

"استراتيجيات الإقناع في الخطاب القرآني"

-سورة طه نموذجا-

الدكتور: عبد الحلیم بن عیسی *

1-تقديم:

القرآن الكريم خطاب موجّه للإنسان، يدعو للتأمل والتدبّر في مناخ علمي مؤسس على المقارنة والاستدلال والمقايسة من أجل الاقتناع برؤية المحدّدة، ولما كان طبع الإنسان المحرك الأساسي للمعرفة خاطبه الله سبحانه وتعالى من مختلف مشكّلات الوعي لديه من أجل اكتشاف هذا الكون، ومعرفة أسبابه وتكوينه ومآله، ليقف في الأخير بأنّه من ربّ العزة الواحد الأحد.

وخدمة لهذه العقيدة -عقيدة التوحيد- وظّف القرآن الكريم الكثير من الآليات والتقنيات من أجل تعديّ حدود التبليغ إلى "الإقناع"، وقد نتساءل ونقول ما هي الاستراتيجيات التي وُظفت من أجل هذه الغاية؟

2-ماهية الإقناع:

الإقناع بالشيء التسليم به، ففي القاموس المحيط "حَاوَلَ إِقْنَاعَهُ بِرَأْيِهِ"، أي أَنْ يَجْعَلَهُ يُسَلِّمُ بِهِ عَنْ رِضَى¹، وفي لسان العرب "قَنَّعَ يَقْنَعُ قَنوعًا، بفتح النون إذا سأل، وَقَنَّعَ يَقْنَعُ قَنَاعَةً، بكسر النون، رضي، وأقنعتني كذا، أي أرضاني².

فما تحيلنا عليه هذه المفاهيم هو ارتباط الإقناع بمعطيات ثلاثة:

-سبب معيّن يدفع الإنسان إلى الشك وعدم اليقين حول اعتقاد أو رأي ما، أي وجود اختلاف.

-انتماج طرق وكيفيات مضبوطة من أجل مناقشة المعرفة الموجودة لدى

الأخر.

*الدكتور: عبد الحلیم بن عیسی، جامعة وهران1، الجزائر.

-غاية معيّنة تتعلّق بالرضى وقبول الرأي أو الفكرة المطروحة. ويبقى أهم فعل تقوم عليه هذه المعطيات هو إحداث التأثير الواعي على المتلقّي، لذلك عُرِفَ "الإقناع" لدى بعض العلماء بأنّه "تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة ومساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها، عن طريق عملية معيّنة، أين تكون الرسائل محدّدة لهذا التأثير"³، ومعنى هذا أنّه عملية الإقناع عملية مركّبة تقوم على منهجية مضبوطة، غايتها إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم المعلومات، إما إيجاباً أو تصريحاً عبر مراحل معيّنة، وفي ظلّ حضور شروط موضوعية مساعدة على ذلك⁴.

3-طبيعة الإقناع في العملية الاتصالية:

يعتبر الإقناع في العملية الاتصالية عملية هادفة ومخطط لها، يتعدّى في أساسه حدود الإفهام، لأنّه يقوم بالإضافة إلى هذه الغاية على تغيير سلوك المستقبل المستهدف أو تعديله من خلال رسالة إبلاغية ذات محتوى مقنع، ومنه "يمكن الحكم على مدى نجاح الاتصال المقنع بقدر نجاحه في تغيير السلوك المرغوب فيه، أو فشله في التعبير، وقد يتم التغيير في السلوك بشكل فوري، أو يأتي متأخراً.

ويعتمد الاتصال المقنع بشكل أساسي على خصائص المصدر ومحتوى الرسالة الاتصالية، وطريقة عرضها، وطبيعة الوسيلة المستخدمة، وخصائص الجمهور المستقبل"⁵، فالإقناع مرتبط بالقدرة التي تمكّن المرسل من تغيير سلوك المستهدف، باتباع تقنيات متنوّعة، تتعلّق بالمُقنع والمُقنع والرسالة الإقناعية وكيفيات عرضها.

فالمُقنع لا بدّ أن تكون له الكفاءة العالية التي تمكّنه من التخطيط الدقيق والبناء الجيّد لعملية الإقناع، باعتبار أنّ مصداقية المحتوى الإقناعي تتأسس على هذه الكفاءة.

أما المستهدف فيستدعي من المرسل المعرفة بطبيعته ومستواه وتكوينه ودوافعه وحاجاته، وهي كلّها معطيات تسهم في إنجاح الفعل الإقناعي. أما الرسالة الإقناعية، وهي في أساسها مجموع الأفكار والاتجاهات والرؤى والأحاسيس التي يريد المتكلم بثّها في المتلقّي، فتتطلّب توظيف آليات تتعدّى حدود نقل الفكرة، أو ما يجب عمله أو عدم عمله، إلى بثّ العزيمة والحرص على تادية أو خدمة طرح معيّن، باعتبار أنّ هناك عوامل عدّة "قد تشلّ إرادة المرء وتحول بينه وبين أداء الواجب، وتلك العوامل هي الأناية والمنفعة الشخصية والشرف والعاطفة والاشمئزاز من بذل المجهود... فالخطيب لا يكتفي بالإقناع عن طريق القول، بل من واجبه أن يصل إلى القلب فيقنع عن طريق اليقين"⁶، ومنه لابدّ أن تكون الرسالة اللغوية مؤثّرة تنفذ إلى العقول والقلوب معا.

ولإحداث التأثير المنوط به لابدّ مراعاة شروط ومعطيات منها:
- أن يكون لموضوع الفكرة أو الرأي المطروح علاقة مؤسّسة بالحقيقة الموضوعية التي تتقبّلها العقول، وترتاح لها النفوس.
- الصياغة الجيدة للرسالة بما يشدّ انتباه المتلقّي فلا يغفل أو يشدّ عنها، يتم ذلك بانتقاء الألفاظ والعبارات التي تستنفر العقول، وتدعوها للتأمل من أجل قبول القضية المطروحة، وهي تستدعي في جوهرها بلاغة إقناعية، ولذلك رأى أرسطو أنّ "البلاغة هي القدرة على كشف جميع السبل الممكنة عن الإقناع في كل حالة بعينها"⁷.
- توظيف الحجج والبراهين بما يتعالق مع القضايا المطروحة، مع مراعاة الاتّساق والانسجام بينها.
- التأكيد والتكرار بتوظيف العبارات التي اللغوية تزيد من قيمة الفكرة المطروحة وصدقها.

ومنه نلاحظ أنّ الإقناع عملية مركّبة تقوم على إحداث الانفعال الواعي والموجّه على المتلقّي من أجل حمله على التأمل والتدبّر في الرأي أو الفكرة، وبالتالي دفعه إلى تغيير أو تعديل أو بناء معرفة يقينية جديدة، بالاعتماد على الآليات والوسائل التي تسهم في ذلك.

ويشترط في كل وسائل الإقناع أن تكون مؤسّسة على اليقين، ومعنى ذلك أنّه يجب علينا أن نتّجه أولاً إلى قوة الإدراك إذا أردنا أن نسيطر على القلب والعقل سيطرة تامة⁸، لتبقى هذه الوسائل مرتبطة بالمتكلم، إذا تمكّن منها استطاع أن يلج بطروحاته في ذهن المتلقّي وقلبه.

وفي هذا الإطار تنبّه أرسطو إلى ثلاث مسائل إذا استوفاهها المرسل عرف طريقه إلى عواطف السامعين، وكيفية إثارتها في نفوسهم، ف"من هذه المسائل أن يعرف الاستعدادات النفسية التي تحمل المرء على الغضب أو الخوف أو الرحمة أو غيرها من العواطف، ومنها أن يعدّ الذين يشعرون عادة بتلك العواطف نحوهم، وثالثها أن نعدّ الأشياء التي تثير عادة فينا هذا الشعور"⁹، فهذه المسائل الثلاثة مجتمعة ضرورية لإثارة عقول وقلوب المتلقين، وجعلهم يتدبّرون في الفكرة المطروحة.

4-القرآن الكريم خطاب إقناعي:

القرآن الكريم رسالة إلهية إقناعية موجّهة من الخالق إلى البشرية جمعاء من أجل حملهم على الإيمان بالواحد الأحد، "وحسبنا أن نقول بأنّه لا أدلّ على نجاح استراتيجية القرآن وأساليبه المتميّزة في الإقناع من أنّ الأمة المسلمة تشكّلت من خلاله، وتماسكت من خلال القرآن، ونهضت من كبواتها من خلاله، وقدّمت حضارة وثقافة بنضج من القرآن"¹⁰.

ومن أهم المعطيات التي جعلته يتّسم بهذه الخاصية هي ما يلي:
-أنّه خطاب كوني، فهو لا يتوسّل متلقياً معيّناً في زمان أو مكان معينين¹¹، فهو موجّه للبشرية جمعاء من أجل الثبات على عقيدة التوحيد، قال

تعالى: ﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعاً الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ
وَالْأَرْضِ﴾¹².

-محتواه الديني والمعرفي الضخم والمتعدّد الغايات جعله يتّسع لجميع
أنواع القضايا والأفكار التي قد تدفع الإنسان إلى المعرفة.

-توافره على كل الوسائل والآليات التي تجعله خطاباً لغوياً إقناعياً، وقد
ذكر محمد العمري أنّه لإحداث الإقناع في الخطاب اللغوي لا بدّ من امتلاك
الوسائل الثلاثة الآتية:

-التفكير المنطقي.

-فهم الخلق الإنساني وإدراك الخير في مختلف أشكاله.

-فهم الانفعالات، بوصفها ومعرفة أسبابها وطرق استثارتها¹³.

وهي كلّها معطيات ظلّت حاضرة في الخطاب القرآني، من أجل دفع
المخاطبين إلى التدبّر في معانيه، وبالتالي تغيير السلوك نحو الأفضل والأرقى.
قد نتساءل الآن ونقول كيف وُظّفت استراتيجيات الإقناع في القرآن
الكريم؟ ونجيب على هذا السؤال من خلال سورة طه.

5-استراتيجيات الإقناع في سورة طه:

لقد عرض الدارسون ثلاث استراتيجيات نظرية لتحقيق الإقناع، وهي¹⁴:

أ-الاستراتيجية الدينامية النفسية.

ب-الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية.

ج-استراتيجية إنشاء المعاني.

ولكن قبل الوقوف على كيفية توظيف هذه الاستراتيجيات في سورة طه
من الضروري أن نقف على مدلولات كلمة "استراتيجية".

أ-حول مصطلح:

يعود أصل كلمة "استراتيجية" إلى اللغة الإغريقية، وترتبط بـ"ستراتيجوس
Strategos"، بمعنى "قائد"، أو "فن قيادة القوات"، ومنه نلاحظ أنّ ما يؤطّر

هذا اللفظ هي المعرفة النظرية والتطبيقية لكيفية تسيير وتنظيم القوات، أي لابدء من مهارات في القيادة، وهذا ما تحيلنا عليه كلمة "فن". أما في المجال الاصطلاحي فقد تنوّعت مفاهيم "الاستراتيجية" من حقل معرفي إلى آخر، ولكن في مجال إنجاز الخطاب تعني الطريقة في التفكير، والأسلوب في التشكيل اللغوي بما يسمح بتصنيف الأحداث بحسب أهميتها، ثم بنائها بمراعاة مجموعة من تقنيات والمعطيات التي تضمن الفعالية في النص الإقناعي، والفعالية هنا مرهونة بإحداث الأثر المرغوب فيه والمخطط له على المتلقّي.

فالاستراتيجية في أساسها عملية تنظيم وتشكيل "يُخضع لها المتكلم خطابه راصدا بواسطتها وسائل مختلفة لخدمة غايات معينة، فتكون تبعا لذلك عملية واعية خطط لها المتكلم بشكل دقيق، وباختيار موجه تحكمه نتائج الخطاب وغاياته الحجاجية، فاستراتيجية الخطاب على هذا النحو ليست واعية بأهدافها فحسب، بل واعية بذاتها أيضا باعتبارها سبيلا تؤدي إلى تلك الأهداف، فهي تخطط لتحقيق هذه الأهداف مراقبة في الوقت ذاته إجراءات التنفيذ التي تعتمد عليها"¹⁵.

ويجب أن نشير إلى أنّ لكلّ حدث أو موقف استراتيجيات معينة تتلاءم معه بحسب الظروف والطريقة في ممارستها، وغالبا ما تكون في إطار ردّ فعل لتحقيق غايات مضبوطة، تتأسس في جوهرها على استمرارية العلاقة بين المنتج للفعل الاستراتيجي والمتقبّل له، ولذلك فهي "تتعدّد بتعدّد الظروف المحيطة، فما يكون مناسباً في سياق ما، قد لا يكون كذلك في سياق غيره، وبهذا فإنّ تغيير بعض العناصر يستتبع تغييراً في الاستراتيجية المنتقاة لتحقيق الهدف، فلا ينحصر فعل الفاعل في استعمال استراتيجية واحدة ثابتة دوماً، كما قد لا يحبّد أن يتحقق بالاستراتيجية المألوفة والمباشرة، وهنا يصبح التفكير الذهني القائم على تحليل السياق لانتقاء أنسب الاستراتيجيات عملاً ضرورياً"¹⁶.

وتنطلق الاستراتيجية في أساسها من وجود خلاف، لذلك فهي تتوخى الاعتماد على خطى ومعطيات مضبوطة لدفعه، وبالتالي قبول الطرح المقدم والاعتناع به، إذا ما استرجعنا المعطيات الثلاثة التي استنبطناها مع مفهوم الإقناع تتجلى أكثر قيمة "الاستراتيجية" كفن ومهارة في التعامل مع هذه المعطيات.

ب- الإقناع في سورة طه:

سورة "طه" من السور المكية التي خاطب بها الله سبحانه وتعالى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) وأمته، ببيان مهمته وما هو مطلوب منه من أجل تبليغه، ونستطيع تقسيمها من حيث بناؤها العام إلى خمسة أقسام أساسية:

القسم الأول (من الآية الأولى إلى 8): وفيها خطاب مباشر إلى الرسول الكريم ليبين له الله تعالى أن ما أنزل عليه لا ليشقى، بل للدعوة إلى عبادة الواحد الأحد الذي خلق الأرض والسموات العلى وما بينهما، فالأمر كله له لا شريك له، فهو صاحب الخلق، والعالم بظواهر القلوب وباطنها.

القسم الثاني (من الآية 9 إلى 98): وفيها عرض تفصيلي لقصة موسى (عليه السلام) من أجل الإيمان بالله تعالى.

القسم الثالث (من الآية 99 إلى 114): وفيها عودة لعرض عظمة الخالق الواحد الأحد.

القسم الرابع (من الآية 115 إلى 124): وفيه عرض لقصة سيدنا آدم (عليه السلام).

القسم الخامس (من 125 إلى النهاية): وفيه عودة لمخاطبة الرسول الكريم من أجل أخذ العبرة مما ذكر، وبالتالي الصبر على ما يقوله عنه الكافرون الذين لا يقتنعون بآيات الله، ولا بوجوده.

ونشير إلى الارتباط الوثيق بين هذه الأقسام باعتبار أن كل ما ورد فيها متعلق بتثبيت عقيدة التوحيد، ورغم تنوع استراتيجيات الإقناع المنتهجة فيها فإنها ظلت مؤسسة على هذه الغاية، نستطيع أن نوضح ذلك من خلال ما يلي:

*الاستراتيجية الدينامية النفسية:

تعتمد على الجانب النفسي لإحداث الفعل الإقناعي، لذا تثير الجوانب الانفعالية لدى المتلقي، وبالتالي التأثير على المقومات الإدراكية لديه، ويعمد الواضعون لهذه الاستراتيجية إلى تحديد 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 وتفضيلاته وأولوياته، أي أنها البوابة الرئيسية لفهم أعمق لعملية الإقناع والتأثير¹⁷، وفي سورة "طه" توظيف كثير ومتنوع للمفاهيم النفسية من أجل استثارة قوى الانفعال والإدراك لدى المتلقي، وفي مواضع عديدة.

ولكن قبل ذكر البعض منها نشير إلى أن هذه السورة هي في مجملها خطاب للنفس البشرية ودعوة صريحة لها من أجل أخذ الأمور بعزيمة وإرادة وثبتت من غير تردد وتبدل، ولذلك أثار الله سبحانه وتعالى في غير مرة حاجات النفس الإنسانية ودوافعها واتجاهاتها وتوقعاتها من أجل حملها على التدبر في عظمة الخالق، ندرك ذلك أكثر من خلال ما يلي:

-قال تعالى: ﴿وَأِنْ تَجَهَّرَ بِالْقَوْلِ فَإِنَّهُ يَعْلَمُ السِّرَّ وَأَخْفَى﴾¹⁸، وفيها تأكيد

للنفس الإنسانية أن الله سبحانه وتعالى يعلم السر وما هو أخفى من السر.

-قال تعالى: ﴿أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ. فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ

أَوْ يَخْشَىٰ﴾¹⁹، وفيها تتجلى هذه الاستراتيجية بربط الإثارة بشكل معين من السلوك، فلإحداث التأثير المنوط به ههنا لابد من مخاطبة بالقول اللين.

وبين الله سبحانه وتعالى كيف أن النفس الإنسانية ما إن تحصل على ما يشبع حاجاتها إلا وتأخذ بذلك، من غير تحكيم لقوى الإدراك، ومن ذلك ما ذكره

عزَّ وجلَّ في قوم موسى الذين أخلفوا وعد الله، قال تعالى: ﴿قَالُوا مَا أَخْلَفْنَا مَوْعِدَكَ بِمَلِكِنَا وَلَكِنَّا حُمِلْنَا أَوْزَارًا مِنْ زِينَةِ الْقَوْمِ فَقَدَفْنَاهَا فَكَذَلِكَ أَلْقَى السَّامِرِيُّ﴾²⁰، فالمقصود -كما يذكر الزمخشري- أنه "ما أخلفنا موعدك بأن ملكنا أمرنا، أي لو ملكنا أمرنا وخلينا وراءنا لما أخلفناه، ولكننا غلبنا من جهة السامري وكيده"²¹.

فالإنسان قد ينسى ما إن يحصل على ما يهـررغباته، ولكنّه جلّ شأنه لا يضلّ ولا ينسى قال جلّ جلاله: ﴿قَالَ عَلِمَهَا عِنْدَ رَبِّي فِي كِتَابٍ لَا يَضِلُّ رَبِّي وَلَا يَنْسَى﴾²².

وكل من نتائج الطبيعة البيولوجية للبشر التي تحتاج لما تطوع أكثر باستثارة القوى العقلية لدى الإنسان المبنية على الحجج البيئية، فتجعله يتأمل المعرفة التي كانت لديه والمعرفة الجديدة، فيقتنع من غير خوف أو تردد بالطرح الجديد لأنّه يدحض الفكرة المتوارثة، وهذا ما نلاحظه مع سحرة فرعون، قال تعالى: ﴿قَالُوا لَنْ نُؤْتِكَ عَلَىٰ مَا جَاءَنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالَّذِي فَطَرْنَا فَاقْضِ مَا أَنْتَ قَاضٍ إِنَّمَا تَقْضِي هَذِهِ الْحَيَاةَ. إِنَّا آمَنَّا بِرَبِّنَا لِيَغْفِرَ لَنَا خَطَايَانَا وَمَا أَكْرَهْتَنَا عَلَيْهِنَّ مِنَ السِّحْرِ وَاللَّهِ خَيْرٌ وَأَبْقَى﴾²³.

وفي ظلّ هذه الاستراتيجية دائما وظّف الله سبحانه وتعالى أسلوب الوعد والوعيد، إذ أعطى في آيات كثيرة من هذه السورة مقارنة بين سلوكين متضادين، سلوك المؤمن وجزاؤه الجنة وسلوك الكافر وجزاؤه جهنم، منها قوله تعالى: ﴿إِنَّهُ مَنْ يَأْتِ رَبَّهُ مُجْرِمًا فَإِنَّ لَهُ جَهَنَّمَ لَا يَمُوتُ فِيهَا وَلَا يَحْيَىٰ. وَمَنْ يَأْتِهِ مُؤْمِنًا قَدْ عَمِلَ الصَّالِحَاتِ فَأُولَٰئِكَ لَهُمُ الدَّرَجَاتُ الْعُلَىٰ﴾²⁴، وقال جلّ شأنه أيضا: ﴿فَمَنْ اتَّبَعَ هُدَايَ فَلَا يَضِلُّ وَلَا يَشْقَى. وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَى﴾²⁵.

***الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:**

تقوم على أساس أي سلوك أو معتقد هو مظهر من مظاهر المعرفة الثقافية والاجتماعية التي ينشأ عليها الفرد، ومنه لا بدّ من التركيز في الفعل الإقناعي على هذه المعرفة باستثارتها من أجل تعديلها أو تطويرها أو تجديدها، وهذه المعرفة يكتسبها الإنسان من خلال تفاعله مع محيطه الاجتماعي ككل تنبّي فيه خلفية تجعله لا يقوم بأي سلوك إلا وفق ما تقتضيه هذه الخلفية.

فالعوامل الاجتماعية والثقافية تشكّل خطوطاً توجيهية للسلوك البشري، ولهذا السبب فإنّ مثل هذه العوامل الخارجية يمكن أن تبيّن أساساً للإقناع مع افتراض أنّه يمكن للفرد تحديدها والتحكّم فيها²⁶.

فالمقنع ضمن هذه الاستراتيجية يتوجّه مباشرة إلى هذه الثقافة من أجل تشكيلها، وبالتالي حمل الفرد على ممارسة السلوك المرغوب فيه، ولبيان قيمة ذلك يستشهد "ملفين ديلفور" وزميله بقانون "بوشيدو" الذي غرس في نفوس العسكريين اليابانيين في الحرب العالمية الثانية، حيث يقضي بأنّ الاستسلام أو الأسر أمر فوق الطاقة، وأنّه عار وخزي لا يمكن تحمّله، لذا كان قادة الطائرات الانتحارية المشبعين بهذه الثقافة يحلقون وهم متلهفون للطيران، وليس لديهم من الوقود إلا ما يكفي للوصول إلى أهدافهم فقط، ولا يترددون في الانقضاض على السفن الأمريكية والارتطام بها لتفجيرها²⁷.

فللحسّ الثقافي والانتماء الاجتماعي دور كبير في توجيه سلوك الفرد وإقناعه به، باعتبار أنّ لكل بنية اجتماعية قيماً وأعرافاً وخصوصيات معرفية تشكّل في جوهرها معايير وضوابط يرتكز عليها المقنع في بناء رسالته الإقناعية، وهذا ما "يؤكد أهمية احتواء الرسالة على الرموز التي تتفق مع هذه القواعد والمعايير والضوابط، وبالتالي التوقعات بالثواب أو العقاب الذي يتمثّل في القبول الاجتماعي من المجتمع"²⁸.

وقد أخذت سورة طه بهذه الاستراتيجية في الإقناع، حيث لاحظنا أن الله سبحانه وتعالى قد أتى بمعجزات متنوّعة لإحداث التأثير المقصود، وهو إثبات عقيدة التوحيد لأمة الرسول "صلى الله عليه وسلّم"، وتتعلّق بالآيات التي وقعت لموسى (عليه السلام) وقومه، ولآدم (عليه السلام) أيضا.

قد نمثل لذلك أولا بعضا موسى "عليه السلام" التي كان يتوكأ عليها ويهشّ بها عن غنمه، وله فيها مصالح ومنافع أخرى، ولكن كلّ هذه الحاجات تعتبر من بين الضوابط والقواعد لمجتمع موسى (عليه السلام) التي لا يمكن تجاوزها، لكنّ الله سبحانه وتعالى أحدث له بها معجزة عظيمة، إذ أعطاها مآرب أخرى، قال جلّ جلاله: ﴿قَالَ هِيَ عَصَايَ أَتَوَكَّأُ عَلَيْهَا وَأَهُشُّ بِهَا عَلَى غَنَمِي وَلِيَ فِيهَا مَآرِبُ أُخْرَى. قَالَ أَلْقَاهَا يَا مُوسَى. فَأَلْقَاهَا فَإِذَا هِيَ حَيَّةٌ تَسْعَى. قَالَ لَا تَخَفْ سَنُعِيدُهَا سِيرَتَهَا الْأُولَى﴾²⁹، ففي هذه الآيات معجزة خرق للعادة باهر دل على أنّه لا يقدر على مثل هذا إلا الله عزّ وجلّ، وأنّه لا يأتي به إلا نبي مرسل³⁰.

وفي الحقيقة هذا الخرق تقتضيه الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية باعتبار أنّ مجتمع موسى (عليه السلام) كان يؤمن وينهر بالسحر لذلك أراد الله سبحانه وتعالى أن يبطله بما هو أعظم من ذلك، ليدلّ أن كلّ شيء هو من الخالق الواحد الأحد، فموسى (عليه السلام) وأخوه هارون أتتهما بالسحر، وهو ما كان شائعا في بيئتهما الثقافية الاجتماعية، لذلك قبلوا تحدّيهما بأن يأتيوا بمثله، لكن سينتصر الأعلى، قال تعالى: ﴿قَالُوا إِنَّ هَذَانِ لَسَاحِرَانِ يُرِيدَانِ أَنْ يُخْرِجَاكُم مِّنْ أَرْضِكُمْ بِسِحْرِهِمَا وَيَذْهَبَا بِطَرِيقَتِكُمُ الْمُثْلَى. فَأَجْمِعُوا كَيْدَكُمْ ثُمَّ آيْتُوا صَفًّا وَقَدْ أَفْلَحَ الْيَوْمَ مَنِ اسْتَعْلَى﴾³¹.

ومن هذه الاستراتيجية كان نجاح التحدي، إذ بعدما أن لاحظ السحرة أنّ الذي فعله موسى (عليه السلام) ليس من قبيل السحر، بل من قبيل البيّنة على أنّه لا يقدر على هذا إلا الذي يقول للشيء "كن فيكون" فعند ذلك وقعوا

سَجَدَا لِلَّهِ تَعَالَى، ف"قَالُوا أَمَّا بِرَبِّ هَارُونَ وَمُوسَى"، ولهذا قال ابن عباس وعبيد بن عمير كانوا أول النهار سحرة، وفي آخر النهار شهداء بررة³².

وهذه الاستراتيجية تحضر ثانيا مع السامري الذي استطاع إغواء قوم موسى (عليه السلام) بعبادة العجل، إذ بعدما أن أنجاهم الله تعالوا من كيد فرعون بمعجزة إلهيه وهي شق البحر مَرَّوًا بقوم يعبدون أصناما على صور بقر طلبوا من موسى (عليه السلام) أن يجعل لهم إلهاً مجسداً حتى يعبدونه، قال تعالى: ﴿وَجَاوَزْنَا بِبَنِي إِسْرَائِيلَ الْبَحْرَ فَأَتَوْا عَلَى قَوْمٍ يَعْكُفُونَ عَلَى أَصْنَامٍ لَهُمْ قَالُوا يَا مُوسَى اجْعَلْ لَنَا إِلَهًا كَمَا لَهُمْ آلِهَةٌ قَالَ إِنَّكُمْ قَوْمٌ تَجْهَلُونَ﴾³³، وهو أمر تقتضيه البيئة الثقافية آنذاك، فمن هذا الأساس نجح السامري، لذلك افتتنوا به وعبدوا العجل، قال تعالى: ﴿فَأَخْرَجَ لَهُمْ عِجْلًا جَسَداً لَهُ خُوَازٍ فَقَالُوا هَذَا إِلَهُكُمْ وَإِلَهُ مُوسَى فَنَسِي﴾³⁴.

وتوظيف مستدعيات هذه الاستراتيجية كان أيضا في قصة آدم (عليه السلام) حيث كان في جنة الخلد، فأغواه إبليس بخلد ومُلك أكثر، فافتنع بعرضه وحلّ به ما حلّ به، قال تعالى: ﴿فَوَسَّوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبُلَى. فَأَكَلَا مِنْهَا فَبَدَتَ لَهُمَا سَوَاتِمُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْهِمَا مِنْ وَرَقِ الْجَنَّةِ وَعَصَى آدَمُ رَبَّهُ فَغَوَى﴾³⁵، فالإقناع كان ههنا من جهة أن آدم عليه السلام "قد رغبه الله تعالى في دوام الراحة وانتظام المعيشة بقوله "فلا يخرجنكما" ورغبة إبليس في دوام الراحة بقوله "هل أدلك" فجاءه إبليس من الجهة التي رغبه الله فيها"³⁶، ومن هذه الجهة اقتنع آدم عليه السلام بمقوله إبليس.

وكلّ هذه البيّنات جاءت عبرة للأمة المحمدية من أجل حملها على الاقتناع بالعقيدة الإسلامية وطاعة الله عزّ وجلّ.

*استراتيجية إنشاء المعاني:

تقوم هذه الاستراتيجية على المفاهيم والمعارف التي يُطبع عليها الإنسان، من خلالها يتصرّف اتجاه العالم الخارجي، وهذه المفاهيم قد تتوسّع وتتغيّر من الخطاب اللغوي الذي قد يمارسه المتكلّم على المتلقي؛ إذ يستطيع تثبيت أو استبدال أو حتى إنشاء معاني جديدة، وهي التي تسهم في انبثاق السلوك المرغوب من قبل المُقنع.

فهذه الاستراتيجية تتوجّه للبنية المعرفية لدى الفرد من أجل تغييرها بإنشاء تصوّرات جديدة للسلوكات المرغوب فيها، ولتحقيق ذلك لابدّ من:

-الدقّة في اختيار هذه المعرفة التي يمكن معالجتها.

-تقديم معلومات كافية حولها.

-أن تكون متماشية مع الغرض المطلوب من حيث الشمولية والمناسبة

والفعالية.

فأساس هذه الاستراتيجية ينهض على تثبيت معاني جديدة، لذا لابدّ من توفير ما يسهم في تأطيرها بما يمكن أن يضمن الإثارة المطلوبة على المتلقي.

وقد أُستخدمت هذه الاستراتيجية في سورة طه، ندرك ذلك من خلال المقصد العام لها، والقصص الواردة فيها، فإذا استرجعنا الأقسام الخمسة التي بُنيت عليها ندرك الطبيعة التراتبية التي بني عليها تشكيل السورة ككل، إذ بدأت بالإشارة إلى عظمة الخلق من لدن الخالق القادر على كلّ شيء، لتتوالى بعد ذلك مجموعة من القصص التي تثبت ذلك، وانتهاءً بالقرآن الحكيم الذي جاء ليؤكّد ذلك أيضاً، والغاية الأساسية هنا هي تكوين معاني جديدة، وهي حمل الناس على تجاوز المعتقد الشائع لديهم ودفعهم إلى عبادة الله.

بالإضافة إلى ذلك لاحظنا في السورة أيضاً أنّ الله سبحانه وتعالى بعدما أن عرض قصة موسى (عليه السلام) وما كان مع أمّته، وما جرى مع آدم (عليه

السلام)، بثَّ مع الأمة المحمدية قيِّما جديدة تشكَّل في أساسها سلوكات حميدة، وهذا ما نراه في القسم الأخير من السورة منها:

-قوله تعالى: ﴿وَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ قَبْلَ طُلُوعِ الشَّمْسِ وَقَبْلَ غُرُوبِهَا﴾³⁷، وفيها إنشاء لمعنى جديد، وهو الدعوة إلى التسبيح على ظاهره، أو الصلاة على معناه، صلاة الفجر وصلاة العصر³⁸.

-قوله جلَّ جلاله: ﴿وَمِنْ آنَاءِ اللَّيْلِ فَسَبِّحْ وَأَطْرَافَ النَّهَارِ لَعَلَّكَ تَرْضَى﴾³⁹، حيث أراد الله سبحانه وتعالى أن يوضِّح ويدقق في الصلاة التي يكون فيها الإنسان أكثر تقوى وخشوعا، إذ «تعهد» آناء الليل و"أطراف النهار" مختصا لها بصلاتك، وذلك أن أفضل الذكر ما كان بالليل لاجتماع القلب وهدوِّ الرجل والخلو بالرب"⁴⁰.

-قوله تبارك وتعالى: ﴿وَلَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ زَهْرَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا لِنَفْتِنَهُمْ فِيهِ وَرِزْقُ رَبِّكَ خَيْرٌ وَأَبْقَىٰ﴾⁴¹، ففي ذلك إنشاء لمعنى جديد، وهو النهي عن مدِّ البصر إلى ما متَّع به الكفرة، والمراد ههنا أمة الرسول (صلى الله عليه وسلم)، حيث نهاهم الله تعالى عن الانشغال بالمال والبنين والمنازل والمراكب والملابس والمطاعم، فكلَّ ذلك كالزهرة التي لا بقاء لها ولا دوام، وإتِّها عما قليل تفضى وتزول⁴²، لذا لا بدَّ من العمل للدار الباقية غير الزائلة، الدار الآخرة.

-قوله تعالى: ﴿وَأْمُرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ وَاصْطَبِرْ عَلَيْهَا﴾⁴³، ففي تأكيد على معنى مشار إليه من قبل، يتعلَّق بالصلاة، والاصطبار على مداومتها ومشاقها، وعدم الانشغال عليها.

خاتمة:

لعلّ أهم شيء قد نلاحظه من خلال عرضنا لبعض النماذج حول استراتيجيات الإقناع في سورة طه هو أنّها ظلّت في تواردها تخدم الغاية الأساسية التي تشكّلت من أجلها السورة، وهي تقديم تصوّر الدقيق الذي تقتضيه عقيدة التوحيد، وكل ذلك من أجل تنبيهها في أمة محمد (صلى الله عليه وسلّم)، فالتبليغ في هذه السورة تجاوز الإخبار والإعلام إلى الإقناع والامتثال للمقتضيات العقيدة الإسلامية.

وقد تبين لنا من خلال الأحداث الواردة في السورة أنّ قلة العزم وعدم أخذ الأمر بكلّ حزم قد يؤدي بالفرد إلى التهاون، وحتى النسيان في بعض الأحيان، ما يوضّح ذلك استعمال الفعل "نسي" ست مرات في السورة لتؤكد ذلك، منها قوله تعالى: ﴿قَالَ كَذَلِكَ أَتَتْكَ آيَاتُنَا فَنَسِيَتْهَا كَذَلِكَ الْيَوْمِ تَنْسَى﴾⁴⁴، لذلك كان البعد العام للسورة هو جعل الإنسان المسلم أكثر عزم وهمّة من أجل عبادة الرحمن، ولذلك ظلّ توظيف هذه الاستراتيجيات يتعالق مع هذا البعد.

هوامش البحث:

- 1- الفيروزآبادي، مادة (قنع)، والمجمل في اللغة، ابن فارس، مادة (قنع).
- 2- ابن منظور، مادة (قنع).
- 3- الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، د. عامر مصباح، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص16.
- 4- السابق، ص17.
- 5- الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، إبراهيم أبو يعقوب، ص210.
- 6- نظرية الأنواع الأدبية، "لابي سي فينسات L'abbé Ci vinceat"، ترجمة حسن عون، مصر منشأة المعارف، ط2/1990، ص384.
- 7- من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، د. معتصم بابكر مصطفى، قطر، كتاب الأمة دورية تصدر عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، العدد 95، السنة 23، 1424، ص53.
- 8- نظرية الأنواع الأدبية، "لابي سي فينسات L'abbé Ci vinceat"، ترجمة حسن عون، ص375.
- 9- قراءة النص وجماليات التلقي، محمود عباس عبد الواحد، مصدر دار الفكر العربي، ط1/1996، ص122.
- 10- من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، د. معتصم بابكر مصطفى، ص25.
- 11- البيان الحجاجي في إعجاز القرآن الكريم، عبد الحلیم بن عيسى، دمشق مجلة التراث العربي، اتحاد الكتاب العرب، العدد 102، 2006، ص41.
- 12- الأعراف (158).
- 13- في بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري، ص25.

- 14- من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، د.معتصم بابكر مصطفى، ص35.
- 15- الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة بنيته وأساليبه، د.سامية الدريدي، ص87.
- 16- استراتيجيات الخطاب -مقاربة لغوية تداولية- عبد الهادي بن ظافر الشهرري، ليبيا دار الكتب الوطنية، ط/1، 2004م، ص53.
- 17- الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، د.عامر مصباح، ص51.
- 18- طه (7).
- 19- طه (43-44).
- 20- طه (87).
- 21- الكشّاف، 550/2.
- 22- طه (52).
- 23- طه (72-73).
- 24- طه (74-75).
- 25- طه (123-124).
- 26- من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، معتصم بابكر مصطفى، ص40.
- 27- الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، د.عامر مصباح، ص53.
- 28- من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، معتصم بابكر مصطفى، ص84-85.
- 29- طه (18-21).
- 30- تفسير ابن كثير، 196/3.

- 31- طه (63-64).
32- تفسير ابن كثير، 214/3.
33- الأعراف (138).
34- طه (88).
35- طه (120-121).
36- البحر المحيط في التفسير، أبو حيان، 391/7.
37- طه (130).
38- الكشف، الزمخشري، 559/2، وتفسير ابن كثير، 229/3.
39- طه (130).
40- الكشف، الزمخشري، 559/2، والبحر المحيط في التفسير، أبو حيان، 398/7.
41- طه (131).
42- البحر المحيط في التفسير، أبو حيان، 399/7.
43- طه (132).
44- طه (126).