

استراتيجية الإقناع في الصورة التشبيهية في الخطاب القرآني

م. د. حازم طارش حاتم

كلية الإمام الكاظم للعلوم (ع) الإسلامية الجامعة

الكلمات المفتاحية: (الإقناع، الصورة، الخطاب)

ملخص البحث:

تتغير استراتيجيات المتكلم لتغاير المتلقي، فضلاً عن ذلك السياق التلقي، وهذا التغاير محكوم بطبيعة الأهداف التي يتوخاها المتكلم في المتلقي، واستراتيجية الإقناع واحدة من استراتيجيات الانسجام، فالمتكلم يقدم كلامه في ضوء استراتيجية معينة، تحدد ملابسات الخطاب وظروف إنتاجه، ومتى ما خلفت هذه الاستراتيجية في التواصل يفشل الإقناع، والصورة التشبيهية من أهم السبل الإقناعية في الخطاب القرآني، وقد تأتت هذه الأهمية من طريقتها الخاصة في قديم المعنى، وتأثيرها في المتلقي؛ لأنها تتجاوز الوظيفة الجمالية الإمتاعية إلى الوظيفة الإيحائية التأثيرية التي تجسد الأفكار وتقرب الرؤى؛ كونها تجعل غير المحسوس محسوساً، أو العكس.

Persuasion strategy in the simulation Image Quranic discourse

Dr. Hazem Tarish Hatem

Imam Kadhim Collage (p. b. u. m) for Islamic Science

Key words: (persuasion , Image , The speech)

Abstract

Speaker strategies change according to variety of receiver. Moreover the receiving context of this variation is governed by the nature of the targets envisaged by the speaker in the receiver. The strategy of persuasion is one of the strategies of speech to achieve the job susceptibilities and achieve these must take into account. So the speaker offers his Words in light of a particular strategy. Determining the situations of the speech and the ways of producing When ever these strategies failed, the is persuasion failed. A simulation image

is one the of the important Ways for pursuing in Quranic discourse and meaning and its effect on the receiver because it exceed total functional to position influential function Which explain the thoughts and near the sights because it makes un feeling thing is feeling and vice versa.

المقدمة:

تتغاير استراتيجيات المتكلم لتغاير المتلقي، فضلاً عن ذلك السياق التلقي، وهذا التغاير محكوم بطبيعة الأهداف التي يتوخاها المتكلم في المتلقي، واستراتيجية الإقناع واحدة من الاستراتيجيات الخطاب التي تسعى إلى تحقيق الوظيفة التأثيرية، وحتى يتسنى تحقيق هذه الوظيفة يجب مراعاة الانسجام، فالمتكلم يقدم كلامه في ضوء استراتيجية معينة، تحددها ملائسات الخطاب وظروف إنتاجه، ومتى ما تخلفت هذه الاستراتيجية في التواصل يفشل الإقناع، والصورة التشبيهية من أهم السبل الإقناعية في الخطاب القرآني، وقد تأتت هذه الأهمية من طريقتها الخاصة في قديم المعنى، وتأثيرها في المتلقي؛ لأنها تتجاوز الوظيفة الجمالية الإمتاعية إلى الوظيفة الإيحائية التأثيرية التي تجسد الأفكار وتقرب الرؤى؛ كونها تجعل غير المحسوس محسوساً، أو العكس. فالصورة التشبيهية في الخطاب القرآني مبنية على وفق منهجية تقويمية ظاهرها الإيضاح وباطنها الإقناع، وهو في ذلك يخفي مقاصد محورية تلزم المتلقي إلى تغيير رأيه، أو تبني رأي، من دون أن تفرض عليه نوعاً من الإكراه. والمسار الذي يخطه الخطاب القرآني في بناء الصورة يوافق التغاير السياقي، وينسجم مع خصوصية المتلقي.

فعناصر بناء الصورة تشكل مظهراً من مظاهر التغاير الذي هو انعكاس طبيعي للسياق الذي سوغ للمتكلم بناء صورته بهذا الشكل دون غيره، فضلاً عن ذلك عالم التخاطب الذي يسمح لمتلقي الخطاب باكتشاف القول المضمر غير المصرح به في ظاهر الخطاب، و ظاهر الخطاب يمثل (المقدمة الكبرى)، والقول المضمر يمثل (المقدمة الصغرى)، وعملية الانتقال بين المقدمتين تحقق (النتيجة)، والتباين الحاصل بين الاستراتيجيات في الصورة التشبيهية راجع إلى الوظائف الخاصة لكل استراتيجية، التي عن طريقها تولد مفاهيم جديدة داخلية يشكل السلوك مظهراً من مظاهرها أو توجد ثقافة مجتمعية تكون ضاغطة على الفرد من الخارج بتغيير سلوكه أو إنشاء معاني جديدة غير معهودة في الحاضرة العربية مدركة حسياً تشكل منطلقات جديدة في التعامل الإنساني، وهذه الاستراتيجيات وافقت الوظيفة الأساسية للخطاب القرآني.

استراتيجية الإقناع: المفهوم والإجراء:

لا مناص من إرساء القواعد الإجرائية لمصطلح (الإقناع) بعد البحث عنه في الحاضنات المرجعية التي تأسس له، وما هذه الحاضنات المرجعية إلا مفاهيم تمثل الخزين الثقافي والمعرفي الذي

يؤطر له؛ ولكي يحقق هذا المصطلح (الإقناع) الوظيفة الاستعمالية الإجرائية، يجب الوقوف عند الأسس المفاهيمية؛ ليتسنى تحديد مناطق الاشتغال من أجل تحديد الأبعاد الإجرائية التي تشغلها، والمسارات التي يجب اتخاذها في كل عملية إقناعية تتوخى الحوار وتديم التواصل، ولاسيما أنها تسعى إلى التأثير في المتلقي، فبناء الاستراتيجية الإقناعية تعتمد السياق؛ لأن السياق يعد مرتكزاً من مرتكزات تبني استراتيجية دون سواها، فللسياق الأثر الفعال في الإرسال والتلقي معاً.

وتكشف سياقات الاستعمال أن مفهوم الإقناع (persuasion) في دلالاته اللغوية مشتق من المادة (ق، ن، ع) التي تتمحور في معنيين: الأول: (السؤال والتذلل)، والآخر (الرضى)^(١)، غير أن المدقق في المعاجم العربية يجد هناك معنى آخر وهو (الإقبال) قال: صاحب (مقاييس اللغة) أن الإقناع ((مدُّ اليد عند الدُّعاء، وسُمِّيَ بذلك عند إقباله على الجهة التي يَمُدُّ يده إليها، والإقناع: إمالة الإناء للماء المنحدر))^(٢).

فالدلالة المركزية من ظاهر النص توجه المتكلم نحو المتلقي من أجل إحداث تغير في موقفه من القضية المطروحة، أما الدلالة الهامشية فأن المتلقي لا يتقاطع مع المتكلم، أو يختلف معه، وعلى هذا ((يكون النص الخطابي نصاً إقناعياً، ولكنه ليس نصاً حجاجياً بالضرورة؛ لأنه لا يعبر بالضرورة عن قضية خلافية، يعني هذا أن كل نص حجاجي نص إقناعي، وليس كل نص إقناعي نصاً حجاجياً))^(٣)، فالكفاية التواصلية حاضر في الخطاب الإقناعية ذات البعد التغييري، من دون الإكراه في التغيير؛ لذا قيل: ((حمل النفوس على فعل شيء أو اعتقاده أو التخلي عن فعل شيء أو اعتقاده))^(٤)، والكفاءة الأدائية عند المتكلم تسعى إلى جعل المتلقي يعتقد ما يعتقد المتكلم، فالتكلم يرغب في اقتسام ما يعتقد به مع الآخرين^(٥)، وحتى يتحقق هذا الجانب الإجرائي يستند المتكلم في عملياته الإقناعية إلى الوسائل اللغوية؛ لأن اللغة في بنيتها تحمل بصفة ذاتية وجوهية وظيفية إقناعية^(٦)، وكذلك الآليات شبه المنطقية وفعالية هذه الآليات أنها استدلالية خطابية، لها شكل منطقي ليس حتمي، بل احتمالي^(٧)، فطبيعة هذا النشاط الإجرائي متغاير في صيغته اللغوية، غايته الأولى والأخيرة هي التأثير في المتلقي والدفع به إلى تبني موقف ما أو اقتناء منتج أو التخلي عن سلوك^(٨)، فالإجرائية في الخطاب الإقناعي لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرج على منهج القمع، بل تتبع في تحصيل غرضها سبلاً استدلالية متنوعة تجر الغير جراً إلى الإقناع، وقد ترافق أساليب الإقناع أساليب الإمتاع فتكون أمكن على التأثير في اعتقاد المتلقي، وتوجيه سلوكه، وذلك لما يهب الإمتاع من قوة في تجسيد الأشياء في ذهن المتلقي، كأنه يراها رأي العين^(٩).

فالنهج المقنن الكلي للعملية الإقناعية كونها انتقالاً، تنطلق من (مبدأ) هو إرادة المتكلم قيام المتلقي بفعل أو ترك، وتكون العملية ناجحة ومنتوية إذا تحققت هذا الإرادة بالفعل، فهناك (مبدأ) و(منتهى) للعملية الإقناعية^(١٠).

- في ضوء إجرائية الانتقال المبنية على وفق الاستدلال بين طرفي الخطاب القائمة على أساس:
- ١- دعوى يفترض المتكلم أن فعل المتلقي أو تركه متوقف على قبولها أو رفضها.
 - ٢- دليل يفترض المتكلم أن قبول المتلقي للدعوى متوقف على قبوله أو رفضه.
 - ٣- وجه دلالة الدليل على الدعوى، إذ لا يكفي قبول المتلقي للدليل، بل يجب عليه أيضاً قبوله ورضاه واكتفاء بصحة دلالة الدليل على الدعوى.
 - ٤- صوغ الدعوى صوغاً يستحسنه المتلقي ويستمتع به، وهذا يزيد من فرصة قبول الدعوى^(١١).

الإقناع وبلاغة البيان:

المتلقي محور لكل من البلاغة القديمة والجديدة، وعودت برلمان إلى البلاغة القديمة لتأكيد استبقاء فكرة جوهرية لديها، وهي فكرة المتلقي، غير أن المتلقي في البلاغة الجديدة لم يكن أثره سلبياً، كما هو الحال في البلاغة القديمة يقتصر أثره على التلقي، بل أصبح متلقياً إيجابياً يعمل في الرسالة، ويفكر فيها، ثم يرد ويناقش ويفند ويدعم؛ لينتقل من موقع التلقي إلى موقع الإرسال؛ لأن أصل الخطاب يُصب على قدر المتلقي أو مقامه من أجل إيقاع الإقناع^(١٢).

وفلسفة التحليل البلاغي ترصد التحولات في بنية الخطاب وأثر هذه التحولات في إحداث الإقناع؛ لأن الغاية المستوحاة منها هو التأثير في المتلقي؛ لذا يتوجب علينا استكشاف تلك التقنيات المهيمنة في الخطاب وآليات اشتغالها والمساحات التي تعمل بها وكيفياتها، حتى تطابق حال المتلقي الساعية إلى إيقاع الأثر فيه، لاسيما الخطاب البياني ذات الدلالة اللغوية (الوضوح، والكشف، والظهور)، فقد جاء في مقاييس اللغة ((بان الشيء بياناً، فهو بيّن، وأبان الشيء، فهو مبين وأبنته أنا: أي وضّحته، واستبان الشيء: ظهرَ واستبينته أنا: عرفته والتبين الإيضاح))^(١٣)، ولم تبتعد هذه الدلالة عما جاء في الخطاب القرآني، قال تعالى: ﴿كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ﴾ (سورة البقرة: الآية: ٢١٩)، وقال تعالى:

﴿يُرِيدُ اللَّهُ لِيُبَيِّنَ لَكُمْ﴾ (سورة النساء: الآية: ٢٦)، وقال تعالى: ﴿كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ﴾ (سورة البقرة: الآية: ١٨٧)، فصاحب البيان في هذه الآيات البيّنات هو الله - جَلَّ جلاله -، فهو يظهر ويوضح ويكشف آياته للناس، فتقع الحجة عليهم، ويزول العذر منهم، فلا حجة لمحتج على الله، ولا عذر لمعتذر منه.

وفي الدلالة الاصطلاحية عرف الجاحظ البيان بقوله: ((الدلالة الظاهرة على المعنى الخفي هو البيان))^(١٤)، أو هو ((أسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى، وهتك الحجاب دون الضمير، حتى يُغضبي السامع إلى حقيقته، ويهجم على محصله كائناً ما كان ذلك البيان، ومن أيّ

جنسٍ كان الدليل، لأنَّ مدارَّ الأمر والغاية التي إليها يجري القائل والسامع، إنّما هو الفهمُ والإفهام، فبأيّ شيءٍ بلغتْ الإفهام وأوضحتْ عَن المعنى، فذلك هو البيانُ في ذلك الموضع))^(١٥).

فالبَيانُ وظيفتان: الوظيفة الإفهامية، والوظيفة الإقناعية^(١٦)، وإنَّ الوظيفة الإفهامية وظيفة هامشية فليس هي المطلوبة بأصل الخطاب، بل هي الطريق لحصول وظيفة الإقناع؛ لأنَّ الفهم متحقق لدى صاحب البيان، لكن على ما يبدو أنَّ الوظيفة الإقناعية: هي المركزية؛ لأنَّ فلسفة التخاطب تهدف بالدرجة الأولى إلى كسب تأييد المتلقي في شأن قضية أو فعل مرغوب عنه من جهة، ثم إقناع ذلك المتلقي، فيحصل الفعل التأثيري بتعديل سلوك أو قبول رأي أو إعراض عن فكرة، وبهذا يحقق الخطاب مقاصده الإقناعية^(١٧).

وهنا وظيفة أخرى للبيان هي وظيفة (الإمتاع) التي توجدُها الصورة البيانية التي لا تخرج عن الوظيفة الإفهامية التي تسهم في تعضيد الوظيفة المركزية؛ لأنَّ الصورة ((طريقة خاصة من طرق التعبير، أو وجه من وجوه الدلالة، تتحصر أهميتها فيما تحدثه في معنى من المعاني من خصوصية وتأثير، ولكن أياً كانت هذه الخصوصية أو التأثير، فإنَّ الصورة لن تغير من طبيعة المعنى في ذاته، إنها لا تغير إلا من طريق عرضه، وكيفية تقديمه))^(١٨).

فالصورة توجز التعبير، وتكثف الدلالة في بعدها الإيحائي، فتخلق جواً من التفاعل ينسجم مع سياقات الكلام التي استدعتها، والسياق الذي استدعاها هو الإقناع؛ لأنَّ رسم المعاني بصورة حسية ذات بعد إيحائي مؤثر في النفوس يخاطب الحس والوجدان، فيتحقق الإقناع الذي تشكل فيه الصورة أسلوباً من أساليب الإقناع، ولاسيما الصورة القرآنية التي تتصف بالصدق الفني في رسم المشاهد، ومحاكاة الأحداث، والمقصود بالصدق الفني ((إبداع في العرض، وجمال في التنسيق، وقوة في الأداء))^(١٩).

وألوان البيان في الخطاب القرآني تتنوع بتنوع السياق بين التشبيه، والاستعارة، والمجاز، والكناية، وجمالية هذه الألوان لا ترجع إلى حسن ألفاظها، بل ترجع إلى أنها: صور المعاني^(٢٠).

والآليات التي تقوم عليها الصورة البيانية في العملية الإقناعية هي (اعتبار الملازمات بين المعاني) قال السكاكي: ((وإذا عرفت أنَّ إيراد المعنى الواحد على صور مختلفة لا يتأتى إلا في الدلالات العقلية، وهي الانتقال من معنى إلى معنى بسبب علاقة بينهما، كلزوم أحدهما الآخر بوجه من الوجوه، ظهر لك أنَّ علم البيان مرجعه اعتبار الملازمات بين المعاني))^(٢١)، إنَّ فكرة الانتقال من المعنى الوضعي إلى المعنى العقلي ترجع إلى عبد القاهر الجرجاني الذي قال: ((الكلام على ضربين: ضرب أنت تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده، وذلك إذا قصدت أنَّ تخبر عن (زيد) مثلاً بالخروج على الحقيقة، فقلت: خرج زيد....، وضرب آخر أنت لا تصل منه إلى الغرض بدلالة

اللفظ وحده، ولكن يدلّك اللفظ على معناه الذي يقتضيه موضوعه في اللغة، ثم تجد لذلك المعنى دلالة ثانية تصل بها إلى الغرض. ومدار هذا الأمر على الكناية والاستعارة والتمثيل...))^(٢٢).

فالجانب الإجرائي الاستدلالي في الصورة البيانية - التشبيه، الاستعارة، الكناية - بمثابة المقدمة الكبرى، طرفاها طرف الصورة البيانية، وعلى هذه المقدمة يبني المتلقي المقدمة الصغرى، مبدؤها المشبه به، أو المستعار، أو المكنى به، وخبرها لازم من لوازمه بحكم العقل أو الاعتقاد، ومن ثم يتوصل المتلقي إلى نتيجة، مبدؤها المشبه، المستعار له، المكنى له، وخبرها ما يتوصل إلى استنتاجه^(٢٣).

إنّ القياس يُبنى على مقدمتين كبرى وصغرى يقودان إلى استنتاج النتيجة، والتشبيه يُعدّ ضرباً من القياس؛ لذا شكل طاقة إقناعية بالغة؛ لأن طاقة التشبيه وقوته تتأتى من قدرته على التقريب بين عنصرين من نظامين مختلفين^(٢٤)، وهذا النوع من التشبيه هو الحاضر في سياق الخطاب القرآني؛ لأنه يتلاءم مع وظيفة القرآن الأساسية وهي: (الهداية والإرشاد)؛ لأن هناك من فرق بين وظائف التشبيه، فذهب إلى الوظيفة التفسيرية، والعاطفية، والزخرفية^(٢٥)؛ لذا قيل: ((التشبيه وسيلة افصاحية وتعبيرية لدى الإنسان يزيد المدلول قوة كشفية))^(٢٦).

استراتيجيات الإقناع في الصورة التشبيهية:

تسهم الوحدات الجزئية في الصورة التشبيهية - المشبه، المشبه به، أداة التشبيه، وجه الشبه - في تغيير الدلالة في البناء الكلي للصورة، فالمتكلم يصوغ هذه الوحدات في البناء الكلي في ضوء علاقة الشبه التي تشكل بنية واقعية تسمح بإيجاد أو إثبات حقيقة أمر معين عن طريق تشابه في العلاقات^(٢٧)، وهذا يستلزم مطابقة مقتضى حال المتلقي، حتى يتحقق التواصل، فيقع الإقناع في ضوء المنجز القول، وحتى يكون ذلك يتبنى المتكلم استراتيجية من دون أخرى من أجل تحقيق الإقناع، وهذا التغير في الاستراتيجيات يكشف عن التغير في السياقات، واستراتيجيات الإقناع ثلاث:

أولاً: الاستراتيجية الدينامية النفسية وأبعادها الإقناعية:

المنطلقات التأسيسية التي تستند إليها هذا الاستراتيجية، والتي يعتمدها المتلقي لتحصيل الإقناع هي: ((مجموعة خطية من المفاهيم هي المعبر عنها بالحاجات النفسية والدوافع والمعتقدات والمصالح، وأسباب القلق والمخاوف والقيم والآراء والمواقف، وتعتبر هذه العناصر بواعث أساسية لسلوك الفرد، ومعيار فهم اختبارات السلوك لدى الفرد وتفضيلاته وأوليّاته أي: إنها البوابة الرئيسة لفهم أعمق لعملية الإقناع والتأثير))^(٢٨).

فالمسارات التي تخطها هذه الاستراتيجية تسعى إلى تقويم سلوك الفرد بإثارة العوامل العاطفية أو العوامل الإدراكية؛ لأن من المستحيل تعديل عامل بيولوجي كالطول أو القصر أو الجنس...^(٢٩)

وحتى يكون ذلك يتخذ المتكلم طريقة خاصة في تقديم رسالته تكون لها القدرة على تغيير سلوك الفرد عبر نافذة الوظائف النفسية، بمعنى أن مفتاح الإقناع يكمن في تعليم الفرد معلومات جديدة يقدمها له المتكلم فتسهم هذه المعلومات في تغيير البناء النفسي مما يؤدي إلى تعديل السلوك، وهذا يُعدُّ جوهر الاستراتيجية النفسية^(٣٠).

والخطاب القرآني اتخذ الصورة التشبيهية سبيلاً؛ لإحداث تغيير في البناء الداخلي النفسي للمتلقي، وذلك بتقريب مشاهد النعيم وتجسيدها، فضلاً عن ذلك مشاهد الجحيم؛ لذا مثلت آيات الترغيب والترهيب والحث والإرشاد أهم الطرائق لاستراتيجية النفسية^(٣١).

وقال تعالى: ﴿تَجْرِي بِهِمْ فِي مَوْجٍ كَالْجِبَالِ وَنَادَى نُوحٌ ابْنَهُ وَكَانَ فِي مَعْزِلٍ يَا بُنَيَّ ارْكَبْ مَعَنَا وَلَا تَكُنْ مَعَ الْكَافِرِينَ﴾ (سورة هود: الآية: ٤٢).

ترسم حوارية الخطاب القرآني صورة الموج بصورة الجبل، وهي الصورة الأوضح والأقرب إلى ذهن متلقي الخطاب، وذلك لما ينماز به الجبل من ارتفاع وضخامة؛ لذا ﴿قَالَ سَآوِي إِلَى جَبَلٍ يَعْصِمُنِي مِنَ الْمَاءِ﴾ (سورة هود: الآية: ٤٣)، والموج ما يرتفع فوق الماء ويريد موج الطوفان^(٣٢)، وهذا المشهد له دلالة إيحائية مؤثرة في النفس؛ لأنها محسوسة ومدركة، وهذا الاستعمال زود المتلقي بمعارف لها من الأثر في تغيير المعارف الداخلية للمتلقي، التي تمثل الأساس لكل سلوك، وهو ما يستدعيه الخطاب الذي يتناسب ويتناسق مع الموقف حتى يقع الإقناع، ومقتضى الخطاب خرج إلى النصح والإرشاد الذي يستلزم قبول دعوة النبي نوح (عليه السلام)، ويمكن بيان ذلك في ضوء المنطق الاستدلالي الطبيعي الذي خطته الصورة التشبيهية:

- المقدمة الكبرى: موج كالجبال.
- المقدمة الصغرى: الجبال مرتفعة وشاهقة وضخمة.
- النتيجة: الموج مرتفع وشاهق وضخم.

فعملية الإنتاج قائمة على طرفي الخطاب، فالتكلم ينتج الكلام المصرح به والظاهر، والمتلقي من صنعه الضمني المستفاد من ظاهر النص؛ لأن المتكلم صنع كلامه في ضوء عالم خطاب المتلقين^(٣٣)، حتى تكون هناك مساحة لإيقاع التأثير وتوليد الإقناع بعد ما أخذ الخطاب حيزه الطبيعي في نفوس متلقيه.

قال تعالى: ﴿وَعِنْدَهُمْ قَاصِرَاتُ الطُّرْفِ عِينٌ * كَأَنَّهُنَّ بَيْضٌ مَكْنُونٌ﴾ (سورة الصافات: الآية:

سياق الخطاب القرآني في تعداد النعم لعباده المخلصين، ومن هذه النعم زوجات من حور عين (قاصرات الطرف)، أي: العين على أزواجهنَّ، فلا يرينَّ غيرهم، وقد شبه هذه الزوجات ((ببيض النعام المكنون في الأداحي وبها تشبه العرب النساء وتسميهنَّ بيضات الخدور))^(٣٤)، وشحن الموقف بهذه المعلومات فيه نوع من الاستدراج وتهيئة النفس بتقبل السلوك الجديد الذي يدعو إليه سياق الخطاب، وبيان هذا الهدف عند المتكلم واستحضار استدعى الذهاب إلى تشكيل الصورة بالمحسوسات الحاضرة في البيئة العربية. ويمكن بيان الاستدلال الطبيعي الذي يشكل الإقناع:

- المقدمة الكبرى: قاصرات الطرف عين كأنهنَّ بيض مكنون.
- المقدمة الصغرى: بيض مكنون بيضات الخدور.
- النتيجة: قاصرات الطرف عين بيضات الخدور.

فالصورة التشبيهية تترك محلاً شاغلاً، والمراد من المحل الشاغل ((ذلك الجانب الخفي والضمني من الصورة، والذي على المخاطب الكشف عنه وإظهاره))^(٣٥)، فالمتكلم يدفع بالمتلقي إلى استنتاج بعد تهئية الأجواء المناسبة للاستنتاج؛ لأن المتكلم يعتمد على المضمرة الذي استنتجه المتلقي في الدفاع عن أطروحته^(٣٦)، في ضوء ذلك يتحقق التأثير على مستوى السلوك؛ لأن الجانب الداخلي للمتلقى تغير بمفاهيم جديدة.

قال تعالى: ﴿وَاضْرِبْ لَهُم مَّثَلَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا كَمَا أَنْزَلْنَاهُ مِنَ السَّمَاءِ فَاخْتَلَطَ بِهِ نَبَاتُ الْأَرْضِ فَأَصْبَحَ هَشِيمًا تَذْرُوهُ الرِّيحُ﴾ (سورة الكهف: الآية: ٤٥).

يصف الخطاب القرآني حال الحياة الدنيا بحال حياة النبات الذي نمى وترعرع، فكبر ساقه، وقويَّ عوده، فإذا انقطع عنه الماء ذهب نضارته وسقطت أوراقه، فأصبح هشيماً تذروه الرياح، فالمشبه به حاضر في ثقافة المتلقي، وهذا التوظيف له بواعث نفسية عند المتلقي مما يجعله متفاعلاً ساعياً إلى تغيير ثقافته الداخلية، العاكسة للسلوك الخارجي.

والخطاب يحمل في داخله دعوى الزهد بالحياة الدنيا، والإقبال على الآخرة؛ لأن أمد الحياة قصير وفاني ولا يستحق العناء. ويمكن بناء الصورة التشبيهية في بعدها الاستدلالي الإقناعي.

- المقدمة الكبرى: الحياة الدنيا كنبات الأرض.
- المقدمة الصغرى: نبات الأرض أصبح هشيماً تذروه الرياح.
- النتيجة: الحياة الدنيا أصبحت هشيماً تذروه الرياح.

فالحمولات الثقافية التي تحملها الصورة التشبيهية، لها آثار داخلية في نفسية المتلقي، مما تجعله يغير سلوكه، وهذا ما تعمل عليه هذه الاستراتيجية، فمنطقة الاشتغال الجانب النفسي الداخلي للمتلقى الذي يشكل السلوك الخارجي مصداقاً من مصاديقه.

ثانياً: الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية وأبعادها الإقناعية:

المباني المعرفية التي تقوم عليها هذه الاستراتيجية في تحقيق التأثير والإقناع في المتلقي هي مباني خارجية، عكس الاستراتيجية النفسية التي تعتمد الجانب العاطفي والإدراكي الداخلي للفرد في تغير وتعديل سلوكه، فثقافة المجتمعية والأعراف والتقاليد تشكل السلوك البشري، فضلاً عن ذلك تتحكم في الأنماط السلوكية الخاصة بالفرد؛ لأنها تمثل الخلفية المعرفية لذلك السلوك، فالثقافة انعكاس للسلوك، والسلوك انعكاس للثقافة^(٣٧).

إن الآليات التي تشغل عليها هذه الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية في تحصيل الإقناع، وهي تغير ثقافة المتلقي؛ لأن الثقافة تشكل قوة في تعديل سلوك الفرد وتغييره، وهذا ما توصلت إليه الدراسات الاجتماعية^(٣٨).

والخطاب القرآني يروج لثقافة غير سائدة في الحاضرة العربية يبت فيها القيم الإسلامية، والأخلاق النبيلة، ضد الثقافة السائدة من الأخلاق السيئة والعادات والتقاليد البالية، والخطاب القرآني حتى يستطيع نشر هذه الثقافة حتى تكون لها أثر في سلوك المجتمع استعمل استراتيجية الثقافة الاجتماعية حتى يولد قوة ضغط؛ لأن الثقافة التي يقدمها الخطاب القرآني لها مساس مباشر بالإنسان.

قال تعالى: ﴿وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ﴾ (سورة الأنعام: الآية: ٣٢).

صورت الآية الكريمة أعمال الحياة الدنيا باللعب واللهو، وهذه الحقيقة أراد الله - جلّ جلاله - إشاعتها؛ لذا نجد أن الخطاب صيغ بأسلوب القصر وهو " قصر الموصوف على الصفة"، وهو لذلك يريد أن يقول: لا توجد حقيقة غير هذه الحقيقة، ويستبعد أن تكون هناك غير هذه الحقيقة، ووجه الشبه المستفاد من الصورة التشبيهية مدة اللعب واللهو قليلة وسريعة الانقضاء والزوال، فضلاً عن ذلك إنهما لا يصلحان إلا للصبيان والجهال المغفلين^(٣٩)، وإشاعة هذه الثقافة في المجتمع وتبني المجتمع هذه الثقافة يشكل عامل قوة في تغيير سلوك الأفراد عبر المفاهيم الجديدة، فالغرض الذي خرجت إليه الصورة "النصح والإرشاد"، والفعل المضمر للصورة ممكن تمثيله بقولنا: يا عباد الله انتبهوا، فلا تغتروا بما في الحياة الدنيا من ملذات؛ لأن نعيمها إلى الزوال ما شأنها إلا شأن من يلعب ويلهو.

في ضوء ما تقدم يمكن الكشف عن البناء الاستدلالي الإقناعي في الصورة التشبيهية:

- المقدمة الكبرى: للحياة الدنيا لعبٌ ولهو.
- المقدمة الصغرى: اللعب واللهو سريع الزوال والانقضاء.
- النتيجة: الحياة الدنيا سريع الزوال والانقضاء.

فمقتضى المقام استدعى استعمال التشبيه البليغ؛ لأن دلالة الاشتراك بين طرفي التشبيه أقوى؛ لذا يُعد هذا النوع من التشبيه من أكثر الأنواع تأثيراً في السامع، هذا شكل الصورة، ومادة الصورة

حسية منتزعة من تجارب المتلقين، وتضافر هذه الحشيات تُسهم في توليد طاقة إقناعية العامل الأساس فيها الثقافة المجتمعية؛ لأن الفرد جزء من المجتمع يتفاعل معه يؤثر فيه ويتأثر.

قال تعالى: ﴿مَثَلُ الْفَرِيقَيْنِ كَالْأَعْمَى وَالْأَصَمِّ وَالْبَصِيرِ وَالسَّمِيعِ هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا أَفَلَا تَذَكَّرُونَ﴾ (سورة هود: الآية: ٢٤).

حوارية الخطاب القرآني تكشف عن جمالية التمثيل لاسيما في حاستين أساسيتين تشكلتا منابع للمعرفة الإنسانية، فتمثيل فريق المؤمنين بالبصير والسميع، وتمثيل فريق الكافرين بالأعمى والبصير^(٤٠)، وهذا التقابل بين الصفات المتضادة يخلق جواً من التفاعل ونوعاً من الحضور في ذهن المتلقي ولاسيما تقديم الصورة بأسلوب حسي مدرك، يعقب ذلك بالاستفهام ﴿هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا﴾، والدلالة المجازية التي خرج إليها الاستفهام النفي وقوله تعالى ﴿أَفَلَا تَذَكَّرُونَ﴾ زيادة في توبيخهم والتهكم إي: بلغ بكم الجهل أن سويتهم بين المؤمن والكافر.

وهذه الثقافة هي التي كانت سائد، وقد جاء الخطاب القرآن لتغيير هذا الثقافة، فضلاً عن ذلك استهجان هذه الثقافة، وهذا بدوره يشكل طاقة خارجية تأثيرية في المتلقي، مما يستدعي المتلقي تغيير سلوكه. ويمكن بيان الاستدلال الإقناعي في الصورة التشبيهية:

- المقدمة الكبرى: الكافر أعمى وأصم، والمؤمن بصير وسميع.
 - المقدمة الصغرى: أعمى وأصم لا يرى الحقائق ولا يسمع بها.
 - بصير وسميع يرى الحقائق ويسمع بها.
 - النتيجة: الكافر لا يرى الحقائق ولا يسمع بها، والمؤمن يرى الحقائق ويسمع بها.
- وهكذا ولّد الخطاب قوة إنجازية " يجب عليكم أن تؤمنوا بالله؛ لأن حقائقه ظاهرة ومسموعة " فضلاً عن ذلك إيجاد فعل تأثيري " لا يستوي الكافر بالمؤمن "، وإيجاد هذه الثقافة المجتمعية تكون عاملاً في تغيير السلوك، وبهذا تتحقق الإقناعية عن طريق الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية.
- قال تعالى: ﴿اتَّخَذُوا أَحْبَارَهُمْ وَرُهَبَانَهُمْ أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللَّهِ وَالْمَسِيحَ ابْنَ مَرْيَمَ وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا إِلَهًا وَاحِدًا لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ سُبْحَانَهُ عَمَّا يُشْرِكُونَ﴾ (سورة التوبة: الآية: ٣١).

سياق الخطاب يكشف عن عدم امتثال اليهود والنصارى لما أمرهم الله في الطاعة والعبادة له وحدة لا شريك له، بل أشركوا به، وهذا السياق الرفض لسلوك اليهود والنصارى، يولد ثقافة جديدة تدعو إلى وحدانية الله، وقد قدمها الخطاب القرآني على وفق صورة تشبيهية حتى تحقق أثراً في نفوس المتلقين، ولاسيما أن الصورة تشكلت من طرفي التشبيه فقط، وقد أعطى هذا سعة في المعنى، والسبب

أن طاعة الأحرار والرهبان كانت غير مقيدة، مع أنهم لا يستحقون ذلك، وإن من يستحق الطاعة هو الله. وبهذا يمكن بناء الاستدلال الإقناعي في الصورة التشبيهية:

- المقدمة الكبرى: اتخذوا اليهود والنصارى أحرارهم ورهبانهم أرباباً من دون الله.
- المقدمة الصغرى: الأحرار والرهبان لا يستحقون العباد والطاعة المطلقة.
- النتيجة: اليهود والنصارى مشركين.

فالإنجازية المتحققة من الصورة التشبيهية (لا تكونوا مشركين)، وهذه الثقافة التي يبثها الله في المجتمع كفيلة بتوليد قوة إقناعية تعمل على التغيير الداخلي للفرد، مما يساعد على تغيير السلوك؛ لأن الصورة تدور في مدار ثقافة المتلقي، فضلاً عن ذلك أن المفهوم الأول ناشئ من المقدمة الكبرى، والمفهوم الثاني ناشئ من المفهوم الأول يكون ضرورياً الذي يعبر عنه (مفهوم المفهوم)، وهو يسد المحل الشاغر بالعملية الاستدلالية^(٤١).

ثالثاً: استراتيجية إنشاء المعاني وأبعادها الإقناعية:

تتأسس هذه الاستراتيجية على مفاهيم (الأنثروبولوجيا) القاضية بأن المعاني ترتبط بشكل مباشر باللغة، التي عن طريقها يكشف المتكلم عما يجول في خاطره، ويقف أمام العالم الخارجي بناءً على ما يحمله من معاني، وهذه البنية المعرفية الداخلية للمتكلم تزوده بتعريفات للمواقف التي تواجهه، فالتكلم يحكم على العالم الخارجي، ويتبنى سلوكيات خاصة في ضوء المعاني والمعارف الداخلية له^(٤٢). فاللغة القاعدة الأساسية في هذه الاستراتيجية؛ لأن ثبني المعاني الداخلية للمتكلم، التي بها يتشكل سلوكه، ويواجه العالم الخارجي، فالمنظومة المعرفية الداخلية للمتلقي هي الأساس في أي تغيير، وما السلوك إلا مظهر من مظاهر هذه المعرفة.

ولغة القرآن تحمل في طياتها حمولات ومفاهيم جديدة، لاسيما الصورة التشبيهية التي تجسد الأفعال الداخلية للأفراد، وتكشف حقيقة الأعمال المعنوية، وهي بذلك تولد معاني جديدة في بيئة وحاضرة لم تعهد هذه المعاني، وهذا يمثل دعوة في تبني هذه المعاني حتى تنعكس بشكل واضح على السلوك؛ لأن حركة الأفراد داخل المجتمعات قائمة على المعاني التي يؤمنون بها، وهنا ينكشف وجه الإقناع الذي تتبناه هذه الاستراتيجية في تغيير المعاني الداخلية وتعديلها للأفراد عن طريق اللغة الحاملة للمعاني الجديدة.

قال تعالى: ﴿وَلِلَّهِ غَيْبُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا أَمْرُ السَّاعَةِ إِلَّا كَلَمْحِ الْبَصَرِ أَوْ هُوَ أَقْرَبُ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾ (سورة النحل: الآية: ٧٧).

تصور الصورة التشبيهية القدرة الإلهية التي تتجاوز الزمن المحسوس عند البشر لمن أنكر يوم الميعاد^(٤٣)، فاللغة عكست مفاهيم جديدة غير معهودة في ثقافة متلقي الخطاب، وظفت في التشبيه

المرسل؛ لكي توضح القدرة الإلهية، فتشبيه وقوع الساعة كلمح البصر أو أقرب من ذلك تشير إلى فاعلية الله اللامحدودة^(٤٤)، فالمكون الدلالي الذي أنجزته الصورة التشبيهية السرعة، وهذا مدرك عند المتلقين؛ لأن الرؤية ((أخف الأعمال عند الإنسان وأقصرها زماناً))^(٤٥)، غير المدرك عند متلقي الخطاب هو وقع الساعة بهذه السرعة، الذي يؤكد ذلك استعمال أسلوب القصر بأداة النفي والاستثناء؛ لزيادة التوكيد، ويمكن بناء الاستدلال الإقناعي في ضوء الصورة التشبيهية:

- المقدمة الكبرى: وما أمر الساعة إلا كلمح البصر.
- المقدمة الصغرى: لمح البصر أخف الأعمال عند الإنسان.
- النتيجة: الساعة أخف الأعمال عند الله.

وقد استدعى هذا من المتلقي الإيمان بالميعاد، وهذا الإيمان بالضرورة ينعكس على السلوك الخارجي، وبهذا يتحقق الإقناع، فالتناسب بين شكل الصورة والمادة أدى إلى تحقيق الغرض من الصورة التشبيهية؛ لأنها جاءت متوافقة مع المقومات الثقافية للمتلقي.

قال تعالى: ﴿فَأَخَذْتَهُمُ الصَّيْحَةَ بِالْحَقِّ فَجَعَلْنَاهُمْ غُثَاءً فَبَعْدًا لِلْقَوْمِ الظَّالِمِينَ﴾ (سورة المؤمنين:

الآية: ٤١).

دلالة السياق الإيحائية تنذر متلقي الخطاب بأن لا يكون حالهم حال الذين أخذتهم الصيحة بالحق الذين ظلموا أنفسهم، وهذا مما يدعو إلى المغايرة في شكل الصورة والمادة؛ لذا كان التشبيه محذوف الأداة ووجه الشبه؛ ليكون قريباً من تجارب متلقي الخطاب وممارساتهم الحياتية، فضلاً عن ذلك ليحقق الأثر البالغ في متلقي الخطاب؛ لأنه يعكس مقدار التقارب بين طرفي التشبيه - الكفار والغثاء - و((الغثاء ما يحمله السيل من يابس النبات والورق والعيذان البالية))^(٤٦)، ويمكن بيان ذلك في ضوء الاستدلال الإقناعي:

- المقدمة الكبرى: الكفر غثاء.
- المقدمة الصغرى: الغثاء سريع الزوال.
- النتيجة: الكافر سريع الزوال.

فالمشهد يصور لنا مقدار المهانة التي منيت بهم؛ لأنهم لم يمتثلوا أوامر الله بل اتبعوا هواهم، وهذه القيمة التأثيرية جاءت تناغم المنطلقات النفسية للمتلقي من أجل إنشاء معاني جديدة تكون لها الأثر في الجانب الداخلي للفرد، فينعكس على السلوك، فيتحقق الإقناع.

قال تعالى: ﴿وَعَرِضُوا عَلَىٰ رَبِّكَ صَفًا لِّدِّ جِسْمُونَا كَمَا خَلَقْنَاكُمْ أَوَّلَ مَرَّةٍ بَلْ زَعَمْتُمْ أَنَّنِي جَعَلْ لَكُمْ

مَوْعِدًا﴾ (سورة الكهف: الآية: ٤٨).

الخطاب القرآني في هذه الآية تقريع لمنكرين الميعاد وتوبيخ لهم، وهذا ما دل عليه ظاهر قاله تعالى: ﴿بَلْ زَعَمْتُمْ أَنَّنِي جَعَلْتُ لَكُمْ مَوْعِدًا﴾، وهذا الإنكار استدعى الصورة التشبيهية في شكلها التمثيلي شبه فيها هيئة حشر الناس يوم بالهيئة التي خلقوا بها في بداية الخلق لا يملكون شيئاً: أي لا يملكون شيئاً مما كسبوا في الحياة الدنيا من مال وبنون ضعفاء فقراء عاجزين في الموضع الذي لا يملك فيه الحكم غيرنا^(٤٧)، وهذه المماثلة في الأحوال ولاسيما الهيئة المنتزعة من المشبه به تحدث أثراً نفسياً بالغاً؛ لأنها أنشأت معنى جديداً في نفوس المتلقين، وهذا المعنى قريب إليهم ويستشعرونه؛ كونه محسوساً ومدركاً، مما يحدث إقناعاً، ويمكن بيان ذلك بصيغته الاستدلالية.

- المقدمة الكبرى: لقد جنئتمونا كما خلقناكم أول مرة.
- المقدمة الصغرى: خلقناكم أول مرة لا تملكون شيئاً ضعفاء.
- النتيجة: لقد جنئتمونا لا تملكون شيئاً ضعفاء.

فالطاقة الإنجازية المتولدة من الصورة التشبيهية (لا قيمة لأموالكم ولا لأولادكم بل أنت ضعفاء لا تملكون شيئاً)، وهذا المفهوم الذي يستنتجه المتلقي من ظاهر الخطاب، يتوافق مع صانع الخطاب الذي أوجد خطابه في عالم المتلقين، وإيحاءات الطاقة الإنجازية ممكن أن تصل إلى مديات بعيد منها (اتقوا هذا اليوم أو أنفقوا من أموالكم أو...)، وهذه المعاني الجديدة تخلق جواً تفاعلياً يؤدي إلى التغيير داخلي، يتمظهر على وفق السلوك الخارجي للفرد.

الخاتمة:

المسارات التي يخطها الخطاب القرآني في تأدية المعاني متغايرة، وهذا التغاير تستدعيه وظيفة الخطاب القائمة على مبدأ التواصل حتى يقع التفاعل الذي يرمي إلى تحقيق التأثير في متلقي الخطاب، فيتولد التغاير في الفكر ومن ثم ينعكس على السلوك، وبذلك نشهد الإقناع. وقد أثبت البحث مجموعة من النتائج يمكن إجمالها على النحو الآتي:

- ١- أثبت البحث أن للبيان وظائف متعددة منها: الإلهامية والإيمانية والإقناعية، لكنها في الخطاب القرآني لا تخرج عن الإقناعية الوظيفية الأساس.
- ٢- أثبت البحث أن الإقناع في الصورة التشبيهية في الخطاب القرآني قائم على "مادة الصورة" وهي عالم المتخاطبين، و"شكل الصورة" وهو البناء الذي تتشكل فيه مادة الصورة.
- ٣- الصورة التشبيهية في الخطاب القرآني قيمتها إقناعية لا تخيلية، أو تزينية، أو زخرفية تتناغم مع وظائف الخطاب القرآني، قياسها طبيعي غير منطقي.
- ٤- بين البحث أن عملية الإقناع القائمة على الاستدلال تكون من المتلقي؛ لأن تشكيلات الصورة ومادتها صيغت على وفق فضاءات المتلقي، وهذا ما يمكن المتلقي من سد المحل الشاغر في العملية الاستدلالية.
- ٥- أظهر البحث أن الاستراتيجيات تشتغل على مفاهيم ثقافية قد تكون داخلية خاصة بالمتلقين، أو خارجية اجتماعية، أو إنشاء ثقافة جديدة، والسبب في ذلك أن الثقافة هي التي تولد السلوك، أو هي انعكاس للسلوك.

الهوامش:

-
- (١) ينظر: لسان العرب: لابن منظور، مادة (قنع).
 - (٢) مقاييس اللغة: لأبي فارس: ٥: ٣٢.
 - (٣) النص والخطاب والاتصال: د. محمد العبد: ١٩٢.
 - (٤) منهاج البلغاء وسراج الأدباء: حازم القرطاجني: ٢٠.
 - (٥) ينظر: الحجاج والاستدلال الحجاجي عناصر استقصاء نظري: الحبيب أعرب (بحث): ٣: ٤٥.
 - (٦) ينظر: الحجاج في اللغة: أبو بكر العزاوي: ١٤.
 - (٧) ينظر: في بلاغة الخطاب الإقناعي: محمد العمري: ٧٦-٧٧.

- (٨) ينظر: الصورة الإشهارية: آليات الإقناع والدلالة: سعيد بنكراد: ١٨٧-١٨٨.
- (٩) ينظر: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام: د. طه عبد الرحمن: ٣٨.
- (١٠) ينظر: حول التقنين الأرسطي لطرق الإقناع ومسالكه مفهوم "الموضع": د. حمو النقاري (بحث): ٣: ٢.
- (١١) ينظر: المصدر نفسه: ٣: ٣.
- (١٢) ينظر: البلاغة والتواصل: د. جميل عبد المجيد: ١١٦١١٧.
- (١٣) مقاييس اللغة: مادة (بين).
- (١٤) - البيان والتبيين: ٧٠/١.
- (١٥) المصدر نفسه.
- (١٦) - ينظر: البلاغة العربية أصولها وإمتداداتها، د. محمد العمري، ١٩٤، وينظر: البلاغة والاتصال: ١٣٠.
- (١٧) الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي: د. عمارية حاكم: ٦٤-٦٥.
- (١٨) الصورة الفنية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب: جابر عصفور: ٣٢٣.
- (١٩) التصوير الفني في القرآن: سيد قطب: ٢٠٧.
- (٢٠) ينظر: دلائل الإعجاز: لعبد القاهر الجرجاني: ٢٦٤-٢٦٥.
- (٢١) مفتاح العلوم: للسكاكي: ١٨٣.
- (٢٢) دلائل الإعجاز: ٢٦٣.
- (٢٣) ينظر: البلاغة والاتصال: ١٦٦.
- (٢٤) ينظر: الحجاج في الشعر الجاهلي: د. سامية الدريدي: ١١٨.
- (٢٥) ينظر: الكناية والشاهد والتشبيه والاستعارة والتمثيل والأسطورة: محمد الولي (بحث): ٩٤.
- (٢٦) ترجمان القرآن: محمد بن عمر الزادوياني: ٧٩.
- (٢٧) ينظر: في بلاغة الخطاب الإقناعي: ١١٨.
- (٢٨) الإقناع الاجتماعي خلفياته النظرية وآلياته الاجتماعية: عامر مصباح: ٥١.
- (٢٩) ينظر: من أساليب الإقناع في القرآن الكريم: معتصم بابكر مصطفى: ٣٧-٣٨.
- (٣٠) ينظر: نظريات وسائل الإعلام: دلفير ملفين، وساندرا بروكتيش: ٣٨٠.
- (٣١) ينظر: أساليب الإقناع في القرآن الكريم: ٧٨-٧٩.
- (٣٢) ينظر: تفسير الكشف: للومخشري: ١٨: ٤٨٤.
- (٣٣) ينظر: الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية: د. عبد الله صولة: ٥٦٣.
- (٣٤) ينظر: تفسير الكشف: ٢٣: ٩٠٦.
- (٣٥) ينظر: حاجية الصورة في الخطابة السياسية لدى الإمام علي (رضي الله عنه): د. كمال الزماني: ٢٠٧.
- (٣٦) ينظر: الأسس النظرية لبناء شبكات قرائية للنصوص الحجاجية: عبد العزيز لحويديق: (بحث): ٣: ٣٥١.
- (٣٧) ينظر: الإقناع الاجتماعي خلفياته النظرية وآلياته الاجتماعية: ٥٢.
- (٣٨) ينظر: نظريات وسائل الإعلام: دلفير ملفين و ساندرا بروكتيش: ٣٨٦.
- (٣٩) ينظر: التحرير والتتوير: لابن عاشور: ٤: ٤٨٣.
- (٤٠) ينظر: إعراب القرآن وبيانه: محي الدين درويش: ٣: ٤٠٨.

- (٤١) ينظر: الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية: د. عبد الله صولة: ٥٦٥.
- (٤٢) ينظر: الإقناع الاجتماعي خلفياته النظرية وآلياته الاجتماعية: ٥٤.
- (٤٣) ينظر: الأمثل في تفسير كتاب الله المنزل: الشيخ ناصر مكارم الشيرازي: ٨: ١٩٧.
- (٤٤) ينظر: التفسير البنائي للقرآن الكريم: د. محمود البستاني: ٢: ٤٧٤.
- (٤٥) الميزان في تفسير القرآن: السيد محمد حسين الطباطبائي: ١٢: ٣٠٥.
- (٤٦) الميزان في تفسير القرآن: ١٥: ٣٣.
- (٤٧) ينظر: مجمع البيان في تفسير القرآن: للطبرسي: ٦: ٣٠٠.

ثبت المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم.
- إعراب القرآن وبيانه: محيي الدين درويش: ط٢، منشورات كمال الملك، قم، ١٤٢٨هـ.
- الإقناع الاجتماعي خلفياته وآلياته: عامر مصباح، (د. ط)، ديوان المطبوعات الاجتماعية، الجزائر، ٢٠٠٠م.
- الأمثل في تفسير كتاب الله المنزل: الشيخ ناصر مكارم الشيرازي، ط٢، دار احياء التراث العربي، بيروت، ٢٠٠٥م.
- البلاغة العربية أصولها وامتدادها: د. محمد العمري، ط١، إفريقيا الشرق، بيروت، ٢٠٠٠م.
- البلاغة والتواصل: د. جميل عبد المجيد، (د. ط)، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٠م.
- البيان والتبيين: أبو عمرو عثمان بن بحر الجاحظ (ت ٢٥٥هـ)، تحقيق وشرح: عبد السلام محمد هارون، ط٧، مكتبة الخانجي، القاهرة، ١٩٩٨م.
- التحرير والتنوير: محمد الطاهر بن عاشور (د. ط)، دار سحنون للنشر والتوزيع، تونس، (د. ت).
- ترجمان البلاغة: محمد عمر الرادوياني، ترجمة: د. محمد نور الدين عبد المنعم، (د. ط)، دار الثقافة والنشر، طهران، (د. ت).
- التصوير الفني في القرآن: سيد قطب، ط٧، دار الشروق، بيروت، ١٩٨٢م.
- التفسير البنائي للقرآن الكريم: د. محمود البستاني، ط١، مؤسسة الطبع التابعة للأستانة الرضوية المقدسة، قم، (د. ت).
- الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة: د. سامية الدريدي، ط١، عالم الكتب الحديث، الأردن، ١٩٩٨م.

- الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية: د. عبد الله صولة، ط٢، دار الفارابي، بيروت، كلية الآداب والفنون والإنسانية منوبة، ودار المعرفة للنشر، تونس، ٢٠٠٧م.
- الحجاج في اللغة: أبو بكر العزاوي، (د. ط)، دار الأحمدي للطباعة، الدار البيضاء، المغرب، (د. ت).
- حجاجية الصورة في الخطابة السياسية لدى الإمام علي (رضي الله عنه): د. كمال الزماني، ط١، عالم الكتب الحديث، إربد - الأردن، ٢٠١٢م.
- الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي: د. عمارة حاكم، (د. ط)، ديوان المطبوعات الاجتماعية، الجزائر، ٢٠٠٩م.
- دلائل الإعجاز: أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن بن محمد الجرجاني (ت ٤٧١هـ)، تحقيق: السيد محمد رشيد رضا، ط١، مكتبة محمد صبيح وأولاده، مصر، ١٩٦٠م.
- الصورة الاشهارية: آليات الإقناع والدلالة: سعيد بنكراد، ط١، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ٢٠٠٩م.
- الصورة الفنية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب: د. جابر عصفور، ط٣، المركز الثقافي العربي، بيروت، ١٩٩٣م.
- في أصول الحوار وتجديد علم الكلام: د. طه عبد الرحمن، (د. ط)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ٢٠٠٧م.
- في بلاغة الخطاب الإقناعي " مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية الخطاب في القرن الأول نموذجاً ": د. محمد العمري: ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، المغرب، ١٩٨٦م.
- الكشف عن الحقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل: أبو القاسم جبار الله محمود بن عمر الزمخشري (ت ٥٣٨هـ)، اعتنى به وخرّج أحاديثه وعلّق عليه خليل مأمون، ط٢، دار المعرفة، بيروت، ٢٠٠٥م.
- لسان العرب: جمال الدين محمد بن منظور (ت ٧١١هـ)، إعداد: يوسف الخياط، دار لسان العرب، (د. ط)، بيروت، (د. ت).
- مجمع البيان في تفسير القرآن: أبو علي الفضل بن الحسن الطبرسي (ت ٥٤٨هـ)، ط١، دار القارئ، بيروت، ٢٠٠٩م.
- مفتاح العلوم: أبو يعقوب يوسف بن أبي بكر محمد بن علي (ت هـ)، (د. ط)، مطبعة البابي الحلبي وأولاده، مصر، ١٩٩٠م.

- مقاييس اللغة: أبو الحسين بن فارس بن زكريا (ت ٣٩٥هـ)، تحقيق: عبد السلام هارون، ط١، دار الفكر، ١٩٧٩م.
- من أساليب الإقناع في القرآن الكريم: معتصم بابكر مصطفى، (د. ط)، كتاب الأمة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ٢٠٠٣م.
- منهاج البلغاء وسراج الأدباء: حازم القرطاجني (ت ٦٨٤هـ)، تحقيق: محمد الحبيب ابن الخوجة، (د. ط)، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ١٩٨٦.
- الميزان في تفسير القرآن: السيد محمد حسين الطباطبائي (ت ١٤٠٢هـ)، ط٢، مؤسسة الأعلمي للمطبوعات، بيروت، ١٩٧٢م.
- النص والخطاب والاتصال: د. محمد العبد، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط١، القاهرة، ٢٠٠٥م.
- نظريات وسائل الإعلام: دلفير ملفين وساندرا بروكتيش، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، ط٢، الدار البيضاء، المغرب، ٢٠٠٤م.

البحوث المنشورة في الدوريات والمجلات

- الأسس النظرية لبناء شبكات قرائية للنصوص الحجاجية: عبد العزيز لحويدي، مطبوع ضمن الحجاج مفهومه ومجالاته "دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة"، ط١: إعداد: د. حافظ إسماعيلي علوي، عالم الكتب الحديث، إريد، ٢٠١٠م.
- الحجاج والاستدلال الحجاجي: الحبيب أعرب، مطبوع ضمن الحجاج مفهومه ومجالاته "دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة"، ط١، إعداد: د. حافظ إسماعيلي علوي، عالم الكتب الحديث، الأردن، ٢٠١٠م.
- حول التقنين الأرسطي لطرق الإقناع ومسالكه مفهوم "الموضع": د. حمو النقاري، مطبوع ضمن الحجاج مفهومه ومجالاته "دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة"، ط١: إعداد: د. حافظ إسماعيلي علوي، عالم الكتب الحديث، الأردن، ٢٠١٠م.
- الكناية والشاهد والتشبيه والاستعارة والتمثيل والأسطورة: د. محمد الولي، مجلة علامات، العدد، ١٧، لسنة ٢٠١٤م.