

## أساليب الإقناع اللساني في الحديث النبوي

د، عباس اقبالي<sup>1</sup>

جامعة كاشان - إيران

aeghbaly@kashanu.ac.ir

الطالب: شهرام أميري جامعة كاشان - إيران

shahram\_amiri97@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2019/03/11 تاريخ القبول: 2019/05/27 تاريخ النشر: 2019/01/20

## الملخص:

لا يخامرنا شك أنّ الإقناع" من أهمّ أهداف العملية اللسانية و هو النقطة النهائية في مطاف السلوك اللساني غالباً؛ فدراسة عملية تواصل المتكلم أو المرسل مع المتلقّي لأجل تحفيز مشاعر المتلقّي وإقناعه، جديرة بالعناية؛ و في مجال تطبيقه لما كان النبيّ الأعظم (صلى الله عليه وآله وسلم) أفصح العرب وأسوة في التواصل اللغوي فاهتمّت الدراسة هذه بكشف أسلوبه في الإقناع، لذلك وعبر المنهج الوصفي. التحليلي يناقش فيها أساليب الإقناع اللساني في الأحاديث المروية عنه.

و قد وصلت الدراسة هذه إلى أن النبيّ (عليه أفضل الصلوات و التحيات) توأما مع خلقه العظيم و تفاعله الايجابي و الصادق مع الآخرين و من خلال الحفاظ على قواعد تطور اللغة ، قد استخدم مجموعة متنوعة من المبادئ اللسانية والبلاغية والعقلانية لتسليط الضوء على كلماته وإقناع المتلقي أولاً و الجمهور ثانياً.

كما أنّ وفرة العقلانية والاجتجاج، واستخدام أنواع الأسس المنطقية والعقلانية والمنسجمة في الأحاديث ، يشير إلى أن رسول الإسلام المحبوب (صلى الله عليه وآله وسلم) علاوة على اهتمامه بإقناع المتلقي كان ينظر إلى تركيز العقلانية و يستهدف النمو للرأي العام ونشوء ثقافة المجتمع على العقلانية. الكلمات المفتاحية: الإقناع ، الأحاديث النبوية ، الاساليب البلاغية ، التفرع، التكرار.

## summary

We do not doubt that persuasion is one of the most important goals of the language and is the final point in the vocabulary of linguistic conduct. The study of the interaction between the speaker and the sender with the recipient in order to motivate and convince the recipient's feelings is worthy of care; All of the Arabs and the like in the linguistic communication, this

<sup>1</sup> المؤلف المرسل: د، عباس اقبالي، الأيميل aeghbaly@kashanu.ac.ir

study aims to reveal his style in persuasion, so through the analytical descriptive method discusses the methods of linguistic persuasion in the conversations narrated from him.

The study concluded that the Prophet (the best prayers and greetings), in harmony with his great creation and his positive and sincere interaction with others and by maintaining the rules of language development, used a variety of linguistic, rhetorical and rational principles to highlight his words and convince the recipient First, the public is second.

The abundance of rationality and argumentation, and the use of logical, rational and consistent rationales in Ahadith, indicate that the beloved Messenger of Islam (peace and blessings of God be upon him) as well as his interest in convincing the recipient was seen as the focus of rationality, .

Keywords: Persuasion, Prophetic Hadiths, rhetorical methods, dissociation, repetition.

#### - مقدمة:

اللغة هي نظام تعاقدي منتظم للأصوات أو الإشارات اللفظية أو المكتوبة التي يستخدمها الأفراد المنتمون إلى مجموعة اجتماعية أو ثقافية معينة في تواصلهم مع الآخرين، وقد درسها اللسانيون بطريقتين أساسيتين: أولاً شكل اللغة، الذي يعرفه الغربيون لفحص الهيكل اللغوي. وثانياً: الجانب التواصل اللغوي، والذي في رأي اللغويين، ذو علاقة عميقة بالخطاب والتحليل وهو موضوع دراستنا في هذا المقال. لا يخامرنا شك أنّ الخطاب ذو مجال واسع في اللسانيات الحديثة، وهو الشرط الأساسي للغة المقنعة. والذي يستخدمه المتكلم في خطابه للمتلقّي، وله مكانة استراتيجية لجذب الجمهور وإقناعه، ولما كانت أحاديث النبي الكريم (صلوات الله وسلامه عليه)، تهدف اقناع المتلقي والجمهور وأنّ صاحبها هو أفصح العرب، هناك أسئلة تجدر الاهتمام بها وتطلب الجواب عنها. منها:

1. كيف كان يشارك النبي (صلى الله عليه وآله وسلم)، الذي هو في قمة البلاغة، الجانب العملي للغة

في التأثير على الجمهور وإقناعه؟

2. أيّ من تقنيات اللغة المقنعة أكثر وضوحاً في أحاديث النبي (صلى الله عليه وآله وسلم)؟

- الخلفية وأسئلة البحث: وقد تمّت معرفة الإقناع وجوانب تطبيقه في مجال الدراسات اللسانية. مثل مقالة «أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي» لمحمد السبعواوي، مقالة «الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية» لعبد الله صولة، مقالة «أساليب الحجاج في البلاغة العربية» لمحمد الواسطي وكتاب «البلاغة وتحليل الخطاب» لحسين خالفي.

في هذه الدراسات، بشكل عام، نوقشت مواضيع عامة مثل البلاغة والإقناع ودلالات الكلام، كما يتم دراسة تطبيق الكلمة من حيث علم اجتماع اللغة والتطبيق المعرفي والإدراك اللغوي المعرفي. وفيما يتعلق

بالأبحاث التي أجريت في الأحاديث النبوية ، يمكن أن نشير إلى "الجوانب الاعلامية في خطب الرسول(ص) من سعيد بن علي ثابت "الحجاج في الخطبة النبوية" لعبد الكريم الغامدي هذا وفي الدراسات باللغة الفارسية قد تمت بحوث نحو: مقالة « شيوه های تبليغ پیامبر » (أساليب تبليغ النبي (عليه الصلاة والسلام) لحميد نگارش والتي نشرت في مجلة حبل متين بعام 1391. و مقالة : «كارکرد اقناع در قرآن (عملية الإقناع في القرآن) لإبراهيم فتح الله التي نشرت في مجلة القرآن والحديث بعام 1394. فقد أتى فيها بأن الأسس المستفاد في الآيات مقنعة بحد ذاتها؛ لأن القرآن نزل بلغة مفهومة للناس، و معلوم أنّ استخدام الكلمات والعبارات تؤثر على التمتع الأدبي و إقناع المتلقي- و مقالة: «بررسی منظور شناسانه برهان های زبانی احاديث پیامبر (ص)» (الدراسة التفسيرية للاحتجاج اللساني في أحاديث النبي) لروح الله صيادي نجاد المنشورة في مجلة حديث پژوهی عام 1396، و قد ناقش الكاتب البراهين اللساني في الخطابات النبوية.

على الرغم من كل هذه الدراسات القيمة ، فإن البحث لم يجر حتى الآن في البحث التحليلي -الوصفي من منظور اللسانيات عن مقارباته وتطبيقاته العملية في أحاديث النبي (صلى الله عليه و آله و سلم)؛ لذلك وبسبب أهمية الموضوع ، يحاول هذا البحث من خلال المنهج الوصفي -التحليلي ، أن يدرس تقنيات الإقناع المختلفة في الأحاديث النبوية و يجب الأسئلة المذكورة آنفا.

-الأسس النظرية للبحث: الإقناع على وزن "إفعال" من قنع - يقنع و بمعنى رضي(1). و هذا المصطلح في اللغة الغربية ، و قواميس الإنجليزية والفرنسية ، يتضمن معنى "التشجيع والاستفزاز والإقناع"(2) ومصطلح convaincre ، بمعنى "مقنع ومقنع" ، يقترّب من كلمة الإقناع(3).

و يرى افلاطون أنّ في الإقناع يستخدم الخطيب في إقناعه السفسطات و الأدلّة العاطفية حيث يكون تأثيره على حال المستمع و مشاعره و ليس على عقله(4). و في التعبير عن تعريف واضح و شامل للإقناع ، يطرح أرسطو قوة العقل ، التي هي الطريقة الوحيدة للوصول إلى الحقيقة؛ فالإقناع لديه ناتج في جميع الاحوال عن القضاة أنفسهم، في تآثرهم بطريقة معينة و يكون قادرا على التفكير المنطقي(5). و قد قيل: الإقناع يعني حمل [المتكلم أو المرسل] النفوس على اعتقاده و فعله(6). أو هو نشاط من طبيعة مغايرة و هي التأثير في الآخر و الدفع به إلى تبني موقف ما أو التخلي عن سلوك(7) أو صرف ذهن المتلقّي أو الجمهور إلى تقبل ما يقال و السكون إليه و إرضاء عقله بالحجة و البرهان(8). فالإقناع عملية فكرية يسعى صاحبها خطيبا كان أو مرسلا أن يؤثّر على المخاطب و المتلقّي. و يعتمد نجاح الإقناع على: 1. القدرة على نقل المبادئ والعلوم والأفكار بإتقان. 2. معرفة أحوال المخاطبين وقيمهم وترتيبها. 3. الجاذبية الشخصية بأركانها الثلاثة: حسن الخلق، أناقة المظهر، الثقافة الواسعة. 4. التفاعل الإيجابي الصادق مع الطرف الآخر. 5. التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال امتلاك مهارات الاتصال وإجادة فنون الحوار مع الالتزام

بآدابه (9). مع اختيار الاسلوب المناسب واستخدام آليات الإقناع كالتكرار والمحسنات ابيانية و البديعية و البرهان و ....

و في معالجة الآليات المقنعة في أحاديث النبي (صلى الله عليه و آله و سلم)، (موضوع دراستنا هذه) يتم تحليل عناصر التطبيق المعرفي الذي يرتب أركان الخطاب بشكل عام ، تشمل عملية الإقناع بأنواعها الثلاثة من الاستراتيجيات و الأساليب اللسانية و البلاغية و المنطقية التي يعتبر فيها التعبير عن درجة الافتراق و الاشتراك في هذه الاستراتيجيات لخلق دافع مقنع في الجمهور أمراً طبيعياً.

- التقنيات اللسانية: (Linguistic techniques): لما كان الإقناع في عملية الخطاب من أهم عناصر التواصل بين المرسل و المتلقي. فإن الاستراتيجيات و الأساليب اللسانية المستخدمة لها و في الأحاديث النبوية تشمل فئة واسعة و في مجموعة متنوعة من الأشكال الفنيّة منها: التكرار، المحسنات البيانية كالتشبيه و الكناية و الاستعارة ، التفرع، و القياس المنطقي.

-التكرار (repetition): هو التردد و الترداد ووظائف خطابية عدة عبر عنها بالإفهام و الافصاح و الكشف و توليد الكلام و تقرير المعنى و إثباته (10). و في خلق عمل فني أونشر جانبه الجمالي و الفني ، و في إبراز الأفكار و التعبير عما يختلج في ذهن المرسل يلعب دورا هاما؛ فالتكرار، المتبلور في تكرار الاصوات و الكلمة و الجملة من أهم الاستخدامات اللسانية في الإقناع اللغوي. يحتوي أسلوب التكرار على وظائف مختلفة لغوية وخطابية و موسيقية ، مثل تفسير معنى الكلمة و الإبداع و خصوبة المعنى ، و إبراز الموضوع ، و التأكيد على الكلمة و إثباتها في عملية الخطاب (11). و بعض العلماء مثل أبي هلال العسكري يعتبر التكرار بمثابة عملية اتصال مقنعة تؤدي إلى تركيز الكلمة في ذهن المتلقي (12).

ولذلك ، فإن تقنية التكرار ، ضمن استخدامها، لا تؤدي إلى ظهور كلمة واحدة فحسب ولا تسبب الإرهاق في المتلقي ، بل باعتبار أنها واحدة من الآليات الأساسية في إنتاج الكلمة ، تشكل بنية لغة جديدة في الكلام ، و يضمن انسجام النص و توالده و تناميته (13).

التكرار في الحديث النبوي ذو وفرة عالية و يعمل في نقل و إثبات المعنى في ذهن المتلقي. من الأمثلة البارزة للتكرار في حديث النبي، (صلوات الله و سلامه عليه) أنه قال: «إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَّا نَوَى ، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا، أَوْ امْرَأَةً يَتَزَوَّجُهَا، فَهِيَ لِدُنْيَا يَتَزَوَّجُهَا» (14).

ناهيك أنّ النية من المواضيع التي نوقشت في مختلف العلوم الإسلامية و لها مكانة في سعادة الانسان و في تقييم أفعاله ، ولذلك نرى أنّ في القرآن الكريم و الأحاديث المروية عن الرسول الاعظم (صلى الله عليه و آله و سلم)، و بالتالي في نصوص العلماء قد تم الحديث عن النية مرارا وكرارا.

نظرة على هذا الحديث ( إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ ) تقودنا إلى الحكم بأن النبي (صلى الله عليه و آله و سلم) يؤكد على النية كمبدء الدين لترسيخه في ذهن المتلقي وإقناعه عبر تكرار الكلمة. كما أنّ تكرار مصطلح

«الهجرة»: في أربع مرات متتالية ، هو دافع أساسي لإقناع المتلقي و الجمهور لأهمية الهجرة في حياة كل إنسان ، ولكنها مشروطة بوجود نية صادقة.

لا يفوتنا أنّ تكرار كلمة «الهجرة» في الحديث المذكور أعلاه وتكرار عبارة « فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله » ثلاث مرات متتالية. يعني تحقيق المكاسب العظيمة مشروط بالخروج من أرض الكفر إلى الأراضي الإسلامية.

والجملة الثالثة ، « ومن كانت هجرته لدنيا يصيبها أو امرأة يتزوجها فهجرته إلى ما هاجر إليه»، تؤكد أيضاً أن الدافع للزواج أو اكتساب الثروة أثناء الهجرة يعود فقط إلى الهجرة إلى الشخص الذي جاء إليه. نتيجة لذلك ، فإن تكرار الكلمة والحكم في هذا الحديث النبوي كوسيلة للاتصال المقنع ليس عودة ظهور الكلمة أو الجملة فقط بل يعبر عن نية الانسان ومكانها في السعادة والأخلاق وتقييم أفعال الإنسان. وكما جاء في الحديث: « مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ» (15). إنّ النبي (صلى الله عليه وآله و سلم) يعبر عن كلمته ببيان شرطي ، وحافزه هو تكرار الشرط الذي يؤكد على المشروط ، مما يعني ضمناً أن سعادة المؤمن في إيمانه بالله سبحانه ، وباليوم الآخرة. والتعبير عن الخير يشير إلى أنّ احترام النزلاء والجيران هو أحد خصائص المؤمن.

وبشكل عام، كان النبي(ص) يسعى إلى إقناع المتلقي و الجمهور ، مؤكداً على أسلوب التكرار بطريقة تفسيرية ، لكي يشرح و يركز صفات المؤمن في ذهن الجمهور ، بحيث لا يمكن محو إيمانه بحضور الخصائص المذكورة. كما استخدم هذا الأسلوب في الأحاديث الأخرى للتعبير عن صفات المؤمنين. حيث يقول: «و الله لا يؤمن و الله لا يؤمن و الله لا يؤمن و الله لا يؤمن .... الذي لا يأمن جاره بوائقه» (16). النبي(صلى الله عليه و آله و سلم) يكرر عبارة « والله لا يؤمن» ثلاث مرّات لكي يصحح بأنّ المعيار في تقييم المؤمنين الحقيقيين ، هو تكريم الجار و عدم تضييقه. وكما استخدم نفس هذا الأسلوب في الحديث التالي: «يسرّوا ولا تعسروا، بسرّوا ولا تنفروا و تطوعا .... كل مسكر حرام» (17).

تجدر الإشارة إلى أن تكرار المعاني ، مثل التكرار بالكلمات ، على الرغم من أنه يؤدي إلى التركيز المعنوي فإنها مهمة مقنعة تماماً في إقناع المتلقي و الجمهور. إن رسول الإسلام (صلوات الله و سلامه عليه) يؤكد على لين الجانب والوعظ ، واختيار طريقة سهلة للتفاعل مع الآخرين في الشؤون اليومية؛ فإنّه مع تكرار معنى الجملتين («لا تعسروا» و «لا تنفروا») ، يحاول أن يوضحها ويركّزها في قلب المقنّع . لأن تكرار المعنى ، كما قيل ، علاوة على أثره الإقناعي يفيد التأكيد.

-استخدام التقنيات البلاغية: والبلاغة (rhetoric) ، التي تستخدم في اللسانيات الغربية كتطبيق لغوي أو إيقاعي من أجل تحفيز المستمع (18)، هي وسيلة لوصف وغرس المعاني في ذهن المتلقي و الجمهور. فإن

تفسير طبيعتها المقنعة ، في الحقيقة ، له تاريخ طويل ، والعلاقة بين الخطابة والبلاغة في وجهات نظر العلماء ونظريات أرسطو ، وسيسيرون كانت في الواقع نقطة البداية لبدء قاعدة عامة للخطابة(19).  
إن أرسطو وعلماء القرن الأول الميلادي قدكتبا عن العلاقة بين الخطابة والبلاغة في مجال "الخطاب البلاغي" أو في "مقال آخر"(20)؛ فتأثير أرسطو وهيمنته في بلاغة حصلت إثر ربطه بالخطابة و أدت إلى الصناعة الأدبية و إلى دراسة تقنية الخطابة بيد أرسطو ، فقد كان يعتقد أنّ الإقناع هو أهم اهداف الخطابة(21).

الأساليب البلاغية قد يتم عزلها عن سياقها البلاغي لتؤدي وظيفة لا جمالية - إنشائية بل هي تؤدّي وظيفة اقناعية استدلالية و من هنا يتبين أنّ معظم الاساليب البلاغية تتوفرها على خاصية التحوّل لإدعاء أغراض تواصلية و لإنجاز مقاصد حجاجية و لإفادة أبعاد تداولية(22). وتشمل أبرز المحسنات البلاغية في الأحاديث النبوية الأمثلة الواردة أدناه كالتشبيه و الكناية والاستعارة و المحسنات البيديعية .  
- استخدام محسن التشبيه: التشبيه باعتبارها واحدا من التطبيقات الجمالية والأشكال البلاغية، بالإضافة إلى ابعادها الجمالية ، تلعب دورا رئيسا في التأثير وفي تحفيز عواطف المتلقّي ومشاعره ، و يفيد التركيز على الكلمة ودينامية عقل المتلقّي. من خلال هذا التطبيق ، فإن النبي (صلى الله عليه و آله وسلم)، مع تسليط الضوء على فهم كلماته من حيث الجوانب الجمالية في التعبير ، يتعامل مع التعبير عن مشاعره وأفكاره الداخلية؛ و يستخدم أشياء ملموسة وغير موضوعية لبعضها البعض كأداة لبيانه، فيأتي بكلمة مزدوجة ، ويقود المتلقّي إلى مرحلة قبول حقيقة كلامه. فمن نماذج الأحاديث التي استخدم فيها النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) تقنية التشبيه المقنع هي: الناس سواء كأسنان المشط(23). فالنبي (صلى الله عليه و آله وسلم) ، في هذا الحديث ، قد جعل مبدأ المساواة بين الناس كعنصر هام في المجتمع الإسلامي، عبر طريقة ملموسة وجميلة وفنية.

ومن خلال هذا البيان المبدئي يؤكّد علي المساواة و يكرزها في ذهن المتلقي. ويريد أن يقنع أن الناس في المجتمع الإسلامي كلّهم على سواء و ليس لأحد ميزة على الآخرين إلا بالتقوى المشار إليها في سائر الأحاديث. وفي حديث آخر عن الكلام في دور الموسيقى في انبات النفاق يشبهه بالماء ويقول:«الغناء يُنبِت النفاق في القلب كما يُنبِتُ الماء الشجر»(24)؛ فالنبي (صلى الله عليه و آله وسلم) ، في هذا الحديث يصحّح بأن الموسيقى تشبه الماء، أي كما أن الماء ينبت الشجر فإنّ الموسيقى ينبت النفاق في القلب ، فهو واحد من الأشياء التي تفسد القلب والروح؛ فيستخدم صنعة التشبيه من أجل تحقيق استقرار الخطاب في ذهن اللمتلقّي .

و في حديث آخر يقول:«ترى المومنين في تراحمهم و توادهم وتعاطفهم كمثل الجسد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر جسده بالسهر والحمى»(25). الملحوظ في هذا الحديث أنّ النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) يشبّه مجتمع المسلمين بجسد واحد. إنّه يشبّه النعمة واللفظ بين المؤمنين بأعضاء الجسم ، ويبين أنه كما

يتوجع عضو من الجسد فيتعاطف معه سائر الأعضاء بالصحوة والحي ، فكذلك المؤمنون والمسلمون أيضاً أصدقاء يحزنون بحزن أحدهم و يتوجعون بمصابة الآخرين فيتراحمون البعض بعضا ويدعمون بعضهم البعض ، وهذا الإحساس بالتعاطف والتعاطف يحكمه المجتمع الإسلامي.

-استخدام محسن الكناية (Antonomasia) : الكناية لفظ أريد به لازم معناه مع جواز إرادة معناه الحقيقي (26). ولها قيم معرفي و ذو صنعة فنيّة و هذه القيمة المعرفية وبنيتها الفنية هي فقط في الاتصال المنطقي الذي يربط بين المعنيين ، والقارئ سيخفي ويخفي معنى المعنى وسره؛ فهو شريك في الإبداع الفني للتمتع الأدبي. لذلك قد اعتبر البلاغيون الكناية إبلغ صراحة و في هذا المجال يقول الجرجاني: « ليس المعنى إذا قلنا أنك لما كنيت عن المعنى زدت في ذاته بل المعنى أنك زدت في إثباته فجعلته أبلغ و أكد و أشد » (27) كمثال بارز لهذه الصنعة الخطابية في حديث النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) حيث قال :  
« ما مِنْ مَوْلُودٍ إِلَّا يُولَدُ عَلَى الْفِطْرَةِ، فَأَبَوَاهُ يُهَوِّدَانِهِ أَوْ يُنصِّرَانِهِ أَوْ يُمَجِّسَانِهِ، كَمَا تُنْتَجُ الْبُهَيْمَةُ بِهَيْمَةٍ جَمْعَاءَ، هَلْ تُجَسُّونَ فِيهَا مِنْ جَدْعَاءَ» (28).

فإن عبارة «يولد علي الفطرة» هي كناية عن طبيعة نقية واعتقاد سليم ، وهي فكرة التوحيد الخالص. إن استخدام هذه الرواية هو في الواقع اسلوبية تحريرية لإقناع المتلقي وإقناع الناس بالتشديد على التربية الوطنية الجيدة القائمة على الفكر التوحيدي الإسلامي. ويشير إلى أن الطفل يكون كصفحة بيضاء ، و الأباء هم الذين يكتبون ويشكلون على صفحة أفكاره ما يفكرون فيه وهو أيضا لتعزيز التأكيد يلمح لمبدأ العمل بطريقة الكناية أو بأخرى التي لها تأثير في التأكيد على المعنى و كذلك يأتي بسلسلة من البراهين المنطقية لتدعيم الكناية و استحكامها فيقول «أبواه يهودانه، أبواه بنصرانه، أبواه يمجسانه» .  
و في حديث آخر يقول: « سَبْعَةٌ يُظِلُّهُمُ اللَّهُ فِي ظِلِّهِ يَوْمَ لَا ظِلَّ إِلَّا ظِلُّهُ الْإِمَامُ الْعَادِلُ، وَشَابٌّ نَشَأَ فِي عِبَادَةِ رَبِّهِ، وَرَجُلٌ قَلْبُهُ مُعَلَّقٌ فِي الْمَسَاجِدِ، وَرَجُلَانِ تَحَابَّبَا فِي اللَّهِ اجْتَمَعَا عَلَيْهِ وَتَفَرَّقَا عَلَيْهِ، وَرَجُلٌ دَعَتْهُ امْرَأَةٌ ذَاتُ مَنْصِبٍ وَجَمَالٍ فَقَالَ إِيَّيْ أَخَافُ اللَّهَ. وَرَجُلٌ تَصَدَّقَ بِصَدَقَةٍ فَأَخْفَاهَا حَتَّى لَا تَعْلَمَ شِمَالَهُ مَا تُنْفِقُ بِمِئْتِهِ، وَرَجُلٌ ذَكَرَ اللَّهَ خَالِيًا فَفَاضَتْ عَيْنَاهُ» (29).

تجدد القول أن النبي (صلى الله عليه و آله و سلم) يشير إلى شدة المتواصل من المؤمنين في رغبتهم في العبادة ، بما يرضي العبادة والقيمة الروحية لصلاة الجماعة ، و يستخدم صنعة الكناية و يقول: « و رَجُلٌ قَلْبُهُ مُعَلَّقٌ فِي الْمَسَاجِدِ » و في وصف رجل رعى العقّة و تجنّب الذنب يكتي بـ « و رَجُلٌ دَعَتْهُ امْرَأَةٌ » و يريد أن يكشف القيم المعنوية و يشير إلى بهاء المؤمنين الذين يتوجهون إلى المساجد محلّ العبادة و وحدة المسلمين. والتعبير التداولي لهذه الكنابات هو أنه على الرغم من أنه يهدف لإقناع المتلقي و الجمهور، يتدكر أنه لا يوجد أي شخص في ظل الأمة الإلهية إلا أن تعتبر واحدة من هذه الجماعات. و الأتيان بعبارتين كنائييتين

« وَرَجُلٌ قَلْبُهُ مُعَلَّقٌ فِي الْمَسَاجِدِ » وفي وصف رجل رعى العقبة و تجنّب الذنب يكتّى بـ « وَرَجُلٌ دَعَتْهُ امْرَأَةٌ » يزيد في الإقناع .

-استخدام محسن الاستعارة (Metaphor): قد اعتبر جاحظ ، كأول شخص يستخدم المجاز كفن بلاغي ، وكذلك النقاد القدامى للغرب ، اعتبروا الاستعارة واحدة من أعمدة الكلام (30). و من وجهة نظر عبد القاهر جرجاني وبرلمان: الاستعارة هي نوع من الإخلال في استخدام الكلمة و الانحراف عن معناها الأصلي إلى معنى آخر ، وهو ما يعتبره المتحدث في الخطاب وعملية الاتصال هذه التقنية أكثر الأساليب الحجاجية تأثيراً.

كما يعتقدون أن الاستعارة هي عملية افتراضية في مرحلة تتجاوز التشابه أو التشبيه ، لأنها في الاستعارة تأدية إلى القضاء على أحد طرفي التشبيه، وتؤثر بطريقة على عملية الإقناع والتأثير (31). وأيضاً في تعريف الحجة الإستعارية، يُشار إلى أن: الاستعارة الحجاجية تهدف إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي لدى المتلقّي (32). و عند اللسانيين: الاستعارة هي وسيلة تواصلية و تفسرها على مستويين بلاغيين : مستوى التواصل و التفاعل البشري و المستوى الأدبي و الفني (33).

فالاستعارة هي في الواقع عملية معرفية للتفكير وفهم المفاهيم المجردة و لها استخدامات ووظائف مختلفة في اللغة التلقائية و اللغة الأدبية، وهي من أبرز مؤشرات اساليب النثر في البلاغة. و يعتقد علماء علم الدلالة أن البشر يتطرق من كل تجربة إلى خلق المفاهيم ، وأن للبنىوية اللغوية أشكالاً مختلفة تتسق الظروف المختلفة و أنها تؤدي إلى وضع مفاهيم مختلفة و في هذا النهج ، الاستعارة هي واحدة من المفاهيم التي تعتبر سمة متكاملة للغة البشرية (34).

ولدى النقاد البلاغيين: الإستعارة صناعة خطابية لها أكثر فعالية وأكثر إقناعاً ، هذا الاعتقاد قد تأثر بشكل خاص من معتقدات أرسطو والكوثينتاليين ، التي رأوا الاستعارة و المجاز شاهدا لعبقرية الفنان و اعتبروها أفضل زخرفة الشعر (35).

مثال نموذجي للاستعارة في الحديث النبوي هو ما يلي:

« إتقي الله و أصبري، فقالت إليك عني فإنك لم تصب بمصيبتي... فقال: إنما الصبر عند الصدمة الأولى» (36).

يتحدث النبي الكريم (صلى الله عليه و آله و سلم) عن الجانب الروحي للصبر ، لأن الحياة البشرية تتحقق بالصبر ، وبدون أدنى شك ، تختلط حياة الشخص مع الصعود والهبوط والانتصارات والفضائل المرّة والحلوة ، وإذا استسلم إلى الجانب الحياة المظلم و الأحداث المريرة ، لا يسعد و لن تنهياً له الفخورة والهناء. وبشكل عام، قدر روي أنّ النبي (صلى الله عليه و آله و سلم) في كلام أراد أن يسلي امرأة تبكي على مصيبة شديدة فرضت عليها، نصحها وطلب منها الصبر، ولكن المرأة بسبب عدم معرفتها النبي (صلى الله عليه و آله و سلم) رفضت توجيهاته و وصيته فاستخدم النبي (صلى الله عليه و آله و سلم) الاستعارة لكي يقنعها فقال:



« إنما الصبر عند الصدمة الأولى » فتذكّر أنّ المصيبة بمثابة صدمة صغيرة و عدم الصبر تلعب دوراً مهماً في تفخيم المصيبة. كما يقول في حديث آخر: «...رأس الأمر الإسلام وعمودُه الصلّاة و ذرؤُه سنّامُه الجهادُ في سبيلِ الله...» (37).

في هذا الحديث ، يتم التعبير في ثلاثة لفظ إستعاري. أولها: مصطلح "قمة الرأس" الذي هو مجاز «لعظمة الشأن و المقام». يؤكّد النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) على عظمة شأن الإسلام و أنّه أعلى كلّ شيء و الانسان سيستظلّ في ظل قيمته العالية تجاه الكفار و المشركين و المنافقين. ثانياً ، مصطلح «العمود» ، الذي هو أساس كل شيء قامت عليه. كما في ضمن التعبير عن كرامة الإسلام و شأنه، يتكلم عن الصلاة و قيمتها العليا و يعرضها كأساس للإسلام. ثالثاً ، مصطلح «ذرؤة سنّامه» بمعنى القمة و النقطة الاعلى لكلّ شيء.

وبما أن كلمة «سنّام» تعني غارب الإبل ، و مصطلح « ذرؤة » يشير إلى سنّام الإبل، فإنّ النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) ، مع الإعراب عن القيمة العالية للجهاد في طريق الله ضد الأعداء ، يعتبره و يعرفه ذرؤة الإسلام. و يجب التأكيد على أنه في هذا البيان يشتبه دين الإسلام جمالاً متحرّكاً يصل به الجهاد الدعائي إلى ذروته ، لأنّ دائرة دين الإسلام تشمل الجهاد في سبيل الله.

-استخدام محسّن البديع: البديع تقنية يُتّبع بها المرسل أو المتكلم للتأثير في النفس مستخدماً فيها المحسّنات الأدبية التي تتحقّق فيها جمالية النص و بما أن هذه الأدوات الأدبية تتحقّق عبر كسر معايير اللغة المشتركة، تثير دهشة القارئ، و توجب الالتذاذ الفنّي. و أنّ استخدام الفنون البديعية ، من قبل المتكلم علاوة على إعطائه الكلام الزينة و الجمال ، لها مكانة عالية في الحجاج و تقاعد المتلقي و لها القدرة العالية في التأثير على المتلقي.

و احياناً إذا لم ينتج عن الخطاب استماتة المخاطب، فإن المحسّن البديعي يتمّ إدراكه باعتبار زخرفة أئّ محسن الأسلوب و يعود ذلك إلى تقصير المتكلم إلى تقصيره من أداء دور الأقناع (38)؛ و من نماذج استخدام هذه التقنيات الأصلية في الأحاديث النبوية: « أنّ الله حرّم عليكم عقوق الأمّهات و منعا و هات، و وأد البنات، وكره لكم قيل و قال، و كثرة السؤال و إضاعة المال» (39). في هذا الحديث ، بين المصطلحين (منعا و هات) هناك صنعة طباق ، فإن لفظه « منعا» بمعنى الحظر و «هات» تعني الأتيان بالحجاج و معلوم أنّ هذا البيان تتمتع بقيمة خطابية وجمالية و بجانب المحسن البديعي المتواجدة في « عقول الأمّهات و وأد البنات» و « قيل و قال و إضاعة المال» ، يتضاعف التأثير الصوتي و الدلالي لمتلقي و بشكل عام ، يحذر النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) المتلقي و الجمهور من شر التفاعل مع الأمّهات ، مما يؤدّي إلى غضب الله سبحانه و تعالى.

كما يقول في حديث آخر:

« مَثَلُ الْقَائِمِ عَلَى حُدُودِ اللَّهِ وَالْوَاقِعِ فِيهَا؛ كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوا عَلَى سَفِينَةٍ، فَأَصَابَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا، وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا، فَكَانَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا اسْتَقَوْا مِنَ الْمَاءِ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ، فَقَالُوا: لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِي نَصِيبِنَا خَرْقًا وَلَمْ نُؤَدِّ مَنْ فَوْقَنَا، فَإِن يَتْرَكُوهُمْ وَمَا ارَادُوا هَلَكُوا جَمِيعًا، وَإِن أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ نَجَوْا وَنَجَّوَا جَمِيعًا». (40)

من خلال النظر في الحديث أعلاه ، نجد أن صناعة التضاد تستخدم بين الكلمات (القائم والواقع) و (أعلاها وأسفلها) ، (هلكوا ونجوا). فإن النبي (ص) ، من خلال جمع المفردات المتعاكسة والمتضادة يريد أن يشجع ويقنع المتلقي و الجمهور لإقامة الحدود الإلهية. بالإضافة إلى استخدام هذه الصناعة ، فإنه يستخدم أوجه التشبيه للتأثير الأكثر على المتلقي .

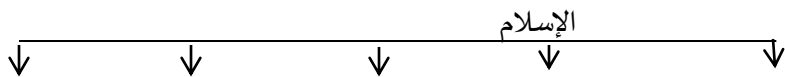
بشكل عام ، نرى الأحاديث المذكورة أعلاه أن البلاغة والأشكال التعبيرية التي لها تأثير كبير على الجمهور تتماشى مع الحجج المقنعة والمنطقية ، وذلك لأن عملية الإقناع منوطة بالعلاقة المتبادلة بين التأثير والتأثر.

- استخدام صناعة التفرع:

التفرع أو التقسيم الكلّ إلى أجزائه و هو أن يذكر المرسل حجة كليًا في أول الأمر ثم يعود إلى تفنيدها و تعداد أجزائها إن كانت ذات أجزاء و ذلك ليحافظ على قتها الحجاجية فكل جزء منها بمثابة دليل على دعواه (41). من المثال البارز للتفرع في الحديث النبوي أنه قال:

« بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةَ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامَ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ، وَصَوْمِ رَمَضَانَ، وَحَجِّ الْبَيْتِ مِنْ اسْتِطَاعَ إِلَيْهِ». (42)

النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) يصف «أساس الإسلام» ، بتقسيمه إلى مكونات مختلفة و يسعى إلى التأكيد على وجود العلاقة بين هذه المكونات لتركيبتها في ذهن المتلقي فيتحدث عن القيم الروحية لكل مقوم. الرسم البياني التالي يبين بوضوح هذا:



شهادة أن لا إله إلا الله      إقام الصلاة      إيتاء الزكاة      صوم رمضان      حج البيت

إن النبي (صلى الله عليه و آله وسلم) قد استخدم هذه الصناعة في مكان آخر للتعبير عن قيمة الذب و دعامة الرعايا في النظام الاجتماعي. حيث يقول: «كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته»، فالأمير الذي على الناس فهو راع عليهم و هو مسؤول عنهم ، والرجل راع على أهل بيته و هو مسؤول عنهم والمرأة راعية على بيتها وولدها و هي مسؤولة عنهم ، والعبد راع على مال سيده و هو مسؤول عنه ألا فكلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته» (43).

## أساليب الإقناع اللساني في الحديث النبوي

تشير مراجعة بعض أقوال النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) إلى أنه يعتبر الحكومة «رعاية» و «رقابة» بمعنى «الحراسة»، «الحفاظ» و «الحماية» و «قبول المسؤولية» (44). والتي هي في المصطلح عمل متدبر و مدروس بدقة لأجل ضمان حقوق الأمة و تأمين شؤونات أهلها.

فإنه تكريماً لهذه الحقوق و لكي يؤدّي إلى ازدهارها وتطورها. يأتي بالكلمة العامة في شكل عبارة «كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته»، ثم يفرعها بالأجزاء المختلفة في شكل الجمل: «الامير راع – الرجل راع – المرأة راعية – العبد راع» حتى تتداعى في أذهاننا هذه النقطة أننا جميعاً و دون استثناء مسؤولون في المجتمع و علينا أن نشعر و نهتمّ بهذه المسؤولية؛

لذا فإن الأمير ، الذي هو حارس الشعب و حاميه، هو المسؤول عنهم ، و الرجل الذي هو حارس بيته وأسرتة ، والمرأة التي هي حافظ أمر زوجته وأولاده ، وكذلك العبد الذي هو حارس ممتلكات مالكة. كلهم مسؤولون عن رعيته . و تجدر الإشارة إلى أن عدم التفريع و عدم الإشارة إلى أحد الموضوعات الأربعة يضعّف الوجه الإقناعي لكلام النبي (ص) «كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته» .

كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته



- الأساليب الحجاجية: ما هو مطلوب في هذه المقولة هو العلاقة بين الإقناع والخطاب البرهاني أو الحجاجي. الحجة و البرهان هي مهارة تؤدي إلى نتيجة محددة من خلال الجمع بين بعض المقدمات المسبقة (45). وفي مصطلح المنطقيين ، قياس يتكون من مقدمات مسبقة يقينية، والتي في ذاتها تؤدي بالضرورة إلى نتيجة يقينية (46). وكما بيّنا في العلاقة بين الإقناع والحجة ، إن أساس موضوع البرهان في كتب المنطق أصلها نشأتها ترجع إلى أرسطو. فإن أرسطو كان يعتقد أن جميع الخطابات القائمة على الحجاج و البرهان تعمل عملية الإقناع. و واحد من الأساليب الحجاجية التي تأسسها المقدمات المسبقة والنتائج هو القياس. ففي تعريف القياس يقول ابن سينا: "القياس" القياس قول مؤلف من أقوال إذا وضعت لزم عنها لذاتها لا بالعرض قول الآخر غيؤها اضطرارا (47). و النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) قد استفاد من هذا النوع من الحجاج لأقناع المتلقي و يستخدم أنواع القياس يعني القياس المنطقي الكامل، و قياس الخلف، و قياس الضمير سيتم وصفه بشكل منفصل في الأحاديث النبوية.

- استخدام القياس المنطقي الكامل (Syllogism) : القياس المنطقي بنية أساسية في كلّ خطاب حجاجي (48). و هو الأكثر جوهرية و أساسية لأنواع الحجج والخطابات الحجاجية. و ما ينبغي النظر فيه في هذه المقولة هو العلاقة العميقة بين المقدمات المسبقة و النتيجة . في هذا النوع يتمّ القياس فقط إذا تم

ذكر المقدمتين السابقتين وتم الحصول على العلاقة العامة بينهما (49). من نماذج القياس المنطقي الكامل في الحديث النبوي هو ما يلي:

« إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى ، فَمَنْ كَانَتْ هَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ، وَمَنْ كَانَتْ هَجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا ، أَوْ امْرَأَةٍ يَتَرَوَّجُهَا ، فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ » (50).

تجدر الإشارة إلى أن القياس الحجاجي تتمّ بسبب وجود علاقة منطوية بين الكلمات الثلاث المعنونة بـ « المقدمة الكبرى » (magor permise)، « المقدمة الصغرى » (minor premise)، « النتيجة » (conclusion)، حيث أن المقدمة الصغرى تؤخذ من المقدمة الكبرى و النتيجة تستنتج كلياً منهما.

وبشكل عام ، دور القياس المنطوي في هذا الخطاب الاقناعي هو نقل اليقين إلى المتلقي و ذلك عبر تسري المقدمة الكبرى إلى ما هو غير معروف له (النتيجة). الرسول الكريم (صلى الله عليه و آله و سلم) في هذا الحديث قد خلق صلة منطوية بين المقدمتين يعني « إنما الأعمال بالنيات » و « لكل امرئ ما نوى »، ففي هذا الحديث. علاوة على التركيز على القيم الروحية للنية ومكانتها في السعادة والأخلاق والأفعال البشرية ، فإن دافع النبي (ص) هو توجيه دور المتلقي للحصول على النتيجة النهائية. يوضح الرسم البياني أدناه وجود رابط عميق بين المقدمات المستخدمة في الحديث والنتيجة.

المقدمه الكبرى (الأعمال بالنيات)

المقدمه الصغرى (لكل امرئ ما نوى)

النتيجة (يجازي المرء على أعماله حسب نيته)

-استخدام القياس المضمّر (Enthymeme): في مناقشة الخطاب الاقناعي، الطريقة الجيدة هي أن جميع الخطوات و المقدمات المفيدة لتحقيق النتيجة يجب التعبير عنها في الكلام والكتابة. ولكن في بعض الأحيان ، يقوم المتحدث، بدافع الايجاز أو التغطية ، بحذف أحد المقدمات المسبقة لإيصال المتلقي إلى الهدف مع مزيد من البحث في تحقيق الهدف. يقول ابن سينا في تعريف القياس المضمّر: "معيّار قياس المضمّر هو قياس محذوف المقدمة و هي عادة المقدمة الكبرى (51).

وهذا يعني أن بعض المقدمات أو النتائج المترتبة عليها ، أو كليهما ، قد حذفت ولم يذكر في الكلمة ، وهذا مسموح به فقط إذا كانت المقدمة أو النتيجة غير معروفة للمرسل إليه (52) ، والتي لا ينبغي ذكرها في هذا الصدد. ومن نماذج هذا القياس الذي حذفت فيها المقدمة و النتيجة ، حديث روى عن النبي أنّه قال « الحياء من الإيمان » إن مما أدرك الناس من كلام النبوة أنّه إذا لم تستح فافعل ما شئت» (53).

ناهيك أن في هذا القياس المضمّر قد بنيت المقدمة على أساس الاحتمالات (54). و لا يمكن التعرف على المقدمة الكبرى إلا عن طريق الاستدلال ، و حذفها على الرغم من أنها تعطي الكلمة مظهرًا جميلًا وتضيف إلى تركيز الكلمة و تخلق نوعًا من التاكيد على الكلام، فإنّها يدفع المتلقي إلى الاستدلال التدبّر وفهم الكلمة بأكملها . يمكن تقديم شكل هذا القياس على النحو التالي:

المقدمة الكبرى [المذكورة] (الحياء من الإيمان)

المقدمة الصغرى [المخفية] (الحياء يمنع المعاصي)

النتيجة [المخفية] المؤمن لا يرتكب المعاصي

مثال آخر للقياس المضمر الذي تخفي فيه المقدمة الصغرى هو : «أوصيكم بتقوى الله، والسمع والطاعة...».(55)

فإن النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) بيانا لفضيلة التقوى وحث الإنسان على رعايته قد أتى بالمقدمة الكبرى في صياغة الأمر وحذف المقدمة الصغرى ليدفع ويحض المتلقي إلى التدبر في هذا القياس ويقرره في ذهن المتلقي ، المقدمة الكبرى [المذكورة] (أوصيكم بتقوى الله)

المقدمة الصغرى [المخفية] (إتباع السنة من تقوى الله)

النتيجة [المذكورة] (عليكم بإتباع السنة)

جدير بالتأكيد على أنه (صلى الله عليه وآله وسلم) في هذا الحديث، بغية إثبات أن المتقين هم الذين في صفوف أتباع السنة قد اكتفى ببيان المقدمة الكبرى . وهذا بحد ذاته يشهد على حقيقة أن المتلقي عارف بالمقدمة الصغرى للقياس والعقل يستطيع أن يستنتج من الكلام مراد المتكلم والمرسل.

- استخدام القياس الخُلفي (Sorites) : القياس الخُلفي الذي يتبين فيه المطلوب من جهة تكذيب نقيضه ؛ فيكون هو بالحقيقة مركبا من قياس إقتراني وقياس انشائي(56). في طريقة الإثبات ، لكي نثبت أننا على صواب ، نثبت أن عكس النظرية ، أي نقيضها غير صحيح.

قد روى أن رجلا [تبييض الوجه] جاء إلى النبي صلى الله عليه وآله وسلم وقال: يا رسول الله ، صرت ذا ولد أسود. في الواقع ، هذا الرجل احتج على زوجته لماذا ولدت صبياً أسود البشرة مع أن أبويهما أبيضان؟! - قال النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) ردا عليه:

« هَلْ لَكَ مِنْ إِبِلٍ؟ قَالَ: نَعَمْ. قَالَ: مَا أَلْوَأَتْهَا؟ قَالَ: حُمْرٌ. قَالَ: هَلْ فِيهَا مِنْ أَوْرَقٍ؟ قَالَ: إِنَّ فِيهَا لَوْزُقًا. قَالَ: فَأَتَى أَتَاهَا ذَلِكَ؟ قَالَ: عَسَى أَنْ يَكُونَ نَزَعُهُ عِرْقٌ؟ قَالَ(ص): وَهَذَا عَسَى أَنْ يَكُونَ نَزَعُهُ عِرْقٌ»(57).

وبالنظر إلى الحديث المذكور أعلاه ، نجد أن النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) قد استخدم القياس الخُلفي في إقناع رجل يعتقد أن هذا الطفل كان طفلاً غير شرعي، فيأتي بمثال منطقي ويدحض معتقده أن الطفل الأسود للوالدين الذين كانا أبيض الجلد مستحيل حتى يتذكر له أن الأدوات الوراثية فعالة بالتأكيد. لذلك ، عندما لا يكون الطفل مشابهاً لوالديه ، لا يمكن الحكم بأن الطفل غير شرعي.

- النتيجة:

1 . قد استخدم النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) مجموعة متنوعة من الأساليب الإقناعية لإقناع المتلقي والجمهور ؛ وأسلوب التكرار في الكلمات النبوية للنبي (صلى الله عليه وآله وسلم) أكثر تعبيراً من غيرها في

عملية المقنع ؛ لأن عملية التكرار بالإضافة إلى إقناع المتلقّي و الجمهور ، تضيف الكلمة موسيقيا تجذب انتباه المتلقّي و الجمهور و تؤثر في ذهن المخاطب.

2 . في مجال استخدام الاساليب البيانية و المحسنات البديعية قد استفاد النبي (ص) كثيرا من التشبيه التمثيلي ، الذي له تأثير أكبر على المتلقّي و يقرب المعنى من عقول الجمهور ، وله المزيد من النفوذ والإقناع ، و استخدم أيضا الاستعارات وأنواع النماذج البديعية.

3. إنّ وفرة العقلانية والاجتجاج، واستخدام أنواع الأسس المنطقية والعقلانية والمنسجمة في الأحاديث ، يشير إلى أن رسول الإسلام المحبوب ( صلى الله عليه و آله و سلّم) علاوة على اهتمامه بإقناع المتلقي كان ينظر إلى تركيز العقلانية و يستهدف النمو للرأي العام ونشوء ثقافة المجتمع على العقلانية.

### الهوامش:

1. ابن منظور، 1999، 8 ، 299.
2. قبيعة، 1999، مادة persuader.
3. إدريس ، 1999 ، 303-304.
4. بالينجر ، 2010 ، 92.
5. العمري، 2002، 25.
6. القرطاني، 1981 ، 20.
7. بنگراد ، 2009، 177 - 178.
8. الدرويش، 2007 ، 1 .
9. صحيفة البيان، 2011 ، 01.
10. آلعيد ، 2005 ، 231.
11. المرجع نفسه ، 231.
12. العسكري ، 1952 ، 156-157.
13. العزاوي ، 2006 ، 48.
14. البخاري، 1979، ج 1، 8.
15. نفس المصدر ، ج3، 121.
16. نفس المصدر ، ج2، 211.
17. نفس المصدر ، 147.
18. نور الدين ، 2010 ، 2.
19. صفوى، 1390 ، 10. بليث، 1999 ، 2.
20. المرجع نفسه ، 1999 ، 2.
21. مودني، 1393 ، 98.
22. الجباشية 2008 ، 50.

23. المجلسي، 22، 348.
24. نفس المصدر، 79، 252.
25. البخاري، ادب، 37. مسند احمد، 4، 270.
26. القزويني، 1991، 273.
27. الجرجاني، 1368، 118.
28. المجلسي، 1404، 3، 279.
29. نفس المصدر، 99، 108.
30. شفيعى كدكنى، 1366، 109.
31. ملكية، 2006، 27.
32. اوكان، 2001، 134.
33. بليغ، 2005، 99.
34. اسداللهى و عبرى، 1396، 12.
35. ديكسون، 2010، 46.
36. البخارى، 1979، ج4، 66.
37. نووى، د.ت، 30.
38. الحباشة، 2008، 11.
39. البخارى، 1979، 2، 45.
40. نفس المصدر، 1979، ج3، 68.
41. الشهري، 2004، 494.
42. المجلسي، 1404، 68، 376. البخارى، 1979، 1، 7.
43. المجلسي، 1404، ج72، 38.
44. ابن منظور، 1999، 14، 325.
45. القراملكي، 1385، 148.
46. الطوسى، 1375، 274.
47. زيوش، د.ت:48.
48. نفس المصدر، د.ت:48.
49. انفس المصدر، 217-218.
50. البخارى، 1979، 1، 8.
51. العبد، 2005، 222.
52. العقيلي، 44-243.
53. البخارى، 1979، 2، 703.
54. العمرى، 1999، 71.
55. التّووى، د.ت، 28.

56. البعاوي، 2001، 223.

57. البخاري، 3، 1092.

### -المراجع:

#### \*القرآن الكريم.

1. ابن منظور، جمال الدين؛ لسان العرب؛ المطبعة الأميرية بيروت،: 1999م.
2. ادريس، سهيل؛ المنهل؛ قاموس فرنسي - فرنسي - عربي، : دار الآداب، بيروت؛ 1999م.
3. اسداللهي، خدابخش و مهدي عبدي، بررسى استعاره مفهومی «زندگی» در اضعار فروغ فرخزاد، فصلنامه مطالعات نظريه و انواع ادبي، 2.
4. أعراب، حبيب؛ الحجاج و الاستدلال الحجاجي، عناصر استقصاء نظري؛ مجلة عالم الفكر، المجلد الثلاثون، العدد 1، 2001م.
5. اوكان، عمر؛ اللغة و الخطاب، المغرب، إفريقيا الشرق، 2001م.
6. البخاري، محمد بن اسماعيل؛ الصحيح؛ استنبول: 1979م.
7. بلنجر، ليونل؛ الآليات الحجاجية للتواصل؛ ترجمه عبد الرفيق بوركي، الطبعة الأولى، الأردن: 2010م.
8. بليث، هنريش؛ البلاغة و الاسلوبية؛ ترجمه و تعلييق محمد العمري، الطبعة الثانية، الدار البيضاء؛ المغرب: 1999م.
9. بليغ، عيد؛ الروسة التداولية للإستعارة، مجلة علامات، 2005م.
10. بنگراد، سعيد؛ الصورة الأشهارية : آليات الإقناع و الدلالة؛ الطبعة الاولى، الدار البيضاء، بيروت: 2009م.
11. الجرجاني، عبد القاهر؛ اسرار البلاغة، ترجمه جليل تجليل، انتشارت دانشگاه، تهران: 1368ش.
12. الحباشيه، صابر؛ التداولية و الحجاج مداخل ونصوص، صفحات للدراسات و النشر: 2008م.
13. الدرويش، محمد طاهر؛ الخطابة في صدر الاسلام، الجزء الاول، القاهرة، دار المعارف، الطبعة الثانية؛ 2007م.
14. ديكسون، بيتر؛ خطابه، ترجمه حسن افشار. نشر مركز. تهران،
15. عدناني عبد القادر؛ عمار زيوش، الفلسفة، المعهد التربوي الوطني
16. السبعواوي، طه؛ أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي، ، دار الكتب العلمية، بيروت: 2001م.
17. شفيعي كدكني، محمد رضا. صور خيال در شعر فارسي. انتشارات آگاه، تهران، 1366-1368.
18. الشهري، عبد الهادي بن ظافر؛ استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية و تداولية ، دار الكتاب



19. صحيفة البيان، 2011م، 01.
20. طوسي، خواجه نصير الدين محمد بن محمد؛ أساس الاقتباس، به تصحيح سيّد عبد الله أنوار، چاپ اول، تهران: نشر مركز؛ 1375 ش.
21. العبد، محمد؛ النص و الخطاب و الاتصال، القاهرة، الطبعة الأولى، مصر: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي؛ 2005م.
22. العسكري، أبو هلال؛ كتاب الصناعتين، تحقيق علي محمد البجاوي و محمد أبي الفضل إبراهيم، دار الإحياء الكتب العلمية؛ 1952م.
23. العقيلي، بهاء الدين عبد الله، شرح ابن عقيل على ألفية الامام أبي عبد الله محمد بن مالك، دار إحياء التراث العربي، بيروت، بي تا.
24. العمري، محمد؛ في بلاغة الخطاب الإقناعي، مدخل نظري و تطبيقي لدراسة الخطاب العربية، الطبعة الثانية، أفريقيا الشرق: الدار البيضاء، 2002م.
25. الغراوي، ابوبكر؛ اللغة و الحجاج، العمدة في الطبع؛ 2006م.
26. قبيعة، زاهي طلعت؛ لوديكسيونير قاموس فرنسي - فرنسي - عربي، - le Dictionnaire francais-Arabe برمجة و تصميم إلكتروني محمد و فيق حيلي؛ دار الراتب الجامعية؛ 1999م.
27. قراملكي، فرامرز؛ منطق 2، چاپ دوم، تهران، دانشگاه پیام نور؛ 1385 ق.
28. القزويني، جلال الدين؛ الإيضاح في علوم البلاغة، شرحه على بو ملحم، دار و مكتبة الهلال؛ بيروت؛ 1991م.
29. المجلسي، محمد باقر؛ بحار الانوار، مؤسسه الرفاء؛ بيروت؛ 1404 ق.
30. ملكيه غبار، احمد اميزل؛ الحجاج في درس الفلسفة، المغرب؛ إفريقيا الشرق؛ 2006م.
31. مودني، علي، در آمدی بر جایگاه اقناع در فن خطابه و مطالعات ادبی. پژوهش نامه نقد ادبی و بلاغت، سال 3، شماره 2، 1393 ش.
32. نورالدين، رايص؛ نظريات التواصل و اللسانيات الحديثة. مطبعة سايس فاس، بيروت، ط1، 2010م.
33. التّوّوي، محي الدّين أبي زكريا؛ متن الرّبّعون التّوّوية في الأحاديث الصحيحة النبوية؛ الجزائر: دار المصحف الشريف 2000م.