما ((لكل حد ينتهي اليه الكلام مقام))<sup>(2)</sup> فإن لكل ((كلمة مع صاحبها مقام))<sup>(3)</sup>.

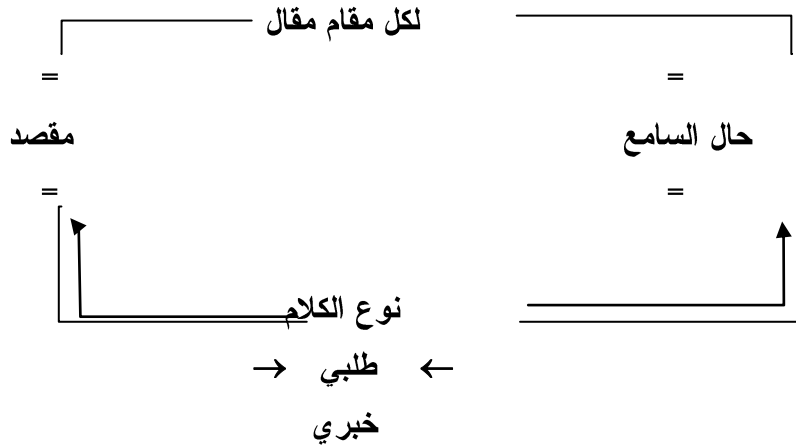
فالحال يبني الخطاب، والخطاب يبني بعضه بعضاً. وبهذا يقترب مفهوم السكاكي من مفهوم التداولية الحديثة.

كما اعتنى بالمستمع فجعل الكلام لا يتحدد إلا بقدر ما يوضح حال المخاطب أو يجيب عن حاجاته.

كما عرض قضية الكلام وقسمه إلى كلام خبري أولاً: يقصد به اخبار السامع عن امرٍ وشيء.

وكلام طلبي: يقوم على استدعاء مطلوب منه.

والمقصد في ذلك أي إنجاز اختبار نوع الكلام قائم على المقصد والسامع.



وبهذا تكون بلاغة السكاكي بلاغة إقناعية؛ لأنها قائمة على المقام، وحال

(1) المصدر نفسه : 256.

(2) المصدر نفسه: 257.

(3) المصدر نفسه: 258، وينظر: خطاب الحجاج والتداولية دراسة في نتاج ابن باديس، عباس

حشاني: 360.

المستمعين، ونوع الكلام.

لكن حازم القرطاجني نحا منحى آخر عبر ربط الكلام بمسألة الصدق والكذب إذ يقول: ((لما كان الكلام يحمل الصدق والكذب فإما أن يرد على جهة الإخبار والاقتصاص وإما أن يرد على جهة الاحتجاج والاستدلال))<sup>(1)</sup>.

فهو بهذا يضع طريقتين للإقناع:

أولهما: التموهيات

الثانية: الاستدراجات

وبهذا يضع الأسس في العملية الإقناعية، إذ يقول: ((وأما التموهيات والاستدراجات قد توجه في كثير من الناس بالطبع والحكمة الحاصلة باعتبار المخاطبات التي يحتاج فيها إلى تقوية الظنون بكثرة سماع المخاطبات والتدرب والتدرب على احتذائها))<sup>(2)</sup>.

فوضع أساساً للعملية الإقناعية وهو الحكمة والتي تساوي المهارة، لأن العمل على تقوية الظن عند السامع جزء من العملية الإقناعية.

#### الإقناع عند العلماء المحدثين :

أسهم التطور والانفتاح على الثقافات الغربية نحو مصطلحات عدة ساهمت في بناء الشكل الأدبي الجديد، ومن الموضوعات التي أسهمت مساهمة فاعلة هو تمازج المعارف الإنسانية، في بودقة واحدة إذ أصبحت فاعلاً حيويًا في تنمية المهارات الإقناعية لكسب القبول، واذعان الأفكار ولما يطرح عليها، وبعد أن اطلع النقاد على مسيرة العملية الإقناعية نجد بأن عددًا منهم قد أثاروا هذه المسألة، وطبقوها على النصوص الأدبية العربية بغية مواكبة الثقافات الأخرى.

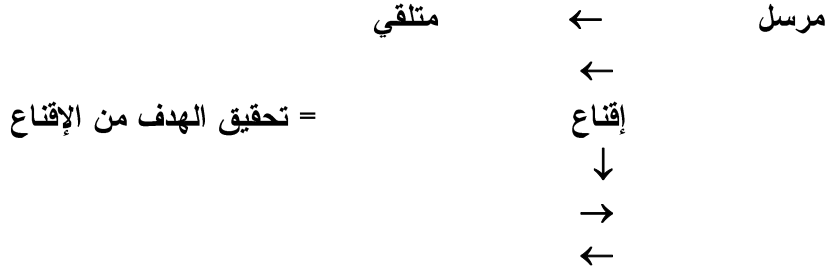
فيرى (سعيد بنكراد) أن الإقناع ((نشاط من طبيعة مغايرة، فالغاية الأولى والأخيرة للملفوظ في هذه الحالة هي التأثير في الآخر والدفع به إلى تبني موقف ما

(1) منهاج البلغاء وسراج الأدباء، حازم القرطاجني، تحقيق: محمد الحبيب: 64.

(2) منهاج البلغاء وسراج الأدباء، حازم القرطاجني، ت: محمد الحبيب: 65.

أو اقتناء منتج أو التخلي عن سلوك ((<sup>(1)</sup>).  
وبهذا جعل الإقناع مقابلاً للنشاط الخطابي الذي يهدف إلى التأثير العقلي  
والوجداني في المتلقين أو في الجمهور.

### نشاط خطابي



تأثير وتأثر = انسجام

وقد اشترط سعيد بنكراد لإقامة الإقناع عدة شروط هي<sup>(2)</sup>:

- 1- الظروف الملائمة بين المرسل والمتلقي بما في ذلك المقام.
- 2- الانسجام بين الرغبة الذاتية والإمكانات المتاحة.
- 3- الهدف المطلوب.

وقد تطابق هذا المفهوم مع مفهوم طاهر درويش الذي يرى أن الإقناع:  
(صرف ذهن الجمهور إلى تقبل ما يقال، والسكون اليه واشباع عواطفه وإرضاء  
عقله بالحجة والبرهان وما الاستمالة الا كسب التأييد للقضية المعروضة واستنتاجه  
لما يراد منه... وهو كيفية تقديم مجموعة من الحقائق إلى جمهور خاص بطريقة  
تؤدي إلى الاستمالة والإقناع)<sup>(3)</sup>.

من هنا نجد أن الإقناع يقوم على عدة أسس أو شروط هي:

- 1- التقبل: وهو تقبل الحجج المعروضة وصرف الذهن نحوها بهدف تعديلها.
- 2- الحجة والبرهان: وذلك لإشباع العواطف وإرضاء العقل.

(1) الصورة الاشهارية، اليات الاقناع والدلالة، سعيد بنكراد: 187-188.

(2) المصدر نفسه : 188.

(3) الخطابة في صدر الإسلام، محمد طاهر درويش: 1/1.

3- الأسلوب في تقديم الحجة والبرهان للوصول إلى الهدف.

التقبل ← الحجة ← الأسلوب = الإقناع

علاقة البرهان طريقة عرض

مقامية ← والدليل ← الحجج من أجل = ان إقامة العلاقة النسبية على الوضوح والظهور

بين على صحة إيضاح باعتماد الحجج والبراهين بأسلوب واضح ودقيق

المرسل القول المفاهيم يؤدي إلى الإقناع بهذه الحجج.

المرسل اليه

فالإقناع ((فعل متعدد الاشكال يسعى إلى احداث تأثير أو تغيير معين في الفرد والجماعة))<sup>(1)</sup>.

فعل متعدد الاشكال ← احداث التغيير والتأثير ← يستهدف جماعة

↓

↓

↓

تعدد الفعل يؤدي ← ظهور الإقناع في ← ممارسة الإقناع

بالضرورة إلى حضور نفس والتأثير من أجل تحقيق

المقام المتلقي لقبول الحجج الهدف

إن التطور في الفهم الإقناعي نما وتطور بشكل ملحوظ على يد طه عبدالرحمن فقد تحدث عن الإقناع قائلاً: ((عندما يطالب المحاور غيره بمشاركته اعتقاده، فإن مطالبته لا تكتسي صبغة الاكراه، ولا تدرج على منهج القمع، وإنما تتبع في تحصيل غرضها سبلاً استدلالية متنوعة تجر الغير جراً إلى الاقتناع برأي المحاور، وإذا اقتنع الغير بهذا الرأي، كان كالقائل به في الحكم، وإذا لم يقتنع به رده على قائله، مطلعاً إياه على رأي غيره، ومطالباً إياه بمشاركته القول به))<sup>(2)</sup>.

أما طه عبد الرحمن فقد وظف مصطلح الإقناعية في شروط التبادل اللغوي، إذ

(1) الإقناع والتأثير - دراسة تأصيلية دعوية-، إبراهيم بن صالح الحميدان، مجلة جامعة الإمام محمد بن الإسلامية السعودية، العدد 49، محرم 421، 247.

(2) المصدر نفسه: 247، وينظر: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، طه عبدالرحمن: 38.

نجده يشير إلى قضية ملحة وهي أن الإقناع يوجه إلى المتلقي ولكن قد يقبل من قبل المتلقي: أي يقنع بصدق الدعوى أو لا يحصل الإقناع: أي لا يقنع المتلقي بصدق الدعوى، وهنا نجد أنه لا يفرق بين الإقناع والافتناع، فالافتناع شرط أساس ومترتب على حصول الإقناع، بوصفه جهداً اتصالياً لسانياً بالدرجة الأولى مؤسس على مقصد<sup>(1)</sup>.

الإقناع

↑↓

جهد اتصالي

↑↓

مبني على قصد

إن هذا التعريف يُعدُّ علامة بارزة؛ لأنه يشكل علاقة جدلية بين القصد والإقناع فالإقناع يقوم على القصد، وعن طريق القصد يحصل الإقناع؛ لذا يجب على المقنع أن يمتلك كفاءة تواصلية وإقناعية لكسب تأييد المتلقين لرأيه، وما يعرضه عليهم، وتتميز هذه الكفاءة بعدة مهارات والتي تتمثل بـ<sup>(2)</sup>:

- 1- مهارة تحليل الأفكار ← أي القدرة على فهم المتلقي وامكانيات استيعابه.
  - 2- مهارة التعبير والعرض المنظم للأفكار ← أي القدرة على عرض المادة المراد نقلها.
  - 3- مهارة الضبط الانفعالي ← القدرة على التحكم بانفعالات المتلقي.
  - 4- مهارة فهم دوافع نقد الآخر ← القدرة على فهم عملية التحوار بشكل صحيح.
- أما شروط المتلقين فتتمثل بـ:

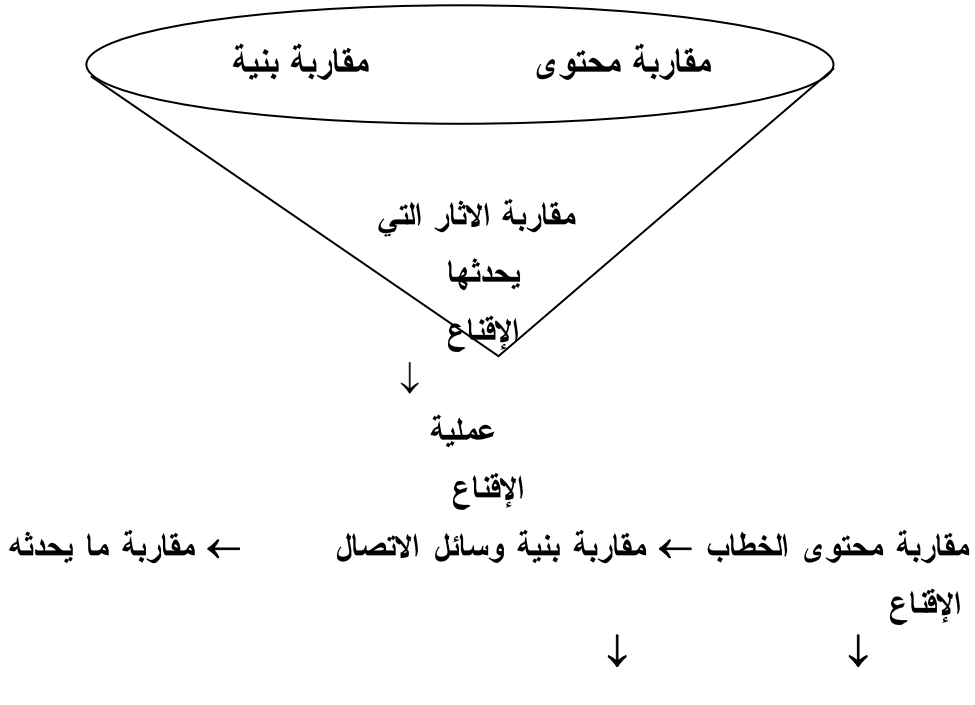
التهيئة النفسية قصد استمالة المتلقي واعداده لاستقبال الموضوع المراد إقناعه به سواء أكان موضوعاً اجتماعياً أم سياسياً أم دينياً أم تجارياً<sup>(3)</sup>.  
(أما شروط الخطاب الإقناعي فتتمثل بـ:

(1) المصدر نفسه : 39

(2) ينظر : اليات الاقناع في الخطاب القرآني ( سورة الشعراء نموذجاً ) دراسة حجاجية ، هشام بلخير ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج خضر ، 2012 : 28:33.

(3) ينظر : المصدر نفسه : 28.

- 1- خلو الخطاب الإقناعي من المغالطات الوصفية.
  - 2- بناء الحجج على سلمية متدرجة، تراعي سياق التخاطب.
  - 3- إحالة الخطاب الإقناعي إلى مرجعية ثقافية سائدة ومشتركة.
  - 4- وضوح الأهداف وإمكان الوصول إليها.
  - 5- الجمع بين الرأي والرأي المضاد.
  - 6- تنوع عرض الخطاب الإقناعي مع مراعاة التبادل الزمني في عملية العرض.
  - 7- اختيار المفردات المناسبة بحسب الموضوع الملقى مراعاة للمقام أي مقام المتلقي ودرجة ثقافته وحضوره<sup>(1)</sup>.
- من هنا نرى أن هذه الشروط تمثل عملية تفاعلية فالإقناع عملية حركية تستلزم القبول أو الرفض فلا شيء ثابت في الإقناع إنما الديناميكية هي ما تحكم النص عامة، ويمكن توضيح ذلك عبر المخطط الآتي<sup>(2)</sup>:



(1) آليات الإقناع في الخطاب القرآني (سورة الشعراء نموذجاً) : 28 .

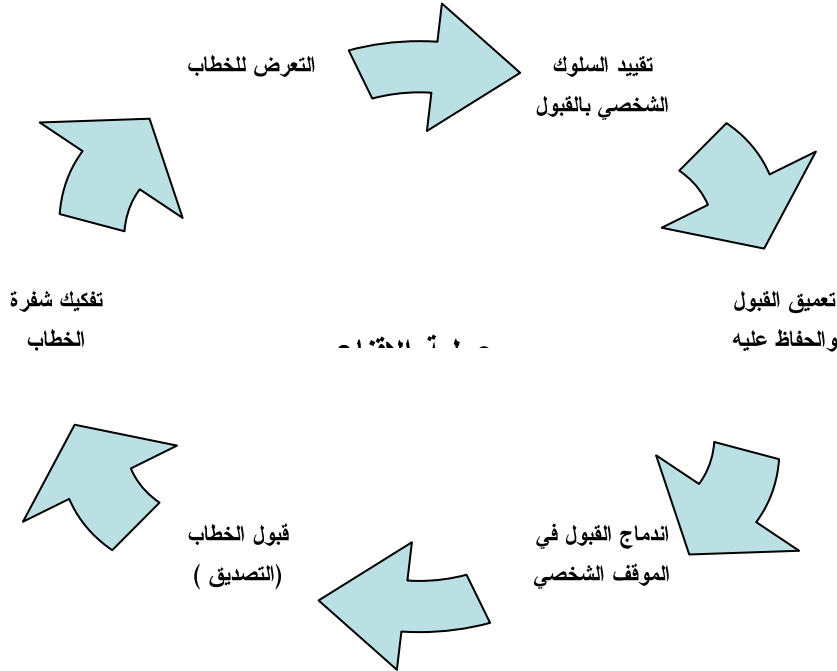
(2) ينظر : الآليات الحجاجية للتواصل ، ترجمة : عبد الرفيق بوركي ليونيل بلنجر: 99.



تحدد فيها أنماط ← 1- بمن يتحكم في الخبر ← تحليل النماذج الخاصة بتغيير  
والمحاجة وطبيعة 2- يوجه الخبر المواقف وتشكيل الآراء وانعكاسها في السلوك

الخطاب يوجه الخبر

وبذلك فالإقناع مكون من ست عمليات أو عناصر متتالية ، يمثلها المخطط الآتي (1) :



أي ان عملية الإقناع تكون قائمة ضمن علاقة تخاطبية متنوعة تتمثل بـ(2):

- 1- تفكيك الشفرة عبر عملية استقبال الخطاب.
- 2- قبول الخطاب (التصديق): أي ان الكلام يحل ضمن مقام المتلقي.
- 3- اندماج القبول في الموقف الشخصي للمتلقى أي عملية التفاعل بين المتحاورين.

(1) المصدر نفسه :100.

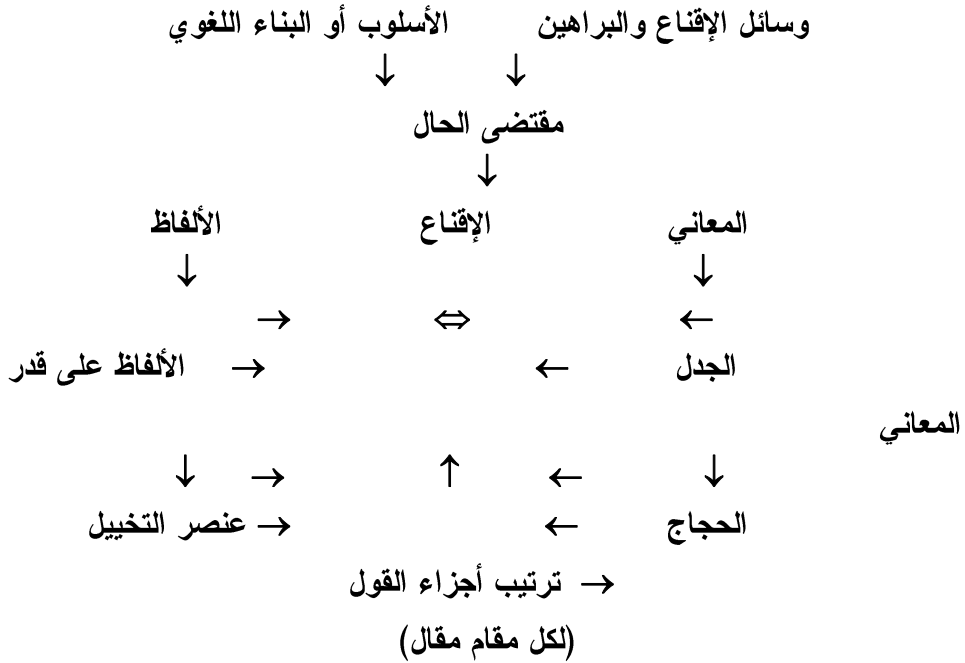
(2) ينظر : آليات الإقناع في الخطاب القرآني (سورة الشعراء) نموذجًا : 29؛ وينظر الآليات

الحجاجية للتواصل : 100 .

4- تعميق القبول: أي عرض عدد من الحجج من أجل إقناع المتلقي بصدق الدعوى.

5- تقييد السلوك الشخصي للمتلقي بالقبول ← أي عرض واندماج داخل النص بحيث يكون المقنع على علاقة تواصلية مع المتلقي من أجل إقناعه<sup>(1)</sup>.  
فالقائم بعملية الإقناع يجب أن يوظف الحوار عبر تقديمه الحجج والبراهين لتحصل القناعة لدى المتلقين ولا يجب أن يحدث الإكراه في الحوار ، بهذا تكون عملية الإقناع عملية مهمة في الحوار وذلك من خلال فاعلية التأثير والإقناع لدى المتلقي في عملية التواصل فلا إقناع الا بوجود تواصل قائم بين المخاطب والمخاطب من أجل فهم الخطاب.

ويمكن توضيح ذلك بالمخطط الآتي:



إن جميع الآراء تنضوي تحت أفكار أرسطو وتمهد بأن الوسائل الإقناعية والاسلوبية واللغوية يجب أن تتكامل من أجل إبراز عنصر مهم هو عنصر الإقناع إذ

(1) ينظر : الآليات الحجاجية للتواصل، ليونيل بلنجر : 100 ؛ وينظر :ليات الإقناع في الخطاب القرآني :31-32.

لا يمكن أن يحدث التواصل إذا لم يكن هنالك رابط هو رابط الإقناع، فالعلاقة إذن علاقة تلازم إذ لا يمكن الاستغناء عن أي عنصر من العناصر فعدم وجودها يؤدي إلى عدم الإقناع.

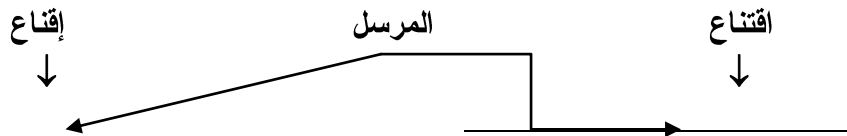
تتداخل المصطلحات مع بعضها البعض نتيجة التقارب المعرفي فيما بينها أولاً، ثانياً لأنها خرجت من النواة نفسها فهي تتبع من المنبع ذاته إلا أنها تختلف بصفات تختص بها كل واحدة عن الأخرى وتختلف اختلافاً فكرياً ومنطقياً، وقد أدى هذا الأمر إلى تعدد المصطلحات المتداخلة و من ضمنها الإقناع؛ لذا وجب التفريق بين تلك المصطلحات لإعطاء صورة واضحة عن الإقناع وماهيته ومن تلك المصطلحات:

#### 1- الإقناع والإقتناع :

الإقناع ((بالشيء هو الرضى به، ويطلق على اعتراف الخصم بالشيء عند إقامة الحجة عليه، وهو على العموم إذعان نفسي لما يجده المرء من أدلة تسمح له بقدر الرجحان والاحتمال كاف لتوجيه عمله))<sup>(1)</sup>.

فالإقناع إذعان النفس بما يطرح عليها نتيجة الإلتزام بالحجة فالحجة هنا دحض لفكرة الخصم؛ لذا فإن الإقناع قائم على الإذعان ويفرق بين الإقناع والإقتناع إذ يرى أن الإنسان في حالة الإقناع يكون قد أقنع نفسه بواسطة أفكاره الخاصة، أما في حالة الإقتناع فإن الغير هم الذين يقنعونه دائماً<sup>(2)</sup>.

وبهذا يكون الإقناع والإقتناع وجهان لعملة واحدة لأن كل منهما يعتمد على التصديق إلا أن الفرق بينهما قائم حول المرسل والمرسل فالمرسل في الإقناع قائم حول المتلقي، في حين أن الإقناع يكون من جانب المرسل المتلقي، ويمكن توضيح ذلك ضمن المخطط الآتي<sup>(3)</sup>:



(1) المعجم الفلسفي جميل صليبا 1/ 111.

(2) ينظر : الحجاج في القرآن الكريم من خلال أهم الخصائص الأسلوبية ، عبدالله صولة: 301،

وينظر: الإقناع والخطاب القرآني: 34.

(3) ينظر: آليات الإقناع في (الخطاب القرآني) سورة الشعراء نموذجاً : 33.

المتلقي	=	المرسل هو الذي
المرسل هو الذي	=	يقنع نفسه
يقنع بآراء الآخرين	=	(أذعان)
(تصديق)	=	الزام = احتمالي دون درجة اليقين
عدم الالزام = احتمالي	=	ظني
حضور	=	حضور

## 2- علاقة الإقناع بالحجاج:

يرتبط الإقناع بالحجاج ، فهما لا يختلفان إلا في درجة التوكيد إذ يعرف الحجاج بأنه (فن الإقناع) فالحجاج هو ((توجيه إلى الشخص الذي نسعى إقناعه))<sup>(1)</sup>، فالحجاج خطاب موجه إلى متلقي لحمله على تبني موقف أو رأي من خلال طرح عدد من الحجج التي تؤيد صدق هذا الرأي وصحته لغاية الإقناع ، فهدف الحجاج هو إقناع المخاطب بما يعرض عليه من أفكار وأراء<sup>(2)</sup>. وبهذا يكون الحجاج والإقناع في مسار واحد أي لا حجاج بدون إقناع ولا إقناع إلا بوجود حجج تدعم الرأي، وتوضح الأفكار فالحجاج يرمي إلى الإقناع .

ولإدعاء الحجاج وضع اللسانيون شروطاً للحجة المبطلّة ، وأخرى للحجة المثبتة، ومن ضمن تلك الشروط شرط الإقناع؛ لأن عملية الإقناع إن وجدت أصبح الحجاج ناجحاً بهدف الدعوى المراد توصيلها إلى المتلقي.

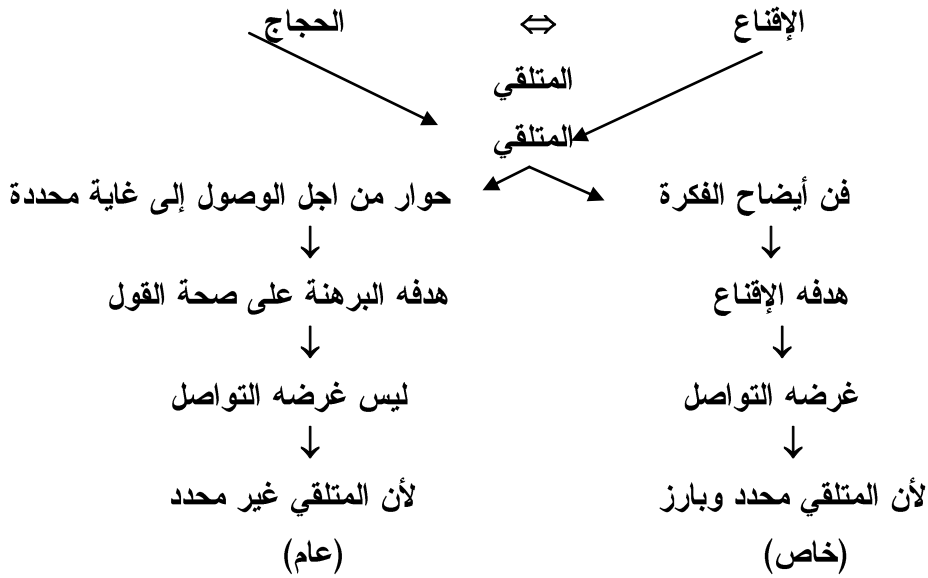
ويرى كل من هاورد مارتين وكينيث أندرسن أن كل اتصال هدفه الإقناع؛ لأنه قائم على تحصيل رد الفعل القائم عبر الاتصال.

وبهذا يكون النص الخطابي نصاً إقناعياً، ولكنه ليس نصاً حجاجياً فكل حجاج

(1) النص والخطاب والاتصال : 192، وينظر: النص الحجاجي العربي دراسة في وسائل الإقناع، محمد العبد: 6.

(2) ينظر: المصدر نفسه : 192.

إقناع، ولكن ليس كل إقناع حجاج<sup>(1)</sup>، ويمكن توضيح ذلك ضمن المخطط الآتي:



### 3- علاقة الإقناع بالتأثير:

التأثير هو ترك الأثر في الآخرين من خلال التأثير عليهم ، وتغيير مواقفهم وأرائهم ، فالأثر في اللغة هو ((إبقاء الأثر في الشيء))<sup>(2)</sup> ، أي ان للتأثير قوة أو شحنة تتكون داخل النفس عبر فعل خارجي وهذا الفعل هو الذي يكون أثراً في أحداث التغيير دون أي جبر أو تعند.

فالتأثير بهذا المعنى يكون أعم من الإقناع، ولكنه متقارب معه ؛لأن كل منهما يحمل صفة التأثير في المتلقي عبر الحجة إلا أن الفرق بينهما يكمن في أن الإقناع محله الفكر والعاطفة وإن كان هدفه تغيير السلوك. في حين أن التأثير محله السلوك/ الموقف؛ لذا فإن التأثير أعم من الإقناع.

فالعلاقة بين الإقناع والتأثير علاقة تبادلية ونفعية؛ لأن كل منهما هدفه تغيير السلوك في المتلقي.

(1) ينظر: البيات الإقناع في الخطاب القرآني (سورة الشعراء نموذجًا) : 46.

(2) ينظر : لسان العرب ، مادة ( أ ، ث ، ر ) : 9/4؛ وينظر : المعجم الوسيط ، مادة ( أ ، ث ،

ويمكن تمثيل ذلك بالمخطط الآتي (1) :



#### 4- الإقناع و التواصل:

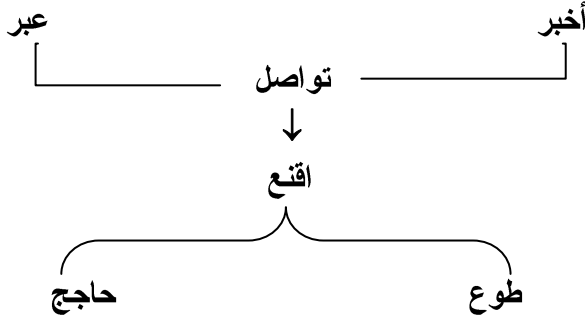
يُعدُّ التواصل والإقناع عناصر مهمة في الخطاب الأدبي فلا إقناع بدون تواصل، ولا تواصل دون إقناع فعن طريق التواصل يحدث الإقناع وفي هذا الصدد يقول كل من هوارد مارتين وكينيث أندرسن عن الإقناع بقولهم: ((إنَّ كل اتصال هدفه الإقناع وذلك أنه يبحث عن تحصيل رد فعل على أفكار القائم بالاتصال)) (2).

فالإقناع يهدف إلى إبراز غاية المتكلم في التعبير عن حالة معينة أو التعبير عن وجهة نظر عن العالم أو عن نفسه أو للإخبار عن شيء معين، وبهذا يقترح أسباباً قوية لإلحاق المستمع بالرأي المعروض عليه؛ لأن فعل الإقناع يُعدُّ أحد أشكال العقل الإدراكي، ويتعلق بمقام التلطف، ويتجلى في استدعاء المتكلم لكل أنواع الصنع والطرائق التي تهدف أن يكون التواصل فاعلاً ويقبل المخاطب التعاقد أو التفاهم التلظي المفتوح، ويُعدُّ بديلاً عن استعمال القوة أي تحقيق خطوة نحو إنسانية أكبر،

(1) ينظر: الإقناع والخطاب القرآني (سورة الشعراء نموذجاً) : 36- 37.

(2) ينظر: دراسة النص الحجاجي العربي في وسائل الاتصال: 45.

ونحو روابط اجتماعية مشتركة وغير مفروضة<sup>(1)</sup>.  
وقد وضع فليب بروطون رسماً تخطيطياً يوضح عبره مستويات عملية التواصل.



فالحجاج ينتمي إلى مجموعة الأفعال الإنسانية التي تسعى إلى الإقناع فعن طريق الإقناع يحمل المتلقي إلى تبني سلوك ما أو مشاركة رأي ما، فالتعبير والإخبار والإقناع ما هي إلا وسائل من أجل تحقيق غاية المخاطب عبر التأثير في سلوك المتلقي .

وعبر هذا المخطط نجد بأن عملية الإقناع متشعبة بتشعب المجالات أوّلًا، وبتشعب المتلقين والمرسلين ثانيًا. فالتعبير يخلق تواصلًا والإخبار يخلق تواصلًا والمغالطة والمراوغة تخلق من تواصل، والمعالجة تبني على التواصل، ولكن الجامع بينهما جميعًا هو الإقناع فلا تواصل بدون تعبير مقنع ولا تواصل بدون خبر مقنع، ولا مغالطة قائمة بدون إقناع، ولا حجاج قائم بدون إقناع؛ لذا فإن الإقناع هو لغة التواصل<sup>(2)</sup>.

(1) ينظر : اللسانيات والحجاج ، نحو مقارنة لسانية وفلسفية ، حافظ اسماعيل علوي ، ومحمد اسيداه ، مقال ضمن مؤلف ( الحجاج مفهومه ومجالاته ) دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة ، إعداد وتقديم ، حافظ اسماعيل علوي : 3 / 270.

(2) ينظر : الإقناع في قصة إبراهيم عليه السلام - مقارنة تداولية ، رسالة ماجستير ، بو صلاح فايزة ، 2010:23.

## References

1. Applied Philosophy and the Development of Arab Philosophical Lesson in it, Mustafa Al-Nashar: 212, and see: Balagha Al-Muqma'een, within the Metaphor and Representation in the Middle Ages, Jabir Asfour, Alif Magazine, Dar Qurtuba, Al-Bayda, 1993: 7.
2. Argumentative and Transactional Reasoning and its Mechanisms, Rizwan Al-Raqi, Al-'Alam Al-Fikr, Issue Two, Volume Four, December 2011: 83.
3. Mechanisms of Persuasion in the Quranic Discourse (Surah Al-Shu'ara as a Model) - A Rhetorical Study, Hisham Belkhir, Master's Thesis, Al-Hajj Khadir University, 2012: 28-33.
4. Persuasion and Influence - An Elucidative and Preaching Study - Ibrahim bin Saleh Al-Humaidan, Journal of Imam Muhammad bin Saud Islamic University, Issue 49, Muharram 421: 247.
5. Scientific Foundations of Media Theories, Jihan Ahmed Al-Wardani: 20, and see: Al-Iqna' fi Qissat Ibrahim, A Transactional Approach, Master's Thesis, Faculty of Arts, Algeria, by Bou Salah Faiza: 20-21.



## *Persuasion as a Literary Concept Now and in the Past*

Abbas Hussein Al Sabawi\*

Ann Tahseen Al Chalabi\*\*

### **Abstract**

Persuasion is a means of communication, so there is no means of communication without persuasion, nor persuasion without communication, as it is based on the principle of the intermingling between the addresser and the addressee, and the one that brings them together is the achievement of the purpose of persuasion. Because it is one of the means of influencing attitudes, beliefs and intentions, and it is also a process aimed at changing a person's attitude or behavior towards a specific event, hence the link between persuasion and literature; as an essential pillar for creating an intellectual and emotional ring that brings the addressee together.

**Key words** : means of communication ؛ there a means of communication ؛ the purpose of persuasion.

---

\* Master Student/ Department of Arabic Language/ College of Arts/ University of Mosul.

\*\* Asst.Prof/ Department of Arabic Language/ College of Arts/ University of Mosul.