

المحاضرة 16: الاستراتيجية الإقناعية

الخطاب الإقناعي يرتبط دائما بوجود تحاورات أخرى مع المرسل إليه، فيحاول من خلاله المرسل فرض رأيه وتوجهه على محاوريه، والحجاج قديم له جذوره في التراث الإنساني، واندرج قديما في فن البلاغة والخطابة وفن الإبداع، وكثيرا ما ورد في الثقافة العربية والغربية بمعنى الجدل والمناظرة والإلقاء.

والحجاج في اللغة من (ح ج ج) أي حاجة محاجة وحجاجا أي: جادله ونازعه بالحجة،¹ ويقال حجه يحجه حجا غلبه على حجته، وفي الحديث "فحج آدم موسى"² أي غلبه بالحجة، ونجد هذا المصطلح في القرآن الكريم في عدة آيات مثل: "ألم تر إلى الذي حاج إبراهيم في ربه" البقرة 258. وقوله تعالى "قل أحتاجوننا في الله" البقرة 139... إلى غير ذلك من الآيات القرآنية، وعموما نجد هذا المصطلح يستعمل في النزاع والتخاصم والمناظرات...

وقد تعددت مفاهيمه ودلالاته تبعا للدراسات التي أسهمت في بلورتها وكثرة الحقول المعرفية التي تتقاطع معه كالبلاغة واللسانيات والمنطق..

مسوغات استعمال الاستراتيجية الإقناعية:³

هناك عدد من المسوغات التي ترجح استعمال الإقناع وهي:

- إن تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى، ونتاجها أثبت وديمومتها أبقى، لأنها تتبع من حصول الإقناع عند المرسل إليه غالبا، لا يشوبها فرض أو قوة.
- تمايزها من الاستراتيجيات الإكراهية لفرض قبول القول أو ممارسة العمل على المرسل إليه دون حصول الاندفاع الداخلي أو الإقناع الذاتي، فاقتناع المرسل إليه هدف خطابي يسعى المرسل إلى تحقيقه في خطابه.

¹ ينظر ابن منظور، لسان العرب، مادة (ح ج ج)

² ينظر مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، تح: محمد فؤاد الباقي، دار الحديث، القاهرة، ط1، 1991، ص 2043.

³ طاهر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 446

- الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج، فالحجاج شرط في ذلك لأن من شروط التداول اللغوي شرط الإقناعية.

- الرغبة في تحصيل الإقناع، إذ يغدو هو الهدف الأعلى لكثير من أنواع الخطاب، خصوصاً في العصر الحاضر، عندما يفضل المرسل استعمال الاستراتيجية الإقناعية، حتى لو كان ذا سلطة تخوّله استعمال الاستراتيجيات الأخرى.

- إبداع السلطة، فالإقناع سلطة عند المرسل عند المرسل في خطابه، ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه، إذ لا تحقق استراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم بمقتضاها إلا قولاً أو فعلاً، وما جعل الإقناع سلطة مقبولة هو كون الحجاج هو الأداة العامة بين ما يتوسّل به المرسل من أدوات وأليات لغوية.

- شمولية استراتيجية الإقناع، إذ تمارس على جميع الأصعدة، فيمارسها الحاكم والفلاح وكبير القوم والصغير...، وكل ذلك بوعي منهم، وهذا يعزّز انتماء هذه الاستراتيجية إلى الكفاءة التداولية عند الإنسان.

- ما تحقّقه من نتائج تربوية، إذ تستعمل كثيراً في الدّعوة وفي التربية والتعليم...

إنّ هذه المسوّغات هي من أهم ما يدفع المرسل إلى اختيار الاستراتيجية الإقناعية في خطابه، ولقد حظي الحجاج باهتمام كبير في الدّراسات العربية لارتباطه بالخطابة، وفي ذلك يقول (الباجي أبو عمر): "... وهذا العلم من أرفع العلوم قدراً وأعظمها شأنًا لأنه السبيل إلى معرفة الاستدلال وتمييز الحق من المحال، ولولا تصحيح الوضع في الجدل لما قامت حجة ولا اتّضحت محجة، ولا علم الصحيح من السّقيم ولا المعوجّ من المستقيم".⁴

وقد تناول (الجاحظ) هذه الاستراتيجية في كتابه (البيان والتبيين) وفصل في صفات الخطيب الجسدية وامتلاكه للبلاغة والبيان إذ يقول: "هو اسم جامع لكلّ شيء كشف لك قناع المعنى، وهتك الحجاب دون الضمير، حتى يفضي السامع إلى حقيقته، ويهجم على

⁴ الباجي أبو الوليد، المنهاج في ترتيب الحجاج، تح: عبد المجيد تركي، دار الغرب الاسلامي، بيروت، ط3، 2001، ص 8.

محصوله كائنا ما كان ذلك البيان، ومن أيّ جنس كام الدليل، لأنّ مدار الأمر والغاية إليها يجري القائل والسامع، إنّما هو الفهم والإفهام، بأيّ شيء بلغت الإفهام وأوضحت عن المعنى فذلك هو البيان في ذلك الموضع".⁵

فالجاحظ جعل الإقناع مرتبط بالبيان وجعل البيان مرتبط بالفهم والإفهام، الذي هو غاية الكلام، وجعله أيضا مرادفا للبلاغة إذ يقول: "البلاغة اسم جامع لمعان تجري في وجوه كثيرة، فمنها ما يكون في الاحتجاج...".⁶

وبعدّ خطاب المناظرة والجدل من أهم أنواع الخطابات الإقناعية عند العرب التي تستخدم في الوصول إلى إلزام الخصم بالحجة والتغلب عليه بالبراهين، وقد اهتم بدراسته إضافة إلى الجاحظ عدّة علماء عرب منهم: ابن وهب في كتابه "البرهان في وجوه البيان"، حازم القرطاجي في كتابه: "منهاج البلغاء وسراج الأدباء" إلى غير ذلك ممن اهتم بهذا الفن.

أمّا في الدرس اللساني الحديث، فقد أورد 'طه عبد الرحمن' في مصنّفاته جملة من التعاريف لهذا المصطلح منها قوله: "الحجاج كلّ منطوق به موجّه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحقّ له الاعتراض عليها".⁷ ومن خلال هذا التعريف نلاحظ كيف ارتبط الحجاج بإفهام المتلقي، أي إقناعه بوجهة نظر المرسل يتوقف على فهمها فهما جيدا، ويقول في تعريف آخر: "وحدّ الحجاج أنّه فعالية تداولية جدلية، فهو تداولي لأنّ طابعه الفكري مقامي واجتماعي، إذ يأخذ بعين الاعتبار مقتضات الحال من معارف مشتركة ومطالب إخبارية وتوجهات ظرفية، ويهدف إلى الاشتراك جماعيا في إنشاء معرفة عملية إنشاءً بقدر الحاجة، وهو أيضا جدلي لأن هدفه إقناعي قائم بلوغه على التزام صور استدلالية أوسع وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة".⁸

⁵ الجاحظ، البيان والتبيين، ج1، ص 76.

⁶ المصدر نفسه، ص 115.

⁷ طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 26.

⁸ طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد الكلام، ص 65.

فمن هذا التعريف يربط طه عبد الرحمن الحجاج بالجدال، ويجعله خاضعا للسياق وما يفرضه من علاقة ومعرفة مشتركة بين طرفي الخطاب، فيتجادلان ويسعى كل واحد منها إلى إثبات آرائه عن طريق الحجاج والبرهان.

وإضافة إلى (طه عبد الرحمن) نجد أيضا (أبو بكر العزاوي) و حسان الباهي في كتابه "اللغة والمنطق بحث في المفارقات)...

أما في الدراسات الغربية فقد اشتهر أفلاطون وأرسطو في فن الحجاج، ونجده حديثا عند (بيرلمان وتيتيكا)، حيث تتسب بداية الدرس الحجاجي المعاصر إلى أعمال هذين الزميلين من خلال مصنفهما بالاشتراك " البلاغة الجديدة، بحث في الحجاج " الذي درسا فيه القواعد والقوانين التي من شأنها أن تحمل المتلقي على الإقناع والإذعان لما يعرض عليه⁹

وهناك عدّة دراسات غربية في هذا الباب، فقد نال الحجاج اهتمام الباحثين العرب والغربيين غلى حدّ سواء، إذ يعبر عن بعد تداولي مهمّ في الدراسات اللسانية التداولية التي تحكم التواصل بين الناس.

أصناف الحجاج:

صنّف طه عبد الرحمن الحجاج إلى 3 أصناف: ¹⁰

الحجاج التجريدي: الذي يبنى على اعتبار الصورة وإلغاء المضمون والمقام وهو من المراتب الدّنيا للحجاج.

الحجاج التوجيهي: وهو إقامة الدّليل على الدّعوى بالبناء على الفعل التوجيهي الذي يختص به المستدل، أي إيصال المستدل لحجته إلى غيره.

⁹ ينظر طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 169.

¹⁰ ينظر المرجع نفسه، ص 226.

الحجاج التقويمي: وهو إثبات الدعوى بالاستناد إلى قدرة المستدلّ على أن يتجرّد من نفسه. فقد يكون خطاب المرسل حجاج على خطاب "متوقع" من مرسل إليه "متخيل" تحسباً لأي اعتراضات قد يواجهها فينزل نفسه منزلة المعارض على دعواه.

ومن كل ما سبق نستنتج أن الإقناع هو من الاستراتيجيات الخطابية التي يستعملها كلّ المتكلّمين في حياتهم اليومية لما تفرضه الحاجة إلى تبين توجهاتهم وفرض أفكارهم، فالإقناع هو السبيل الأصلح في المنازعات والخصومات والنقاشات والجدل والمناظرة، ويستعمل فيه المرسل عدّة أدوات لغوية مثل التوكيد والتعليل والتشبيه والأفعال اللغوية...