

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثالث والسبعون - الجزء الثاني - رجب ١٤٤٦هـ - يناير ٢٠٢٥م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٧٨٣ ■ ممارسة العلاقات العامة في الفضاء الرقمي.. الآليات والتحديات
أ.د/ بوسنان رقية
- ٨١١ ■ تأثير السرد القصصي الرقمي في إعلانات المنظمات غير الهادفة للربح
على مشاركة الجمهور واستجاباتهم المعرفية والعاطفية والسلوكية:
نموذج مؤسسة حياة كريمة أ.م.د/ ياسمين محمد إبراهيم
د/ أحمد إبراهيم عطية
- ٩١٣ ■ التغطية الاستقصائية للانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٤ بعينة من
المواقع المصرية والأمريكية د/ فلورا إكرام متي
- ٩٦٣ ■ الاستمالات الإقناعية في الخطاب النبوي وتأثيرها على المتلقي: دراسة
تحليلية لنماذج من حوارات النبي ﷺ د/ محمود محمد فتحي أحمد
- ١٠٣١ ■ التماس العاملين بالقطاع الطبي للمعلومات من المواقع الإلكترونية
حول الأزمات في مجال الدواء واتجاهاتهم نحوها - دراسة ميدانية
د/ سارة حمزة عبد الله السيبي
- ١١٣٥ ■ إدارة السمعة الرقمية للمؤسسات الرياضية المصرية الرسمية: دراسة
تحليلية للبعثة الأولمبية والبارالمبية المصرية المشاركة في دورة
باريس ٢٠٢٤ د/ صبري خالد عبد الهادي
- ١١٩٧ ■ خطاب الإعلام النسائي عبر YouTube نحو الاستراتيجية الوطنية
 لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠ (دراسة للمحتوى والقائم بالاتصال)
د/ هنادي غريب زينهم

١٢٦٩

■ الاستمالات المستخدمة في صفحات المشاهير عبر فيس بوك وعلاقتها
بمنظومة القيم لدى المراهقين «دراسة تطبيقية»
محمد بهجي محمد محمود الشاعر

١٣١٣

■ فاعلية توظيف الإنفوجراف المتحرك في تصميم الإعلانات الإلكترونية
بالصفحات الرسمية الحكومية وانعكاساته على مستوى وعي الجمهور
بالخدمات المقدمة
أيمن أنور أحمد الزهيري

١٣٥٩

■ Religion as Depicted on Netflix Originals -A Dialogue
Analysis Using an AI Tool
Dr. Reham Salah

| م | القطاع | اسم المجلة | اسم الجهة / الجامعة | ISSN-P | ISSN-O | السنة | نقاط المجلة |
|----|-----------------------|---|---|---------------|---------------|-------|----------------|
| 1 | الدراسات الإعلامية | المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال | جامعة الأهرام الكنتية، كلية الإعلام | 2536- 9393 | 2735- 4008 | 2023 | 7 |
| 2 | الدراسات الإعلامية | المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون | جامعة القاهرة، كلية الإعلام | 2356- 914X | 2682- 4663 | 2023 | 7 |
| 3 | الدراسات الإعلامية | المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال | جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام | 2536- 9237 | 2735- 4326 | 2023 | 7 |
| 4 | الدراسات الإعلامية | المجلة العلمية لبحوث الصحافة | جامعة القاهرة، كلية الإعلام | 2356- 9158 | 2682- 4620 | 2023 | 7 |
| 5 | الدراسات الإعلامية | المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان | جامعة القاهرة، كلية الإعلام | 2356- 9131 | 2682- 4671 | 2023 | 7 |
| 6 | الدراسات الإعلامية | المجلة المصرية لبحوث الإعلام | جامعة القاهرة، كلية الإعلام | 1110- 5836 | 2682- 4647 | 2023 | 7 |
| 7 | الدراسات الإعلامية | المجلة المصرية لبحوث الرأي العام | جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام | 1110- 5844 | 2682- 4655 | 2023 | 7 |
| 8 | الدراسات الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر | 1110- 9297 | 2682- 292X | 2023 | 7 |
| 9 | الدراسات الإعلامية | مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية | المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق | 2357- 0407 | 2735- 4016 | 2023 | 7 |
| 10 | الدراسات الإعلامية | مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال | جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية | 2356- 9891 | 2682- 4639 | 2023 | 7 |
| 11 | الدراسات الإعلامية | مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط | Egyptian Public Relations Association | 2314- 8721 | 2314- 873X | 2023 | 7 |
| 12 | الدراسات الإعلامية | المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري | جامعة بني سويف، كلية الإعلام | 2735- 3796 | 2735- 377X | 2023 | 7 |
| 13 | الدراسات الإعلامية | المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات | جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون | 2812- 4812 | 2812- 4820 | 2023 | 7 |

● الاستمالات الإقناعية في الخطاب النبوي وتأثيرها على المتلقي؛

● دراسة تحليلية لنماذج من حوارات النبي ﷺ

- **Persuasive Techniques in Prophetic Discourse and Their Impact on the Audience: A Critical Analysis of Examples From the Prophet's Conversations, Peace Be Upon Him**

● د/ محمود محمد فتحي أحمد

مدرس العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة الأزهر

Email: drmahmoudfathy48@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أبرز الاستمالات الإقناعية التي استخدمها النبي ﷺ في حواراته، وما مدى تأثير هذه الأساليب على المتلقي، وقد استخدم الباحث المنهج الاستقرائي، إلى جانب المنهج التحليلي الكيفي؛ وذلك من خلال دراسة تحليلية لنماذج من حوارات النبي صلى الله عليه وسلم، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها:

- أن الاستمالات الإقناعية المنطقية في مقدمة استمالات الإقناع التي استخدمها النبي ﷺ، وقد جاء في مقدمة الاستمالات الإقناعية المنطقية التي استخدمها النبي ﷺ التدرج والحجاج، والقياس المنطقي، والتشبيه التبادلي، والتكرار، والتأكيد، وبناء النتائج على المقدمات، والسؤال والجواب (الحوار التفاعلي)، والدعوة إلى التفكير والتأمل، والمقارنة.
 - جاء في مقدمة الاستمالات الإقناعية العاطفية التي استخدمها النبي ﷺ الرفق واللين، والتعاطف والاحترام، وتجنب اللوم، والدعاء للمتلقي، والترهيب، والترغيب.
 - أظهرت الدراسة اختلاف استمالات الإقناع قلة وكثرة حسب طبيعة القضايا التي عالجها النبي ﷺ في حواراته.
 - كما أظهرت الدراسة أن الاستمالات الإقناعية التي استخدمها النبي ﷺ كان لها تأثير واضح وإيجابي على المتلقين؛ مما جعلهم أكثر استجابة للرسالة، وأكثر قبولاً للدعوة.
- الكلمات المفتاحية: استمالات، إقناع، تأثير، حوار نبوي.

Abstract

The study aimed to identify the most prominent persuasive appeals used by the Prophet, peace and blessings be upon him, in his dialogues, and the extent of the impact of these methods on the recipient. The researcher used the inductive approach, in addition to the qualitative analytical approach, through an analytical study of models of the Prophet's dialogues, peace and blessings be upon him. The study reached many results, the most important of which are:

- Logical persuasive appeals are at the forefront of the persuasive appeals used by the Prophet, peace and blessings be upon him. The most prominent logical persuasive appeals used by the Prophet, peace and blessings be upon him, were gradualism and argumentation, logical analogy, reciprocal analogy, repetition, emphasis, building results on-premises, question and answer (interactive dialogue), calling for thinking and contemplation, and comparison.
- The most prominent emotional persuasive appeals used by the Prophet, peace and blessings be upon him, were kindness and gentleness, sympathy and respect, avoiding blame, praying for the recipient, intimidation, and encouragement.
- The study showed that the persuasive appeals varied in number and quantity according to the nature of the issues that the Prophet (PBUH) addressed in his dialogues.
- The study also showed that the persuasive appeals that the Prophet (PBUH) used had a clear and positive impact on the recipients, making them more responsive to the message and more accepting of the call.

Keywords: techniques, persuasion, influence, Prophetic dialogue.

مما لا شك فيه أن الإنسان منذ أن يستيقظ من نومه إلى أن ينام يمارس أنواعاً متعددة من أنواع الاتصال: إما اتصالاً ذاتياً مع نفسه، وإما اتصالاً شخصياً مع غيره، وإما اتصالاً جمعياً مع أبناء مجتمعه؛ لذا يعد الاتصال حجر الأساس في بناء العلاقات الإنسانية، وتبادل الأفكار، وتوجيه الأفراد نحو تحقيق أهداف مشتركة.

ومن المعلوم أن العملية الاتصالية تتكون من: المرسل، والمستقبل، والرسالة، والأثر، وتعد الرسالة هي العنصر الأهم في العملية الاتصالية؛ حيث إنها الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الأفكار، والمعلومات، والمشاعر من المرسل إلى المتلقي، ومن خلالها يتمكن الطرفان من فهم السياق، وتبادل الأفكار؛ مما يقلل من احتمالية حدوث سوء الفهم، كما أن الرسالة الفعّالة تسهم في تقريب وجهات النظر، وتحقيق التواصل الفعّال، وتُشجع المتلقي على التفاعل، وتقديم ردود فعل إيجابية؛ مما يساهم في تطوير الاتصال وتبادلها، ويعزز من فرص الابتكار، والحوار الفعّال؛ فنجاح العملية الاتصالية، وقدرتها على تحقيق أهدافها يعتمد إلى حد كبير على جودة الرسالة، ووضوحها، ومناسبتها للسياق، وملاءمتها لحاجات المتلقي؛ فكلما كانت الرسالة واضحة ودقيقة، كانت القدرة على نقل المعنى المطلوب أكبر.

ونظراً لأهمية الرسالة في العملية الاتصالية يحرص القائمون بالاتصال على أن تكون رسائلهم متضمنة لأنواع متعددة من الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية؛ حيث تعد الاستمالات الإقناعية من أهم الأدوات التي يستخدمها الأفراد للتأثير على الآخرين، وتوجيه أفكارهم وسلوكياتهم؛ فهي تساهم في بناء جسور التواصل الفعّال، وتعزز من قدرة الفرد على التعبير عن أفكاره ونقل رسالته، بوضوح وفعالية؛ كما يمكن للمرء من خلال الإقناع توجيه الآخرين نحو تبني أفكار جديدة، أو تغيير مواقفهم بطريقة إيجابية، كما

أنه يسهم في الوصول إلى حلول سلمية للنزاعات، عن طريق إقناع الأطراف بوجهات نظر جديدة أو حلول توافقية، كما يمكن للإقناع الجيد أن يكون مصدر إلهام، ودافع للتغيير والتطوير الذاتي، حيث يوجه الناس لتبني قيم ومبادئ مفيدة.

وقد طوّر البشر على مر العصور أساليب متنوعة للتواصل والإقناع تتنوع بين المنطقي والعاطفي، وبين الإقناع العقلي والتأثير الوجداني، ويأتي الحوار كأحد أهم هذه الأساليب؛ حيث يمثل تفاعلاً حياً يمكن المتحدث من التأثير في المتلقي بطريقة مباشرة وفعّالة.

ويعد الحوار النبوي نموذجاً فريداً في التواصل والإقناع، حيث أوتي النبي ﷺ جوامع الكلم؛ فكان يتكلم بالكلام القليل الذي يحتمل المعاني الكثيرة بلغة دقيقة ومؤثرة، تتناغم مع القيم الإنسانية والأخلاقية، وتراعي خلفيات المتلقين، واحتياجاتهم الفكرية والنفسية، والمتأمل لأحاديث النبي ﷺ وحواراته سيجد أنه أبدع في استخدام الاستمالات الإقناعية التي تجمع بين بلاغة التعبير، وعمق المعنى، وصدق العاطفة؛ مما جعل حواراته ذات أثر عميق في النفوس.

وقد لاحظ الباحث أن أغلب الدراسات التي تناولت أساليب الإقناع في أحاديث النبي ﷺ قد ركزت على الجانب الشرعي الذي يعتمد على الشرح والنقل من كتب التراث الإسلامي، أو الجانب اللغوي والبلاغي الذي يعتمد على الدلالات اللغوية والبلاغية، وقلّ من هذه الدراسات من ركز على الجانب الإعلامي والاتصالي، ومن هنا وجد الباحث أن هناك حاجة ماسة لدراسة متخصصة في مجال الإعلام والاتصال تكشف عن كيفية توظيف النبي ﷺ للاستمالات الإقناعية لتوصيل رسالته بأقوى الأساليب؛ حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية التي استخدمها النبي ﷺ في حواراته، وتوضيح الأثر الذي خلفته تلك الاستمالات في قلوب مستمعيه، وذلك من خلال دراسة تحليلية لنماذج مختارة من حوارات النبي ﷺ.

الدراسات السابقة:

نظراً لأهمية البحوث والدراسات المتعلقة بمجال البحث، ودورها في توجيه الباحثين إلى العديد من المؤشرات التي تسهم في تحديد أبعاد المشكلة البحثية، والجوانب المختلفة

لها، ومن خلال ما أتيح للباحث الاطلاع عليه من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة تم حصر هذه الدراسات، وعرضها من خلال المحورين الآتيين:

- 1) محور خاص بدراسات تتعلق بأساليب الإقناع في المواد الإعلامية عموماً.
- 2) محور خاص بدراسات تتعلق بأساليب الإقناع في الدعوة والخطاب النبوي خصوصاً.

المحور الأول: الدراسات التي تتعلق بأساليب الإقناع في المواد الإعلامية عموماً.

تنوعت الدراسات الإعلامية التي تناولت أساليب الإقناع حسب نوعية القضايا، ونوعية الوسيلة الإعلامية؛ فعلى سبيل المثال هدفت دراسة (لارا أمجد محمد، ميار فؤاد إبراهيم، 2023)⁽¹⁾ إلى التعرف على أهم قضايا حقوق الإنسان التي تناولتها البرامج الحوارية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على أكثر استراتيجيات الإقناع المستخدمة في البرامج الحوارية، وتقديم مقترح للقائمين بالاتصال في تطوير استراتيجيات الإقناع المستخدمة في البرامج الحوارية المصرية، وقد استخدمت الباحثتان منهج المسح بالعينة، من خلال تحليل مضمون برنامج حوارى مصري وهو (الحكاية) على قناة MBC MASR، وبرنامج من البرامج الحوارية الموجهة باللغة العربية (برنامج النقاش) على قناة France 24؛ وذلك من خلال مقاطع فيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، ومن أبرز نتائج الدراسة أن أكثر الاستمالات العقلية المستخدمة في المنشورات الخاصة بقضايا حقوق الإنسان في برامج عينة الدراسة: (الاستشهاد بالمعلومات- الاستشهاد بالمصادر- عرض وجهتي النظر- نتائج وفق مقدمات علمية- الأرقام والإحصاءات)، في حين جاءت الاستمالات العاطفية في البرامج الحوارية محل الدراسة: (الإحساس بالمسؤولية- استثارة الغرائز والحواس- إثارة الشعور بالخوف وعدم الأمان- الإحساس بالأمن- استمالات وطنية- مشاعر دينية- استثارة الغرائز والحواس- التعبير عن القيم- القبول الاجتماعي- استمالة التقليد).

وانطلاقاً من أهمية الإقناع في الوسائل الإعلامية الجديدة، وفي ظل البيئة الرقمية القائمة أساساً على وضع صياغات جديدة للمضامين الإعلامية، اعتماداً على أساليب

وتقنيات إقناعية في محاولة لإقناع الجمهور من خلال السعي لملامسة الجوانب الوجدانية والعاطفية، وكذا مخاطبة ذهن المتلقي من أجل بلوغ الهدف، هدفت دراسة (جيهان بصير، 2023) (2) الكشف عن الأساليب الإقناعية المعتمدة من طرف صانع المحتوى "ناصر العقيل" في بودكاست دوباميكافين محل الدراسة، حيث قامت الباحثة بدراسة تحليلية لتسليط الضوء على إحدى المنصات الرقمية (البودكاست)، في محاولة لاستخراج واستنباط مجمل الأساليب والاستمالات الإقناعية التي ينتهجها صانع المحتوى "ناصر العقيل" لإقناع جمهوره والتأثير في توجهاته وأفكاره، وللإجابة عن هذه الإشكالية تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لعينة من فيديوهات البودكاست والتي تكونت من 9 فيديوهات، اعتماداً على إستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وقد خلصت الدراسة لجملة من النتائج، أهمها: يقوم بودكاست دوباميكافين على توظيف جملة من الأساليب الإقناعية وفق الاتجاه الأرسطي وهي: الإستمالات العاطفية، والعقلية، واستمالات مرتبطة بالخطيب، وأن صانع المحتوى استند على عدة مصادر وهي: التجارب الشخصية، والكتب، والقرآن الكريم، والإحصاءات، التجارب العلمية... الخ، وعلى المستوى التقني أولى صانع المحتوى في الفيديوهات عينة الدراسة اهتماماً كبيراً بالعناصر الفنية، والتقنية، والإخراجية؛ لما لها من دور في تحقيق الإقناع على المستوى الشكلي.

وفي سياق متصل يتعلق بالقضايا الصحية على مواقع التواصل فقد هدفت دراسة (أمينة مزيان، 2021) (3) إلى معرفة أهمية الإقناع ودوره في المجال الصحي، والكشف عن أهمية اختيار الأسلوب الإقناعي المناسب في الرسالة الصحية التوعوية من أجل نشر الثقافة الصحية الصحيحة ومساعدة أفراد المجتمع على اتخاذ قرارات مستنيرة فيما يخص مستوى صحتهم، وقد تناولت موضوع الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي؛ من خلال تحليل المضامين الصحية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن صفحة ويب طب وظفت استمالات إقناعية متنوعة بين: استمالات تخويفية، واستمالات عقلية، واستمالات عاطفية، إلا أن استمالات التخويف احتلت المرتبة الأولى مقارنة ببقية الاستمالات، كما أثبتت الدراسة أن

أكثر القوالب الصحفية التي تستخدم الأساليب الإقناعية في صفحة ويب توب هو الإرشاد من خلال التكرار والتتويج، كما يعد الإرشاد من أكثر القوالب الصحفية اعتماداً من خلال الشعارات والرموز بالنسبة للاستمالات العاطفية، كما أن أكثر القوالب الصحفية استخداماً لاستمالات التخويف هو المقال من خلال التحذير والتخويف.

وفي نفس السياق هدفت دراسة (كاتي زينب، وآخرين، 2022) ⁽⁴⁾ إلى التعرف على الموضوعات التي تم تناولها في برنامج الصحة في أسبوع، ومعرفة الأساليب الإقناعية المستخدمة في هذا البرنامج، والأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها. ومن أبرز نتائج الدراسة أن عملية الإقناع في البرنامج ارتكزت بدرجة أولى على استخدام الأساليب العقلية، وهذا ما يدل على أن البرنامج يريد إضفاء الشرعية والمصداقية على مواضيعه، وإقناع الجمهور بمدى صدق وجدية المواضيع التي تناولها من أجل كسب ثقة المواطنين، ودفعهم إلى الالتزام بالإجراءات الوقائية، كما أن البرنامج قد اعتمد على أسلوب التكرار، وتراكم العرض وهذا الأسلوب يساعد على الإقناع، وينعكس على الحملات الإعلانية التي تعتمد على تكرار الرسالة الإعلامية.

وفي سياق آخر في مجال العلاقات العامة هدفت دراسة (فهد فادي صلاح، 2021) ⁽⁵⁾ إلى الوقوف على أهم الأساليب الإقناعية التي يستخدمها ممارس العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية في المؤسسات بدولة الكويت، وتوصلت الدراسة إلى أن الإقناع فن يمارس منذ قرون؛ غير أن علم الإقناع الذي انبثق منه هو نتاج القرن العشرين وهذا ما يؤكد بعض الباحثين، وأن نجاح عملية الإقناع يتوقف على وضوح الفكرة، وسلامتها، ومعقوليتها، وقدرة المرسل على تقديم الفكرة، وعرضها، كما توصلت إلى أن أهم الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الرسالة تتمثل في الاستمالات العقلية، والعاطفية، والاستمالات التي تجمع بين الأسلوبين العقلي والعاطفي، وأن عملية الإقناع تمر بعدة مراحل، من أهمها: التعرض للوسيلة الإعلامية والمادة الإعلامية، وقراءة المضمون الإعلامي، وفهم وتصديق المحتوى.

وفي مجال الإعلان هدفت دراسة فاطمة (عبد الكاظم حمد، 2018) ⁽⁶⁾ إلى معرفة مضامين الرسائل الإعلانية التي تبعثها شركة زين العراق إلى مشتركها عبر الهاتف

المحمول، والكشف عن الاستمالات التي تلجأ إليها الشركة لإقناع الجمهور، والأسس والأساليب الإقناعية المستخدمة في الرسائل الإعلانية، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي، مستعينة بطريقة تحليل المضمون؛ لمعرفة محتوى الرسائل النصية القصيرة الواردة عبر الهواتف المحمولة إلى مشتركي شركة زين العراق، واستمالات وأساليب الإقناع التي تتضمنها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن إدارة العلاقات العامة اتبعت عدداً من الأساليب الإقناعية: وكان التركيز الأكبر على: استخدام احتياجات الجمهور، وأسلوب الاستثارة، واستخدام الأساليب اللغوية في محاولة منها لإقناع الجمهور المعني، كما وظفت إدارة العلاقات العامة مجموعة من الاستمالات في رسائلها الإعلانية، كان في مقدمتها: الاستمالات العاطفية للتأثير في انفعالات الجمهور، وإثارة غرائزه؛ بهدف ترغيبه وحثه على الاشتراك في خدماتها، بينما لم تُولِ الاستمالات العقلية والتخويفية سوى عدد قليل من رسائلها.

وفي مجال الخطاب الحوارية هدفت دراسة (نشوى سليمان، 2013)⁽⁷⁾ التعرف على استراتيجيات الإقناع التي تبناها كل مرشح رئاسي للوصول لمنصب رئيس الجمهورية، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على منهج تحليل الخطاب لبرنامج (مصر تنتخب الرئيس)، بالإضافة إلى المناظرة الرئاسية الوحيدة التي أُجريت بين كل من عمرو موسي، وعبد المنعم أبو الفتوح بلغ الإطار الزمني للعينة حوالي 17 ساعة تلفزيونية مستخدمة أداة تحليل المضمون، ومن أبرز نتائج الدراسة أن المناظرة الرئاسية ركزت في معظمها على الإطار الاستراتيجي الهجومي بنسبة أكبر من جانب المرشح أبو الفتوح، بينما ركز المرشح أحمد شفيق في حديثه على مفهوم الخبرة، والإدارة، والقدرة على السيطرة على الأمور لجذب ناخبيه ممن ينادون بالاستقرار بعد مرحلة من التوتر السياسي.

المحور الثاني: الدراسات التي تتعلق بأساليب الإقناع في الدعوة والخطاب النبوي خصوصاً:
تنوعت الدراسات التي تناولت أساليب الإقناع في الخطاب النبوي الشريف، ففي المجال اللغوي والبلاغي هدفت دراسة (هند عمر محمد يوسف، 2022)⁽⁸⁾ إلى توضيح بلاغة الأساليب الحجاجية ودورها في الحجة والإقناع، وعلى رأسها الحوار، وبيان أن

مصطلح الحجاج مصطلح قديم عالجه القرآن والسنة، كما عالجه السلف من البلاغيين، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أسلوب الحجاج من أهم النظريات في ظل تجدد الاهتمام بالدرس البلاغي في العصر الحديث، كما أن أسلوب الحوار وسيلة مهمة من وسائل الدعوة ومن أقرب الوسائل وأفضل الأساليب الإقناعية، وأن الحوار هو السبيل إلى إقناع المخالف بالصواب، والوصول إلى الحق، وهو أسلوب حضاري راقٍ في التواصل والتفاهم.

وفي سياق متصل، هدفت دراسة (فاتن خليل محجازي، 2022) ⁽⁹⁾ إلى الكشف عن وسائل التواصل الفعال اللغوية، وغير اللغوية في الخطاب النبوي، وتبسيط الضوء على الاستراتيجيات التي اتبعها الرسول ﷺ من أجل إيصال رسالة الله إلى البشر، من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن النبي صلى الله عليه وسلم استخدم استراتيجيات متعددة في خطابه المكتوب والمسموع، وقد تنوعت أساليب الحجاج وتقنياته في استراتيجيات التواصل، وكانت الاستراتيجية الإقناعية هي الاستراتيجية التي احتوت الأنواع الأخرى من الاستراتيجيات، كما استخدم مختلف تقنيات الحجاج على الدعوة إلى عبادة الله الواحد، والقيم التي جاء بها الإسلام.

وفي نفس السياق هدفت دراسة (رشا عبد الرؤوف عبد الفتاح الحبيشي، 2022) ⁽¹⁰⁾ بيان كيفية تحقيق القيمة الحجاجية الإقناعية في الخطاب النبوي الشريف مستنداً إلى التفاعل بين الصور، والروابط، والآليات المستخدمة بغرض التأثير في المتلقي وتقويمه إيجاباً وسلباً؛ من خلال نقل الأمور العقلية إلى أمور محسوسة مجسدة رأي العين؛ مما يسهل عملية الإقناع والتصديق، ومن أبرز نتائج الدراسة أن أسلوب الاستفهام يعد من أنجح الطرائق اللغوية حججاً؛ لذا عمد النبي ﷺ إلى استخدامه؛ حيث بلغ في حديث الشفاعة عشر صور تقريرية، وأن التصوير القصصي، وإخراج الخبر مخرج القصة من شأنه دعم النتائج بالأدلة والبراهين، وإحداث تأثير تمثيلي قوي في نفوس المتلقين.

وفي السياق ذاته هدفت دراسة (بن فريجة الجيلالي، 2014) ⁽¹¹⁾ إلى بيان طرق الإقناع في لغة الأحاديث النبوية غير المنطوقة، مثل: حركات الأصابع، واليد، وما تشير إليه هذه الحركات، كما تناولت الأحاديث التي ورد فيها بيان هيئات الوجه ودلالته، ومن

أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن النبي ﷺ استخدم فن الإشارة، والحركة، والرسم، وكان لكل وسيلة من هذه الوسائل أثرها في موضوعها، كما أن اللغة اللفظية، وغير اللفظية تتقاطعان في تحقيق وإنجاح عملية التواصل، وأن تجلي اللغة غير المنطوقة في الحديث النبوي الشريف فيه إبانة عن مدى قدرتها على إيصال المعنى بصورة أبلغ.

أما في مجال السيرة النبوية، فقد هدفت دراسة (البشير أحمد سالك أحمد محمود، 2022)⁽¹²⁾ إلى استقراء أساليب الإقناع والتأثير في ثنايا السيرة لتكون عوناً للمصلحين ممن يتصدرون لأداء مهمتهم، وقد توصلت الدراسة إلى أن سيرة النبي ﷺ تعتبر منجماً مهماً لاكتشاف أساليب وطرق مختلفة تناسب المدعويين، وتراعي خصوصياتهم، بينما هدفت دراسة (خالد أحمد مرزا، 2019)⁽¹³⁾ إلى الكشف عن أساليب الإقناع ومهاراته، وتمييزه كفن في السنة النبوية، وبيان المنهج الذي سلكه النبي ﷺ في إقناع الآخرين، ومدى إمكانية تطبيقه على أرض الواقع، وما هي ثمراته، مع إبراز المواقف التي لجأ إليها صلى الله عليه وسلم فيها لاستخدام فن الإقناع. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن السنة النبوية رسالة إقناعية راعت كل جوانب أساليب الرسالة التي تبث إلى الجماهير، وأن معرفة أساليب وطرق الإقناع ضرورية في التعامل مع الآخرين، وأن التأثير الفكري والإقناع النفسي أرسخ في النفس، وأنه يجب على الدعاء والعلماء البحث عن أساليب وطرق مختلفة لإقناع الآخرين.

أما عن الأساليب الاتصالية والإعلامية للرسول ﷺ في تبليغ الدعوة الإسلامية فقد هدفت دراسة (رضوان بلخيري، لديمة عابدي، 2017)⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على الرسول صلى الله عليه وسلم باعتباره شخصية إعلامية تجمع بين: الفصاحة والبلاغة، والمنطق والإقناع، وقد توصلت الدراسة إلى إبراز عدة مظاهر وصور من الممارسات الإعلامية للرسول الكريم، منها: دراسة البيئة، والإحاطة الشاملة بمعرفة معتقدات القوم وأحوالهم، والقوة الإقناعية، والتشويق، وأسلوب السرد القصصي، كما نوهت الدراسة إلى وسائل الإعلام في عصر النبوة، ومن أبرزها: الخطابة، والشعر، والمناظرة، والمناداة، كما توصلت إلى أن مدرسة النبوة غنية جداً بالأساليب الاتصالية والإعلامية الفعالة.

وفي نفس السياق، هدفت دراسة (إبراهيم بن صالح الحميدان، 1426هـ) (15) إلى الوقوف على أهمية الإقناع والتأثير في مجال الدعوة إلى الإسلام، واعتباره في النصوص الشرعية: توجيهاً، واستخداماً، وقد توصلت الدراسة إلى أساليب الإقناع والتأثير الدعوي منضبطة ومتميزة عن غيرها بضوابط الكتاب والسنة، كما توصلت إلى أن هناك صلة كبيرة بين لفظتي الإقناع والتأثير في اللغة، والممارسة، وتأكيدهما في إطار الاستخدام الدعوي.

أما في مجال الحوار النبوي فقد هدفت دراسة (بكري أحمد محمد شرف الدين، 2016) (16) إلى تسليط الضوء على أساليب ووسائل الحوار النبوي في عام الوفود في السنة التاسعة للهجرة، وقد تناول الباحث الحديث عن وفد نصارى نجران، كما تناول حوار وفد ثقيف، وحوار وفد عدي بن حاتم الطائي، وحوار وفد عبد القيس، ووفد الأشعريين، ووفد بني تميم، وقد توصل الباحث إلى أن أغلب الوفود اقتنعوا بالإسلام ودخلوا في دين الله أفواجا، وأرجع ذلك إلى أسلوب النبي صلى الله عليه وسلم، وحكمته البليغة في محاورتهم؛ كما توصل الباحث إلى أن المجادلة بالحسنى كانت من أهم أساليب الدعوة، وأن النبي صلى الله عليه وسلم اتبع أنواعاً متنوعة من الحوارات حسب نوع الوافدين إليه؛ فمنهم من اتبع معهم الحوار الديني المبني على مناقشة العقيدة، وما يتصل بها؛ كوفد نجران، ومنهم من اتبع معهم الحوار الاجتماعي؛ كوفد بني تميم، حيث كانت المناظرات الأدبية، والمفاخرات القبلية، ومنهم من اتبع معهم الحوار السياسي كوفد بني عامر. كما أن الإسلام يهتم بمنظومة العقل والحوار معه.

وفي السياق ذاته هدفت دراسة سعيد (ابن نزال العنزي، 2015) (17) إلى بيان أهداف الحوار النبوي وأنواعه ومنهجه، وأهمية الإقناع في الحوار النبوي ووسائله، وقد ركزت هذه الدراسة على الصبر والتقسيم، وبيان أنواع حوارات النبي صلى الله عليه وسلم مع أصحابه، ومع المشركين، ومع النصارى، ومع اليهود، وقد اهتمت بذكر الأحاديث دون تحليلها، والوقوف على أنواع الأساليب، بل أخذت الفكرة العامة للحوار، وقد توصلت الدراسة إلى الوقوف على بعض القيم والآداب التي يجب أن يتحلى بها المتحاورون كالرحمة، والرفق، والصدق، واللين، والنصح، كما توصلت الدراسة إلى أنه يحسن عرض

المسائل ومناقشتها حسب أهميتها، وأن النبي صلى الله عليه وسلم استخدم الوسائل التعليمية والأساليب التي تقوم على الحجج والبراهين.

ومن حيث تنوع أسلوب الخطاب النبوي ومراعاته مستوى التفكير ونمط الشخصية التي تتباين بين: شخصية تميل إلى المنطق، وأخرى للعاطفة، وثالثة للحجاج والمجادلة هدفت دراسة (جنان محمد مهدي العقيدي، 2013) (18) إلى تلمس أثر تنوع الأسلوب اللغوي في إقناع المخاطب، والتأثير على فكره، وتغيير قناعاته؛ وذلك من خلال دراسة موضوع حكمة النبي صلى الله عليه وسلم في خطابه وأثر ذلك في إقناع المخاطب، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها أن تنوع أساليب الحوار في مخاطبات النبي صلى الله عليه وسلم يشير إلى الفكر الموسوعي، وتمكنه البلاغي، وقدرته الذهنية لاختيار الأسلوب الذي يناسب المخاطب وحاله، كما تبين أن النبي سبق في أسلوبه أصحاب النظريات الحديثة في فن الإقناع، والتواصل اللغوي، كما أن الإسلام كرم العقل، وراعى الاستدلال المنطقي بالأدلة والبراهين.

وفي سياق متصل هدفت دراسة (سلاف القيقط، 2013) (19) إلى الوقوف على أساليب الإقناع، وتأثيراتها الإيجابية من خلال الأحاديث النبوية، حيث ذكر الباحث سبعة أساليب، مثل: أسلوب الإقناع بقوة وحسن البيان، وأسلوب الإقناع بالسلوك والقدوة الحسنة، وبيان العلة بالتقابل والتشابه والتضاد، وضرب الأمثال، وتقديم الدليل والبرهان، واستعمال العاطفة، وذكر تحت كل أسلوب مجموعة من الأحاديث مستشهداً بها، وكانت هذه الأساليب السبعة هي النتائج التي توصل إليها الباحث، وأوصى بالتركيز عليها لنجاح عملية الإقناع.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة يلاحظ ما يلي:

1- أظهرت نتائج الدراسات أهمية الاستمالات الإقناعية بنوعها المنطقي والعاطفي لنجاح الرسالة الاتصالية، وهذا يستدعي إجراء المزيد من الدراسات التي تسعى إلى الوقوف على أساليب الإقناع ومدى تأثيرها على المتلقي، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة.

2- اعتمدت أغلب دراسات المحور الأول على منهج المسح، والتحليل الكمي للمضمون باستخدام استمارة تحليل المضمون؛ وذلك بسبب طبيعة هذه الدراسات التي تناولت برامج حوارية كدراسة لارا أمجد، وميار فؤاد (2023)، وجيهان بصير (2023)، وكاتي صلاح وآخرين (2022)، وهذه الدراسة تعتمد على التحليل الكيفي للمضمون.

3- خلت دراسات المحور الأول المتعلقة بالجانب الاتصالي والإعلامي عن دراسة إعلامية متخصصة تناولت الاستمالات الإقناعية في الأحاديث النبوية، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة مع إبراز الجانب الإعلامي والاتصالي في الحوار النبوي.

4- أغلب الدراسات السابقة المتعلقة بالمحور الثاني تعد دراسات نظرية قائمة على الجمع والترتيب من كتب السنة وشروحاتها؛ لذا فأغلبها لم يذكر المشكلة البحثية، والدراسات السابقة، ونوع الدراسة، ومنهجها، بل اكتفت بتقسيم الدراسة إلى فصول ومباحث، ويرجع ذلك إلى أنها لم تركز على الجانب الإعلامي والاتصالي، كما أنها لم تتناول الأحاديث بالتحليل الكيفي وهو ما تقوم به هذه الدراسة.

5- أغلب الدراسات التي تشابهت مع هذه الدراسة تناولت الموضوع من جانب معين كدراسة بكري أحمد محمد شرف الدين (2016م)، التي ركزت على أساليب الحوار والإقناع في ضوء السنة النبوية من خلال عامل الوفود، كما ركزت على الناحية الحديثية، ودراسة إبراهيم بن صالح الحميدان (1426هـ) التي تناولت الإقناع والتأثير من الجانب الدعوي، ودراسة سلاف القيقط (2013) التي وضعت سبعة أساليب فقط من أساليب الإقناع والاستدلال عليها من الأحاديث النبوية، ودراسة سعيد ابن نزال العنزلي (2015)، التي ركزت على السبر والتقسيم لأساليب الإقناع، وأغلب هذه الدراسات أغفل الجانب الإعلامي والاتصالي، كما أنها لم تتناول الاستمالات المنطقية والعاطفية من خلال التحليل الكيفي للأحاديث الحوارية التي تتضمن الحوار التفاعلي، وهو ما تهدف إليه هذه الدراسة.

6- ركزت بعض الدراسات على الأساليب الاتصالية والإعلامية للرسول صلى الله عليه وسلم في تبليغ الدعوة كدراسة رضوان بلخيري، ولديمة عابدي (2017)، وبعضها

ركز على بعض جوانب الخطاب النبوي، كبلاغته، ولغته، واستراتيجياته كدراسة: فاتن خليل محجازي (2022)، وبن فريحة الجيلالي (2013)، وجنان محمد مهدي العقيدي، (2013 م)، وتتميز هذه الدراسة بالتركيز على الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية في الأحاديث الحوارية للنبي ﷺ ومدى تأثيرها على المتلقي.

أهمية الدراسة:

يمكن تلخيص أبرز النقاط التي تزيد من أهمية دراسة الاستمالات الإقناعية في حوارات النبي ﷺ وتأثيرها على المتلقي من خلال عدة جوانب رئيسية، أبرزها:

- 1) التعرف على الأسلوب النبوي في الإقناع والتأثير: تكشف هذه الدراسة عن الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية التي استخدمها النبي ﷺ؛ مما يوفر نموذجاً عملياً للقائمين بالاتصال في كيفية تقديم الرسالة بأسلوب يراعي المتلقي، ويجمع بين العاطفة، والمنطق، ويحقق قبولاً واسعاً بين الناس.
- 2) يمكن أن تسهم هذه الدراسة في مساعدة العلماء والدعاة في تطوير مهارات الحوار والتواصل لديهم، والقدرة على فهم الاستمالات الإقناعية الفعالة، من خلال ما توفره لهم من معلومات عن الاستمالات الإقناعية النبوية؛ مما يساعدهم في نشر القيم الدينية، أو التعامل اليومي مع الناس؛ مما ينعكس إيجابياً على قدرتهم على التأثير والإقناع.
- 3) ترسيخ مفهوم الحوار الحضاري في الإسلام: تبرز الدراسة أهمية الحوار كوسيلة حضارية للتواصل وتقديم الدعوة، وهو أمر يرسخ فهم الناس للإسلام كدين يحترم الحوار ويستخدمه أداة للإقناع والتوجيه، بعيداً عن العنف أو الإكراه.
- 4) تستند أهمية هذه الدراسة من أهمية الرسالة في مجال الاتصال؛ حيث تعد أبرز وأهم عناصر العملية الاتصالية، وكلما كانت الرسالة قوية واضحة كلما كانت مؤثرة؛ حيث أظهرت الدراسات العلمية (20) مدى أهمية الرسالة الإعلامية، وبخاصة تلك القائمة على أسلوب الإقناع المنطقي، والمناقشة الجماعية؛ لاهتمامها بالأفكار والمعتقدات التي يتبناها الفرد، وقدرتها على تعديلها لتكون ضمن الإطار العلمي المعرفي المبني على أسس منطقية وعقلانية، بعيداً عن الأوهام، والأفكار اللامنطقية، والمعتقدات الخاطئة.

5) **الإسهام في الدراسات المقارنة:** يمكن أن تتيح هذه الدراسة للباحثين الفرصة لمقارنة الاستمالات الإقناعية النبوية بالاستمالات الإقناعية الحديثة؛ مما يسهم في إبراز توافق المبادئ النبوية مع بعض مبادئ العلم الاجتماعية الحديثة، ويبرز دور المنهج النبوي كأساس للإقناع الأخلاقي المتزن.

6) **تطوير وسائل تربوية حديثة:** يمكن للدراسة أن تقدم اقتراحات لتطوير وسائل تعليمية وتربوية تستند إلى أساليب النبي ﷺ، مثل استخدام الحوار اللين، والتفاعل البناء؛ مما قد يساعد في تصميم استراتيجيات تربوية أكثر فاعلية وتواصلًا مع الطلاب والأبناء.

تحديد المشكلة البحثية للدراسة:

تُعتبر أساليب الحوار والإقناع أحد أهم أدوات التواصل الفعال؛ إذ تساعد في إيصال الرسائل، وتحقيق التفاعل الإيجابي، وقد يكون مضمون الرسالة الإعلامية مضللًا، أو باطلًا، لكن المرسل لديه القدرة على الإقناع والتأثير فيقلب الحق باطلًا، والباطل حقًا، وقد أشار النبي ﷺ إلى هذا المعنى بقوله: **إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ وَإِنَّكُمْ تَخْتَصِمُونَ إِلَيَّ، وَلَعَلَّ بَعْضَكُمْ أَنْ يَكُونَ أَلْحَنَ بِحُجَّتِهِ مِنْ بَعْضٍ، فَأَقْضِي عَلَى نَحْوِ مَا أَسْمَعُ، فَمَنْ قَضَيْتُ لَهُ مِنْ حَقِّ أَخِيهِ شَيْئًا، فَلَا يَأْخُذْهُ فَإِنَّمَا أَقْطَعُ لَهُ قِطْعَةً مِنَ النَّارِ⁽²¹⁾**. فقوله ألحن بحجته يشير إلى أنه ربما كان أحد المتخاصمين عند القاضي أحسن إيرادًا للكلام، وأقدر على الحجة والبينة، وأدفع لدعوى خصمه، فيظن النبي ﷺ لفصاحة هذا الرجل، وقدرته على الإقناع أنه صادق.

ومع تزايد التحديات التي تواجه الدعاة والمربين في العصر الحديث في إيصال الرسائل الدينية والتربوية بفعالية، تظهر الحاجة لدراسة الاستمالات الإقناعية النبوية التي استخدمها النبي محمد ﷺ في حواراته مع مختلف فئات المجتمع، وتبرز في هذا السياق الحوارات النبوية الشريفة التي تمثل نموذجاً فريداً في استخدام أساليب الإقناع بحكمة ورفق؛ مما يسهم في توجيه المتلقي، وتغيير سلوكه وفهمه للأفكار والمبادئ الإسلامية بشكل فعال.

ومع ذلك لا تزال الاستمالات الإقناعية في الخطاب النبوي بحاجة إلى مزيد من الدراسة والتحليل للكشف عن عناصرها، وفهم تأثيراتها العميقة على المتلقي، ومن هنا يمكن تحديد المشكلة البحثية في التساؤل التالي: ما أبرز الاستمالات الإقناعية التي استخدمها النبي ﷺ في حواراته، وكيف أثرت هذه الاستمالات على المتلقي؟

أهداف الدراسة:

1. التعرف على الاستمالات الإقناعية المنطقية المستخدمة في حوارات النبي محمد ﷺ.
 2. الكشف عن الاستمالات الإقناعية العاطفية المستخدمة في حوارات النبي ﷺ.
 3. معرفة القضايا التي عالجها النبي ﷺ في حواراته.
 4. الوقوف على أثر الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية على المتلقي.
- ولتحقيق هذه الأهداف تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة:

1. ما الاستمالات الإقناعية المنطقية المستخدمة في حوارات النبي ﷺ؟
2. ما الاستمالات الإقناعية العاطفية المستخدمة في حوارات النبي محمد ﷺ؟
3. ما القضايا التي عالجها النبي ﷺ في حواراته؟
4. كيف وظف النبي ﷺ الاستمالات الإقناعية في الدعوة؟
5. ما أثر الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية على المتلقين؟

نوع الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم برصد وتحليل الظاهرة الإعلامية، وتشخيص عناصرها المختلفة؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية، ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، وعليه فإن هذه الدراسة تسعى إلى الحصول على معلومات كافية عن الاستمالات الإقناعية في الخطاب النبوي وتأثيرها على المتلقي؛ من خلال دراسة تحليلية لنماذج من حوارات النبي صلى الله عليه وسلم؛ وذلك بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها، والإفادة منها.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الاستقرائي؛ وذلك من خلال استقراء الأحاديث النبوية ودراسة عينة من الحوارات المروية عن النبي ﷺ بهدف استخلاص الاستمالات الإقناعية المنطقية

والعاطفية، كما استخدم الباحث منهج التحليل الكيفي؛ وذلك لمعرفة كيفية تطبيق هذه الاستمالات بشكل فعال في إيصال الرسالة، وتأثيرها على المتلقي.

أداة الدراسة:

استخدم الباحث أداة تحليل المضمون، وقد اعتمد على التحليل الكيفي الذي يركز على الأفكار والمعاني والاستنتاجات، وليس على الخصائص الكمية، أو الوصف الكمي؛ حيث قام الباحث بتحليل نماذج من حوارات النبي لاستخراج الاستمالات الإقناعية المستخدمة في هذه النماذج، وقد قسم كل نموذج إلى قسمين، الأول: يتناول الاستمالات الإقناعية المنطقية، وأبرزها كما جاء في النماذج: التدرج والحجاج المنطقي، القياس المنطقي، التشبيه التبادلي، التكرار، التأكيد، بناء النتائج على المقدمات، السؤال والجواب (الحوار التفاعلي)، الدعوة إلى التفكير والتأمل، المقارنة، ضرب الأمثال، الاستفهام التقريري، الاعتراف بوجهة نظر الآخر، إظهار الحكمة والسبب، الإنصات الجيد، التجاهل الاستراتيجي لبعض الأسئلة، الاستشهاد بالدليل القرآني، التركيز على الهدف الأساسي، السرد التاريخي، عدم الرد على الاستفزازات المباشرة، تنفيذ الادعاءات بأسلوب غير مباشر، البدء بنقاط الاتفاق، مراعاة حال المتلقي، التحفيز والتوجيه نحو الفعل، التسلسل المنطقي.

والقسم الثاني: يتناول الاستمالات الإقناعية العاطفية، وأبرزها كما جاء في النماذج: الرفق واللين، التعاطف والاحترام وتجنب اللوم، الدعاء للمتلقي، الترهيب، الترغيب، الاقتراب الجسدي والعاطفي، الشعور بالارتباط العائلي، إشعار المخاطب بأنه مشارك في الحل، إظهار المحبة والتقدير، الخطاب المباشر، إثارة مشاعر الرضا، الإشارة إلى وحدة المصير، التسامح وعدم الرد على الإساءة، الدعوة للأمل والتفاؤل، الألفة والمودة، التأكيد على القيم الروحية، الارتباط العاطفي، الدعوة إلى المحبة والتراحم، التحذير الوجداني.

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة في هذا البحث هو النصوص النبوية، وبالتحديد الأحاديث التي تتضمن حوارات قام بها النبي ﷺ.

عينة الدراسة:

تم اختيار ستة أحاديث نبوية تمثل حوارات تفاعلية مباشرة قام بها النبي ﷺ كنماذج للتحليل الكيفي لاستخراج الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية المستخدمة في هذه الأحاديث، وكل حوار يعالج قضية مهمة من قضايا المجتمع الإسلامي، وقد تم ترتيبها حسب أهميتها:

1. حوار النبي ﷺ مع أبي الوليد عتبة بن ربيعة عندما اتهم النبي ﷺ بعدة تهم فقراً عليه سورة فصلت (قضية إثبات الرسالة ودعوة المخالفين).

2. حوار النبي ﷺ مع حصين ابن عبد الرحمن لما سأله كم تعبد (قضية الدعوة إلى التوحيد).

3. حوار النبي ﷺ مع الصحابة في خطبة الوداع (قضية حفظ الدماء والأموال والأعراض).

4. حوار النبي ﷺ مع الشاب الذي جاء يستأذنه في الزنا (قضية الزنا).

5. حوار النبي ﷺ مع الأعرابي الذي جاء يعرض بزوجه بسبب أنها ولدت له غلاماً أسوداً وهو أبيض (قضية الأنساب).

6. حوار النبي ﷺ مع الأنصار لما غضبوا لأنه لم يعطهم من الغنائم (معالجة التعصب والنزاع الداخلي).

وقد اعتمد الباحث في اختيار النماذج عينة الدراسة على العينة العمدية؛ وذلك لعدة أسباب:

مميزات اختيار العينة:

1. تنوع الأساليب الاتصالية: الحرص على أن تشمل العينة أساليب متنوعة من الاتصال المباشر كالاتصال الشخصي الذي يكون بين شخص وآخر، والاتصال الجمعي الذي يكون بين فرد ومجموعة من الأفراد.

2. تنوع الاستمالات الإقناعية: الحرص على أن تشمل العينة أساليب متنوعة من الإقناع بنوعيه المنطقي والعاطفي.

3. تنوع القضايا: وقد حرص الباحث على أن تشمل النماذج قضايا متنوعة، ذات أهمية في المجتمع المسلم، وقد تم توضيح هذه القضايا في الدراسة التحليلية.

4. تعدد فئات المتلقين: تضم العينة حوارات مع متلقين من خلفيات وسياقات مختلفة (الشباب، كبار السن، الصحابة المخلصين، والوافدين على الإسلام) لبيان كيفية تأثير الأساليب حسب المتلقي.

5. التأثير: تم اختيار الأحاديث التي يظهر فيها الأثر الذي تركه أسلوب النبي ﷺ على المتلقي؛ مما يثري الدراسة، ويبرز تنوع أساليب الإقناع.

الإطار المعرفي للدراسة:

الإقناع في اللغة مأخوذ من الفعل قنع يقنع قناعة أي رضي بما أُعطي، واقتنع بالفكرة أو الرأي: قبله واطمأن إليه⁽²²⁾، أما في مجال الاتصال فهو عملية التأثير على الآخر، وجعله يتخلى، أو يكتسب، أو يعزز، أو يعدل من سلوكه أو مواقفه نحو بعض القضايا باستخدام الوسائل، والأساليب الضرورية لذلك⁽²³⁾.

ويمكن القول: إن الإقناع جهد اتصالي مقصود ومخطط للتأثير في النواحي العقلية والعاطفية للآخرين في ظروف متاح فيها الاختيار، وتستخدم له كل الوسائل الممكنة بغرض تعديل معتقداتهم، وقيمهم، أو ميولهم، ولكي تكون الرسالة الاتصالية مقنعة لا بد أن تتضمن استمالات تعتمد على العقل والمنطق، وأخرى تعتمد على العاطفة والوجدان، وذلك حسب حال المتلقي، فالبلاغة هي مراعاة الكلام لمقتضى الحال.

فالإقناع لا يكفي فيه الجانب العقلي المعرفي فقط، أي الاكتفاء بتقديم المعلومات، بل لا بد من الاستثارة العاطفية؛ فإن النفس الإنسانية لها قوتان: قوة تفكير تحتاج إلى إقناع عقلي، وقوة وجدان تحتاج إلى إقناع عاطفي، ويعد الإقناع بالعاطفة أسلوباً مؤثراً للإقناع العقلي في القرآن الكريم؛ فإذا كان العقل لا يسهل قيادته في بعض الأحيان، فإن العاطفة تكون حينئذ عوناً على استمالة المدعو واجتذابه؛ فهما أسلوبان يدخل منهما نور الهداية ومعاني الخير والرشاد، لكن بطريقتين مختلفتين شكلاً متفقين هدفاً⁽²⁴⁾.

عوامل نجاح العملية الإقناعية⁽²⁵⁾:

إن نقطة البدء في عملية الإقناع هي أهم ما في العملية الإقناعية، وعلى أساسها تتجح فيما تريد أن تقنع به الآخرين، وتوجد الكثير من العوامل المؤثرة في نجاح العملية الإقناعية، نلخصها فيما يلي:

1. وضوح الفكرة وسلامتها ومعقوليتها.

2. قدرة المرسل في تقديم الفكرة وعرضها.
3. قدرة المرسل على إيضاح الفكرة وتفسيرها.
4. توافر الصفات الإيجابية الضرورية في المرسل (الصدق، الأمانة، الأخلاق..).
5. الجاذبية الشخصية (حسن الخلق، أناقة المظهر، الثقافة الواسعة، اتساع المعرفة).
6. معرفة شخصية المتلقي وقيمه، احتياجاته مع تحديد ترتيبها، وقد ينبغي عليك تقمص شخصيته لتتعرف على دوافعه ووجهة نظره.
7. اختيار الظروف المناسبة لتطبيق عملية الإقناع، زمانية، مكانية، نفسية، جسدية.
8. معرفة خصائص الجمهور، وقيمه، وأولوياته.
9. التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال امتلاك مهارات الاتصال، وإجادة فنون الحوار مع الالتزام بأدابه.
10. ملائمة مستوى الرسالة (المضمون الإقناعي) مع مستوى المتلقي حيث لا بد أن يختلف الحديث وأدوات الإقناع من جمهور إلى آخر.

ويرى هيربرت ليوينر جيران أن عملية الإقناع تتم عبر المراحل التالية⁽²⁶⁾:

- 1- مرحلة إدراك الشيء: وهي المرحلة التي يعتبر فيها الفرد أو الجماعة لأول مرة الفكرة، أو التصور، أو الاتجاه الجديد، وهنا قد يتحفظ الفرد فيما قيل له، وقد يرفض ذلك مطلقاً، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية الإقناع.
- 2- مرحلة المصلحة والاهتمام: وفيها يحاول الفرد والجماعة تلمس مدى وجود مصلحته في هذا الأمر أو الاتجاه، وتتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع بالفكرة، والسعي في الحصول على مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطاً من الناحية النفسية بالفكرة.
- 3- مرحلة التقسيم أو الوزن: وفيها يبذل الفرد الجهد للمقارنة بين ما يمكن أن يقدمه هذا الأمر، أو الاتجاه الجديد، وبين ما تقدمه له ظروفه الحالية فعلاً، ينتهي به الأمر إلى أن يخضع الفكرة للتجريب العملي.

4- **مرحلة المحاولة:** اختيار أو تجريب أو جس نبض الشيء من قبل الفرد أو الجماعة من ناحية، ومحاولة التعرف على كيفية الإفادة منها من ناحية ثانية، وإذا ما اقتنع بفائدتها يقرر أن يتبناها ويطبّقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بجوداها فإنه يقرر رفضها.

5- **مرحلة التبنّي:** وفيها يصل الفرد أو الجماعة إلى حالة الاقتناع الكامل شفهيًا وعمليًا بالفكرة الجديدة، وتصبح جزءًا من الكيان الثقافى والاجتماعى للفرد والجماعة.

مفهوم الحوار⁽²⁷⁾:

أصل الحوار من الحور وهو الرجوع عن الشيء وإلى الشيء، والحوار هو تراجع الكلام، وهم يتحاورون: أي يتراجعون الكلام؛ فهو عملية تشاور متبادلة هدفها السعي إلى الوصول إلى الصواب، وإقناع أحد طرفي الحوار بوجهة نظر الآخر، عبر بوابة الاستماع الفعال والعاطفي من أجل التقارب بين وجهات النظر المتنوعة، والوصول إلى نقطة التقاء. فالحوار حديث يتم بين شخصين أو أكثر، ويتم من خلاله طرح الآراء والأفكار عبر إجراء مناقشات ومشاورات، ولا يشترط في الحوار أن يكون أطراف الحديث متوافقين في الآراء فقد يختلفون فيه، ولكن بإمكانهم أن يناقشوا حتى يصلوا إلى نقطة أو رأي مشترك، في حين أن عدم وصولهم إلى رأي مشترك لا يعني إعلانهم العدائية لبعضهم، وقد تشب في الحديث بعض التوترات والمفارقات؛ لهذا ينبغي على الأطراف تذكر أن من مميزات الحوار الناجح أن يغلب عليه الهدوء والبعد عن التعصب، إلى جانب الابتعاد عن مخاوفهم وأفكارهم المسبقة ورغبتهم بالفوز، وعليهم أخذ وقت لسماع الأصوات الأخرى المقابلة، ويحاولون تقبلها أو رفضها بأسلوب جيد⁽²⁸⁾.

الفرق بين الحوار والمناظرة والجدل:

الحوار أعم من الجدل والمناظرة؛ لأنهما يدخلان فيه، والكل يشترك في أنه مراجعة في الكلام، ومدولة له بين طرفين، فهي تدخل في معنى الحوار من هذه الجهة، ثم تفترق المناظرة في دلالتها على النظر والفكر في قضية شائكة، وعادة ما تكون بين طرفين بينهما تقارب في المستوى العلمي، ومجال التخصص، وقد ورد في التعريفات للجرجاني بأن للمناظرة معنيين؛ إما النظير أو النظر بالبصيرة، واصطلاحاً كما ورد في لسان العرب لابن المنظور، فيما أن يكون ناظرت فلاناً أي صرت نظيراً له في المخاطبة، أو النظر

بالبصيرة من الجانبين في النسبة بين الشئيين إظهاراً للصواب، ولذا فإن المناظرة في أصلها محمودة.

أما الجدل: فهو اللدد في الخصومة؛ فالحوار والجدل يلتقيان في أنهما حديث أو مناقشة بين طرفين، لكنهما يفترقان بعد ذلك؛ فالجدال والمجادلة والجدل كل ذلك ينحى منحى الخصومة، أو بمعنى العناد والتمسك بالرأي والتعصب له، أما الحوار والمحاورة فهي مراجعة الكلام والحديث بين طرفين دون أن يكون بينهما ما يدل بالضرورة على الخصومة، ويدل على ذلك قوله تعالى: "وَجَادَلُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ" سورة [غافر : 5]. وقوله سبحانه: "وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُنِيرٍ" سورة [لقمان : 20].

وقد وردت مادة الجدل في القرآن الكريم في تسعة وعشرين موضعاً، كلها جاءت بمعنى الخصومة؛ إلا في أربعة مواضع:

- 1) "فَلَمَّا ذَهَبَ عَنْ إِبْرَاهِيمَ الرَّوْعُ وَجَاءَتْهُ الْبُشْرَى يُجَادِلُنَا فِي قَوْمِ لُوطٍ * إِنَّ إِبْرَاهِيمَ لَحَلِيمٌ أَوَّاهٌ مُنِيبٌ" سورة [هود: 74-75].
- 2) "وَجَادَلْتَهُمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ" [النحل: 125].
- 3) "وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ" [العنكبوت: 46].
- 4) "قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا ۗ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ" [المجادلة: 1].

فالجدل لم يؤمر ولم يمدح في القرآن على الإطلاق، بل جاء مقيداً بلفظ الحسنى في الموضوعين الثاني والثالث، مجرداً منها في الموضوعين الأول والرابع، فالجدال هو المفاوضة على سبيل المنازعة والمغالبة، وهو محمود ومذموم، والمجادلة بالحسنى أدلة كلامية يوردها المرسل ليلزم الخصم (المتلقي) فيفحمه ويجعله يؤمن برسالته، وقد وصفت المجادلة بالحسنى؛ تنزيهاً لها عن مفهومي الاصطلاحى، الذي يراد به أنها ليست لإظهار الصواب، بل لإلزام الخصم فحسب، والفرق بين الجدل والموعظة أن المجادلة منازعة بين طرفين متعارضين، والخصم فيها ليس صامتاً، وإنما يناقش ويرد، بخلاف الموعظة؛ فإن المتلقي يستمع إليها، ويستثار بها، وينفعل معها دون اللجوء الى المنازعة الكلامية (29).

وخلاصة القول إن كل جدل حوار وليس كل حوار جدلاً، لكن ربما تحول الحوار إلى جدل، وقد يجتمعان، كما صدر في سورة المجادلة، وقد ورد الحوار في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع:

- 1) في سورة الكهف قصة أصحاب الجنتين: قال تعالى: "وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا" [الكهف: 34].
- 2) في نفس القصة قال تعالى: "قَالَ لَهُ صَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَكَفَرْتَ بِالَّذِي خَلَقَكَ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ مِنْ سُوَابِكِ رَجُلًا" [الكهف: 37].
- 3) في سورة المجادلة قال تعالى: "قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ" [المجادلة: 1].

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- 1- الاستمالات الإقناعية المنطقية: هي الاستمالات التي استخدمها النبي في حواراته، واعتمد فيها على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية مثل: استخدام القياس، وضرب الأمثلة، وبناء النتائج على المقدمات، والاستشهاد بالنص، وغيرها مما يعتمد فيه على العقل والمنطق.
- 2- الاستمالات الإقناعية العاطفية: هي الاستمالات التي استخدمها النبي في حواراته واعتمد فيها على مخاطبة وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومشاعر الحب والخوف، مثل: الرفق واللين، الترغيب، والترهيب، وغيرها مما يعتمد فيه على العاطفة والوجدان.
- 3- الحوار النبوي: هو الحديث الذي يتضمن حواراً تفاعلياً (سؤال وجواب) بين شخص النبي وبين غيره إما فرداً، وإما جماعة.
- 4- التأثير على المتلقى: وهو النتيجة النهائية من الحوار النبوي على المتلقي؛ إما بإقراره بمضمون الحوار، أو بتغيير موقفه، أو بانقطاعه وعدم قدرته على الجواب والرد.

نتائج الدراسة التحليلية:

يتضمن هذا الجزء نتائج التحليل الكيفي لنماذج الدراسة من الحوار النبوي، وقد تم اختيار ستة أحاديث نبوية تمثل حوارات تفاعلية مباشرة قام بها النبي ﷺ كنماذج للتحليل الكيفي لاستخراج الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية المستخدمة في هذه الأحاديث، وكل حوار من هذه النماذج يعالج قضية مهمة من قضايا المجتمع الإسلامي، وقد تم ترتيبها حسب أهميتها:

النموذج الأول

حوار النبي ﷺ مع أبي الوليد عتبة بن ربيعة لما اتهم النبي ﷺ بعدة تُهم؛ فقرأ عليه سورة فصلت (قضية إثبات الرسالة ودعوة المخالفين).

عن جابر بن عبد الله رضي الله عنه قال: اجتمعت فريش للنبي صلى الله عليه وسلم يوماً، فقالوا: انظروا أعلمكم بالسحر والكهانة والشعر، فليأت هذا الرجل الذي قد فرق جماعتنا، وشئت أمرنا، وعاب ديننا، فليكلّمه ولينظر ما يرد عليه. قالوا: ما نعلم أحداً غير عتبة بن ربيعة، قالوا: أنت يا أبا الوليد، فأتاه عتبة فقال: يا محمد، أنت خير أم عبد الله؟ فسكت رسول الله، ثم قال: أنت خير أم عبد المطلب؟ فسكت رسول الله صلى الله عليه وسلم، قال: فإن كنت تزعم أن هؤلاء خير منك، فقد عبدوا الآلهة التي عبت، وإن كنت تزعم أنك خير منهم، فتكلّم حتى نسمع قولك، إنا والله ما رأينا سخلة قط أشأم على قومك منك، فرقت جماعتنا، وشئت أمرنا، وعبت ديننا، ففضحتنا في العرب حتى لقد طار فيهم أن في فريش ساحراً، وأن في فريش كاهناً، والله ما نتنظر إلا مثل صيحة الحبلى بأن يقوم بعضنا إلى بعض بالسيوف حتى نتفانى، أيها الرجل، إن كان إنمّا بك الحاجة جمعنا حتى تكون أغنى فريش رجلاً، وإن كان إنمّا بك الباءة فاختر أي نساء فريش شئت، فنزوجك عشراً. قال له رسول الله: أفرغت؟ قال: نعم، قال: فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: بسم الله الرحمن الرحيم {حم * تنزيل من الرحمن الرحيم} حتى بلغ: {فإن أعرضوا فقل أندرتم صاعقة مثل صاعقة عاد وثمود} [فصلت: 1 - 13]، فقال عتبة: حسبك حسبك، ما عندك غير هذا؟ قال: لا، فرجع إلى فريش، فقالوا: ما وراءك؟ قال: ما تركت شيئاً أرى أنكم تكلمونه به إلا كلمته، قالوا: هل أجابك؟ قال: نعم، والذي نصبها بنياً ما فهمت شيئاً مما قال غير أنه قال: {أندرتم صاعقة مثل

صَاعِقَةٌ عَادَ وَتُمُودَ}، قالوا: وَيْلَكَ! يُكَلِّمُكَ رَجُلٌ بِالْعَرَبِيَّةِ لَا تَدْرِي مَا قَالَ؟ قَالَ: لَا، وَاللَّهِ مَا فَهَمْتُ شَيْئاً مِمَّا قَالَ غَيْرَ ذِكْرِ الصَّاعِقَةِ (30).

يعد هذا الحوار بين النبي ﷺ وعتبة اتصالاً مباشراً بين فرد وفرد، والمتلقي في هذه العملية الاتصالية مُنكر لمضمون الرسالة، فهو بحاجة إلى حوار مقنع لتغيير قناعاته، فالحوار يعالج قضية من أهم القضايا وهي قضية إثبات الرسالة والدعوة للإسلام، والمتأمل لسيرة النبي ﷺ مع قريش يعلم يقيناً أنهم لا يكذبون النبي ﷺ فقد كانوا يلقبونه بالصادق الأمين، وإنما يكذبون بما جاء به كما قال تعالى: {قَدْ نَعْلَمُ إِنَّهُ لِيَحْزُنَكَ الَّذِي يَقُولُونَ فَإِنَّهُمْ لَا يُكَذِّبُونَكَ وَلَكِنَّ الظَّالِمِينَ بِآيَاتِ اللَّهِ يَجْحَدُونَ} [الأنعام: 33]، وقد تضمنت هذه الحوار مجموعة من الاستمالات المنطقية والعاطفية.

أولاً: الاستمالات المنطقية:

1. الإنصات الجيد (31):

النبي ﷺ أنصت لعتبة حتى انتهى من كلامه، دون مقاطعته أو الرد عليه مباشرة، وهذا الأسلوب يظهر احترام النبي لمحدثه، كما يجعله يستمع باهتمام إلى ما سيقوله النبي بعد ذلك؛ مما يعزز من قوة الرد، وهذا من قواعد الحوار، وفنون الاتصال؛ فلا بد للمحاور الناجح أن يتقن فن الاستماع، فكما أن للكلام فناً وأدباً، فكذلك للاستماع، وليس الحوار من حق طرف واحد يستأثر فيه بالكلام دون محاوره، ففرق بين الحوار الذي فيه تبادل الآراء وبين الاستماع إلى خطبة أو محاضرة.

ومن الأمور التي تجعل المحاور يستمع إليك أن تستمع إليه، وتحترم رأيه مهما كان، ومن فوائد الاستماع: لعل في الكلام ما هو مفيد وحق، وكسب قلب المحاور، وأخذ وقت في التفكير. وقد ذكر الخبراء خمس مهارات أساسية للقائم بالاتصال: مهارة الكتابة، ومهارة القراءة، ومهارة التحدث، ومهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.

فالمتحدث البارع هو المستمع البارع، ومما ينافي حسن الاستماع: مقاطعة كلام الطرف الآخر، فإنه طريق سريع لتفجير الخصم إضافة إلى ما فيه من سوء أدب، كما أنه سبب في قطع الفكرة؛ مما يؤثر في تسلسل الأفكار وترابطها، ويؤدي إلى اضطرابها ونسيانها.

قال أحد السلف: إن الله خلق لي أذنين ولساناً واحداً كي أسمع أكثر مما أقول؛ فبراعة الاستماع تكون بالأذن، وطرف العين، وحضور القلب، وإشراقه الوجه، وعدم الانشغال بتحضير الرد، متحفزاً متوثباً منتظراً تمام حديث صاحبك..! وتذكر أنك لن تستطيع أن تفهم حقيقة مراد محاورك ما لم تكن راغباً بجدية في الإنصات إلى حديثه.. كما أن معرفتك بحديث المتكلم لا تغنيك عن الاستماع..

فالم تأمل لحوار النبي ﷺ مع عتبة يجد أن النبي صلى الله عليه وسلم لم يحسن الإنصات ويترك المقاطعة فحسب، بل منحه فرصة أخرى لإضافة شيء بقوله «أَقْدَ فَرَعْتُ يَا أَبَا الْوَلِيدِ؟»، وقد ذكروا أن شاباً قام فتكلم في مجلس عطاء بن أبي رباح؛ فأنصت له كأنه يسمع حديثه لأول مرة، فلما انتهى الشاب وانصرف تعجب الحاضرون من عطاء، فقال: والله إنني لأعلم الذي قاله قبل أن يولد..!

من لي بإنسان إذا خاصمته *** وجَهِلتَ كان الحِلْمُ رد جوابه

وتراه يصغي للحديث بسمعه *** وبقلبه ولعلـه أدري به..!

قال أحد حكماء العرب: "إذا جالستَ العلماء فأنصت لهم.. وإذا جالستَ الجهال فأنصت لهم أيضاً؛ فإن في إنصاتك للعلماء زيادة في العلم، وفي إنصاتك للجهال زيادة في الحلم"!! ونقل ابن عبد ربه في "العقد الفريد" عن بعض الحكماء قوله لابنه: "يا بني.. تعلم حسن الاستماع كما تتعلم حسن الحديث، وليعلم الناس أنك أحرص على أن تسمع منك على أن تقول".

2. التجاهل الاستراتيجي لبعض الأسئلة:

ينبغي للقائم بالاتصال أن يكون له هدف يسعى لتحقيقه، لا سيما إذا كان الحوار يعالج قضية من الأهمية بمكان، والقضية التي يعالجها الحوار هنا هو إثبات الرسالة والدعوة إلى الإسلام الذي يضمن للعبد السعادة في الدنيا والآخرة، والمتلقي هنا وهو عتبة طرح أسئلة عن مقارنة النبي بأبائه: عبد الله، وعبد المطلب، وكأنه يريد أن يصرفه بعيداً عن القضية الأساسية وهو مضمون الرسالة التي جاء بها، ولكن النبي ﷺ لم يجب عن هذه الأسئلة، وتجاهلها عمداً لأنها تقود الحوار إلى مسائل فرعية بعيداً عن المقصود، وهذا التجاهل يعبر عن عمق الحكمة في الرد، وعدم الانجرار إلى مجادلات غير مجدية.

3. الرد بالحجة القوية باستخدام القرآن:

من الحجج المنطقية التي يذكرها خبراء الإعلام الاستشهاد بالأدلة والنصوص من القرآن الكريم، فللنصوص وقع غريب على الأنفس التي تسمعها- إذ يقع في القلب تسليم خفي لها- وليس هناك كلام يقارب كلام رب العالمين سبحانه، بعد أن أنهى عتبة كلامه، رد النبي ﷺ بتلاوة آيات من القرآن من سورة فصلت، التي تتحدث عن عظمة الله وإنذاره للأمم السابقة واستخدام القرآن هنا حجة قوية، حيث إنه رسالة ذات أبعاد روحية، وعقلية عميقة تتجاوز مجرد النقاش البشري العادي "كَتَابٌ فَصَّلَتْ آيَاتُهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لِّقَوْمٍ يَعْلَمُونَ * بَشِيرًا وَنَذِيرًا فَأَعْرَضَ أَكْثَرُهُمْ فَهُمْ لَا يَسْمَعُونَ * وَقَالُوا قُلُوبُنَا فِي أَكْثَةٍ مِّمَّا تَدْعُونَا إِلَيْهِ وَفِي آذَانِنَا وَقْرٌ وَمِنْ بَيْنِنَا وَبَيْنِكَ حِجَابٌ " وهذه الآيات من بداية سورة فصلت تعالج الغاية من بعث النبي صلى الله عليه وسلم وتعالج ردود الكافرين عليه وترد عليهم ومنها قوله تعالى: " قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَى إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَاسْتَقِيمُوا إِلَيْهِ وَاسْتَغْفِرُوهُ وَوَيْلٌ لِلْمُشْرِكِينَ " وقوله " قُلْ أَنتُمْ لَتَكْفُرُونَ بِالَّذِي خَلَقَ الْأَرْضَ فِي يَوْمَيْنِ وَتَجْعَلُونَ لَهُ أَندَادًا ذَلِكَ رَبُّ الْعَالَمِينَ " حتى بلغ قوله تعالى " فَإِنِ أَعْرَضُوا فَقُلْ أَنذَرْتُكُمْ صَاعِقَةً مِّثْلَ صَاعِقَةِ عَادَ وَثَمُودَ " وعتبة يسمع بإنصات واهتمام والآيات تأخذه إلى عالم آخر حتى يسمع الآية الأخيرة فيخاف أن يكمل النبي الآية وتأتي الصاعقة مثل صاعقة عاد وثمود .

وهنا تتحطم دفاعات عتبة بن ربيعة، وتُسف كل العروض التي عرضها على النبي ﷺ، إذ يخبره- بالقول الفصل- بأنه نبي لا مدع للنبوّة، ولا طالب ملك، ولا رئاسة، ولا مال، وأن ما يأتيه هو الملك من عند الله سبحانه وليس مساً من الشيطان؛ فاستخدام الآيات القرآنية كتعبير عن حجته يظهر أن مرجعيته ليست ذاتية أو شخصية، بل تستند إلى مصدر إلهي يُعطي كلامه قوة ووزناً، هذا يعزز مصداقية دعوته.

4. التركيز على الهدف الرئيس:

بدلاً من الرد على كل نقطة أثارها عتبة، اكتفى النبي ﷺ بتلاوة آيات تحمل معاني التحذير والإنذار من العذاب مثل صاعقة عاد وثمود. هذا يظهر أن الرسالة التي يحملها

النبى أكبر وأهم من الردود الشخصية أو المادية، وأن الهدف هو تذكير قريش بعواقب الإعراض عن الحق.

فالنبي ﷺ لم ينجر إلى الجدل أو استعراض الحجج، بل اكتفى بتقديم رسالة القرآن التي تعتبر أبلغ من أي جدال آخر. وهذا يوضح أن الحقيقة لا تحتاج إلى مجادلة مطولة عندما تكون قوية بذاتها، وهذا أسلوب ناجح في الحوار والمناظرة، وهو التركيز على الهدف الرئيس من الحوار، وعدم الاستطراد، والدخول في مسائل فرعية بعيداً عن الهدف الأساس من الحوار؛ لذا يحسن قبل الحوار تحديد موطن النزاع.

5. استخدام السرد التاريخي:

من الاستمالات الإقناعية المنطقية أسلوب السرد التاريخي، وقد استخدمه النبي ﷺ في تذكير عتبة بالقصص القرآني للأقوام السابقة (مثل عاد وثمود)، وهو يعتبر أسلوباً منطقياً قوياً، حيث يظهر عواقب الإعراض عن دعوة الأنبياء، وهذا يفيد الدعاة والقائمين بالاتصال في تدعيم كلامهم بوقائع وأحداث التاريخ؛ حيث يستخدم التاريخ كمصدر لتوضيح الحقائق، والاعتبار بأحوال من سبق، وقد أمر الله عز وجل بالتأمل والنظر في قصص السابقين فقال: **قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِّبِينَ [الأنعام: 6]** وقال سبحانه: **قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِن قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ [الروم: 42]**.

6. عدم الرد على الاستفزازات مباشرة:

عندما وصف عتبة النبي بأنه "شؤم على قومه"، لم يرد النبي على هذا التعليق بطريقة سلبية، بل انتقل إلى تقديم رسالته بشكل مباشر، هذا يظهر نضوجاً في التعامل مع الاستفزازات، ويوضح أن الهدف ليس الاستجابة للاتهامات، بل توضيح الرسالة، كما أن النبي ﷺ أراد تحويل الحوار من شخصي إلى عام: عوضاً عن الدخول في جدل حول ما إذا كان هو أفضل من أجداده، انتقل الحديث إلى قضية عامة تتعلق بمصير الأمم السابقة؛ مما يعكس النية الحقيقية وراء دعوته، وهي دعوة جميع الناس إلى الله.

ومن الشواهد على ذلك ما جاء في حوار نبي الله موسى عليه السلام وفرعون حيث **قَالَ فِرْعَوْنُ وَمَا رَبُّ الْعَالَمِينَ فَأَجَابَهُ نَبِيُّ اللَّهِ مُوسَى بِقَوْلِهِ: قَالَ رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ**

وَمَا بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ مُوقِنِينَ، وهنا أراد فرعون أن يحيد عن الحوار، وأن يشغل نبي الله موسى بحوار فرعي مع أتباعه ف: قَالَ لِمَنْ حَوْلَهُ أَلَا تَسْتَمِعُونَ، ونبي الله موسى مستمر في هدفه لا يحيد عنه يذكرهم بالربوبية: قَالَ رَبُّكُمْ رَبُّ آبَائِكُمُ الْأَوَّلِينَ، وهنا يلجأ فرعون للسب والشتم والاتهام بالجنون: قَالَ إِنْ رَسُولُكُمْ الَّذِي أُرْسِلَ إِلَيْكُمْ لَمَجْنُونٌ، ونبي الله موسى لا يلتفت، فما زال منشغلاً بالهدف الأساس، فشخص نبي الله موسى لا يشغله، وإنما يشغله المصلحة العظمى، وهي الدعوة إلى توحيد الله عز وجل؛ فلم يدافع عن نفسه وإنما: "قَالَ رَبُّ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ".

7. دعوة إلى التفكير والتأمل:

وذلك من خلال تلاوة الآيات التي تدعو إلى التأمل في صفات الخالق الذي خلق الأرض في يومين، وجعل فيها جبلاً راسيات، وقدر فيها أقوات الناس والبهائم في أربعة أيام متممة لليومين السابقين، ثم قصد سبحانه إلى خلق السماء وهي يومئذ دخان، فقال لها وللأرض انقادا لأمري مختارتين، أو مكرهتين، قالتا أتينا طائعين، وفيها إشارة إلى أن هذه المخلوقات منقادة مطيعة لربها، فكيف للإنسان الذي كرمه الله بالعقل أن يعاند ويكفر.

والدعوة إلى إعمال العقل، والتفكير والتأمل في صنع الله مبدأ قرآني استعمله رب العالمين في دعوته للمشركين فلو تأملوا، وفكروا لآمنوا بالله ورسوله قال تعالى: أَوَلَمْ يَتَفَكَّرُوا مَا بِصَاحِبِهِمْ مِنْ جَنَّةٍ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ مَبِينٌ @ أَوَلَمْ يَنْظُرُوا فِي مَلَكُوتِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا خَلَقَ اللَّهُ مِنْ شَيْءٍ وَأَنْ عَسَى أَنْ يَكُونَ قَدِ اقْتَرَبَ أَجْلُهُمْ فَبِأَيِّ حَدِيثٍ بَعْدَهُ يُؤْمِنُونَ [الأعراف: 184-185].

8. تفنيد الادعاءات بأسلوب غير مباشر:

عندما قال عتبة إن النبي ﷺ قد فرق جماعتهم، وعاب دينهم، لم يجادل النبي ﷺ في ذلك مباشرة، بل قدم لهم نصاً من القرآن يوضح خطورة الإعراض عن الحق، هذا الأسلوب يظهر كيف يمكن للحق أن يدحض الباطل دون الحاجة إلى الدخول في جدال، كما أن هذا الأسلوب يؤكد على أن الحق لا يتطلب العديد من الكلمات، بل يكفي أن يُعرض بصيغته الأصلية، وهذا يسلط الضوء على قوة الحق في حد ذاته.

ثانياً: الاستمالات العاطفية:

1. أسلوب التهيب والتركيز على البعد الأخروي والعقابي:

اختار النبي ﷺ آيات تتحدث عن صاعقة عاد وثمود؛ مما يشير إلى تحذير قريش من عواقب عدم الإيمان، وهذا أسلوب يثير كوامن الخوف، حيث يركز على التخويف من مصير الأقوام السابقة، ويحثهم على التفكير بعواقب أفعالهم، كما أنه يسلط الضوء على العواقب الوخيمة: فعندما ذكر النبي ﷺ عذاب الصاعقة مثل عذاب عاد وثمود، استحضّر صورة مروعة لعواقب الإعراض عن الرسالة، هذا من شأنه أن يثير مشاعر الخوف والقلق؛ مما يجعل المستمع يفكر في مصيره الشخصي.

2. أسلوب الترغيب:

وذلك من خلال براعة الاستهلال في قوله تنزيل من الرحمن الرحيم الذي وسعت رحمته كل شيء، ومن أعظم رحمته وأجلها إنزال هذا الكتاب العظيم، ففيها إشارة إلى أن من اتبع هذا الكتاب العظيم نال رحمة الله في الدنيا والآخرة، وكذلك الوعد الإلهي في الآية الكريمة أن من حقق الإيمان والعمل الصالح فله أجر دائم غير مقطوع، وهذا مما يثير عاطفة الرغبة في هذا الأجر من خلال الإيمان والعمل الصالح.

3. التسامح وعدم الرد على الإساءة:

اختار النبي ﷺ أن يرد بأسلوب نبيل، فلم يُجِب على الإهانات التي وجهها له عتبة، بل اكتفى بتلاوة القرآن؛ مما يظهر عاطفته الرفيعة في كظم الغيظ، والصبر على الإساءات، وهو أسلوب عاطفي يشعر السامع بأخلاق النبي العظيمة، ويؤثر في قلبه من خلال القدوة الحسنة، كما أن النبي ﷺ تجنب مجادلة عتبة في كلامه، ولم يدافع عن نفسه بالجدال أو التبرير؛ مما يظهر التسامح والعفو، وهذا الأسلوب في الرد يشعر المستمع بالعظمة الإنسانية للنبي وقدرته على العفو والصفح، ما يجعله قدوة مؤثرة. عدم الرد المباشر على الإساءة.

4. أسلوب الخطاب المباشر:

وذلك حين خاطبه النبي ﷺ بكنيته قل يا أبا الوليد أسمع، وفيه حسن الأدب والمعاملة حتى مع المشركين؛ فقد كان عتبة بن ربيعة أكبر سنًا من رسول الله صلى الله عليه وسلم، وكان النبي ﷺ يحترمه لكبر سنه كما كان يفعل العربي الكريم مع الأسنّ منه،

فتعامل معه النبي ﷺ بخلق عالٍ راقٍ، فالنبي عليه الصلاة والسلام يتحدث مع رجل مشرك لا يساوي شيئاً في ميزان الله سبحانه، بل إن المسلم الضعيف له مكانة عند الله لا يعادلها ملء الأرض من المشركين، فكان من الممكن أن يخاطبه باسمه، ولكن النبي صلى الله عليه وسلم ناداه بكنيته مرتين، وفي ذلك تهديئة لقلب المحاور الذكي الفطن بأن يدعن لقول النبي صلى الله عليه وسلم ويعرف أنه يجلس مع رجل يقدر الرجال ويحترمهم.

تأثير الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية في الحوار النبوي السابق على المتلقى: مما سبق نستنتج كيف عالج النبي ﷺ قضية إثبات الرسالة والدعوة إلى الإسلام، وقد عالجه بمجموعة من الاستمالات المنطقية والعاطفية التي أظهرت حكمته ﷺ في إدارة الحوار، وذكاءه في اختيار الرد المناسب، مع التركيز على الهدف الرئيس لدعوته؛ مما أحدث تأثيراً واضحاً في عتبة، وأثار لديه الحيرة والإعجاب برسالة الإسلام.

وهذا التأثير على المتلقي ظهر حين "قام عتبة لا يدري ما يراجع به، إلى نادي قومه، فلما رأوه مقبلاً قالوا: لقد رجع إليكم بوجه ما قام به من عندكم. فجلس إليهم فقال: يا معشر قريش قد كلمته بالذي أمرتموني به، حتى إذا فرغت كلمني بكلام لا والله ما سمعت أذناي بمثله قط، فما دريت ما أقول له يا معشر قريش، أطيعوني اليوم، واعصوني فيما بعده، اتركوا الرجل واعتزلوه، فوالله ما هو بتارك ما هو عليه، وخلوا بينه وبين سائر العرب؛ فإن يظهر عليهم يكن شرفه شرفكم، وعزه عزكم، ومملكه ملككم، وإن يظهروا عليه تكونوا قد كفيتموه بغيركم، قالوا: صبأت يا أبا الوليد".

وهذا الأثر البليغ الذي أحدثه أسلوب النبي الذي جمع فيه بين المنطق والعاطفة، وبين الترغيب والترهيب، وبين قوة الأسلوب مع الرفق؛ جعلت عتبة يتحول من مهاجم للنبي ﷺ في مبدأ الحوار إلى مدافع عنه في نهايته فقال لهم: اتركوا الرجل واعتزلوه، فوالله ما هو بتارك ما هو عليه، وخلوا بينه وبين سائر العرب؛ فإن يظهر عليهم يكن شرفه شرفكم، وعزه عزكم، ومملكه ملككم، وإن يظهروا عليه تكونوا قد كفيتموه بغيركم، حتى بلغ من شدة دفاعه عن النبي أن قالوا له: صبأت يا أبا الوليد".

النموذج الثاني

عن عمران بن حصين رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم لأبي حصين: كم تعبد اليوم من إله؟ قال: سبعة؛ ستة في الأرض، وواحد في السماء، قال:

فَأَيُّهُمْ تُعَدُّ لِرَهْبَتِكَ وَلِرُغْبَتِكَ؟ قَالَ: الَّذِي فِي السَّمَاءِ، قَالَ: أَمَا إِنَّكَ لَوْ أَسْلَمْتَ عَلَّمْتُكَ كَلِمَتَيْنِ تَنْفَعَانِكَ، قَالَ: فَلَمَّا أَسْلَمَ حُصَيْنٌ أَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، عَلَّمَنِي الْكَلِمَتَيْنِ اللَّتَيْنِ وَعَدَّتَيْهِمَا، قَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: قُلْ: اللَّهُمَّ أَلْهِمْنِي رُشْدِي، وَعَافِنِي مِنْ شَرِّ نَفْسِي⁽³²⁾.

يعد هذا الحوار بين النبي ﷺ وحصين بن عبد الرحمن اتصالاً مباشراً بين فرد وفرد، والمتلقي في هذه العملية الاتصالية منكر لتوحيد الله عز وجل يعبد آلهة متعددة؛ فالحديث يعالج قضية التوحيد، وهي أعظم قضية عرفتها البشرية، وهي أول دعوة الرسل، وهي محل إجماع بين الأنبياء والرسل؛ فما من رسول أرسله الله تعالى إلا وأول ما يدعو قومه إليه أن اعبدوا الله ما لكم من إله غيره، وهذا الحوار الذي اشتمل على جمل قصيرة موجزة، لكنها تحمل في طياتها معاني كثيرة، وتتضمن استمالات منطقية وعاطفية استطاع من خلالها النبي ﷺ أن يحول الرجل من مشرك إلى موحد؛ وهذه أبرز الاستمالات الإقناعية في هذا الحوار:

أولاً: الاستمالات المنطقية:

1. الحوار التفاعلي (السؤال والجواب):

استخدم النبي ﷺ أسلوب السؤال ليقود المحادثة، حيث سأل أبا حصين عن عدد الآلهة التي يعبدها، هذا الأسلوب يشجع على التفكير، ويحفز المستمع على التفاعل، فالنبي ﷺ طرح أسئلة تدفع حصين للتفكير بنفسه، وتجعله يتفاعل مع الحوار؛ مما جعله يصل إلى حقيقة التوحيد من خلال التأمل في الإجابات، وعندما سأله "من الذي تعد لرغبتك ورهبتك؟" فتح له المجال ليكتشف بنفسه أي المعبودات أقرب له ويشعر بحاجته له.

وهذا الأسلوب من أهم استمالات الإقناع المنطقية، ومن أبرز قواعد الاتصال والحوار، فالاتصال الأحادي الذي يكون من جانب واحد ربما يفشل في إيصال الرسالة، ويجعل المتلقي يشعر بالممل، وربما يثير الاتصال مجموعة من التساؤلات يحتاج أن يتفاعل مع المرسل ليجد جوابها، أما الاتصال الثنائي الذي يشارك فيه المستقبل، ويتفاعل مع المرسل لا شك أنه أقدر على فهم الرسالة، وفك رموزها.

والم تأمل في سيرة النبي ﷺ يجد أنه كثيراً ما يُعلم أصحابه عن طريق السؤال والجواب، بل لو قام باحث بحصر الأحاديث النبوية التي يسأل فيها النبي ﷺ أصحابه عن مضمون الرسالة التي يريد أن يوصلها إليهم ثم يجيب لوجد عدداً كبيراً جداً من الأحاديث: مثل قوله: أتدرون ما الغيبة؟ فيقول الصحابة الله ورسوله أعلم، فيجيبهم النبي بقوله: ذكرك أخاك بما يكره، وكان من الممكن أن يقول لهم الغيبة هي ذكرك أخاك بما يكره، ولكنه طرح السؤال لينتبه المخاطب؟ ويعمل فكره، ويشعل ذهنه، فإذا ألقى عليه الجواب كان أخرى أن لا ينساه.

2. التدرج في الأفكار:

ترتيب الأفكار، وفصاحة اللسان، وقوة البيان، وحسن العرض من العوامل التي تؤدي إلى نجاح الحوار، النبي ﷺ لم يدخل مباشرة في الدعوة للإسلام، بل قاده تدريجياً، حيث استدرج حصيلاً خطوة خطوة، فبدأ بسؤال عن عدد الآلهة، ثم انتقل للسؤال عن الذي يعده لأهم رغباته؛ مما يظهر تدرجاً منطقياً في الحوار، حيث يبدأ بالمعلومات الأساسية وينتقل إلى المفاهيم الأعمق، حتى وصل به إلى الاعتراف بأن الله الذي في السماء هو المعبود الحق، وهذا الأسلوب يسهل على المتلقي تقبل الحقائق الجديدة.

المحاور بطبعه يميل لنقل أفكار كثيرة في كلام قصير، ووقت قليل وربما حمله ذلك إلى التسرع في إلقاء الرسالة دون ترتيب ظناً منه أن الرسالة واضحة عند المتلقي كما هي واضحة عنده، من أجل ذلك ينبغي على كل محاور الاهتمام بالتدرج في عرض الأفكار، وترتيبها، وحسن العرض، لأن تشابك الأفكار وتداخلها يشوشان على السامع، بل يجعلانه في حيرة من أمره، فلا يدري بداية الفكرة من نهايتها، كما لا يستطيع التمييز والفصل بين الأفكار. يضاف إلى ما سبق أن الفكرة مهما كانت صحيحة وقيمة إذا لم يحسن صاحبها حسن عرضها فإنها ستفقد قيمتها.

3. البدء بنقاط الاتفاق:

حيث بدأ النبي ﷺ مع هذا الرجل بأمر بسيط لا يختلف فيه أحد، حتى الكفار فإنهم إذا وقعوا في شدة تركوا دعاء الأصنام ولجأوا لله وحده قال تعالى: "فَإِذَا رَكِبُوا فِي الْفُلِكِ دَعَوْا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ إِذَا هُمْ يُشْرِكُونَ" [العنكبوت:

65]، وهكذا بدأ النبي ﷺ بهذه الحقيقة بقوله فَأَيُّهُمْ تَعُدُّ لِرَغَبَتِكَ وَرَهْبَتِكَ؟ حين ترغب في شيء، أو تخاف فمن شيء فألى من تلجأ؟ فقال: الذي في السماء، فالعقل يقتضي أنه هو الذي يستحق أن يعبد وحده لا شريك له، وانتهى الحوار بمثل هذه البساطة ومراعاة المخاطب إلى أن أسلم حصين رضي الله عنه.

بين كل متناظرين مختلفين حد مشترك من النقاط المتفق عليها بينهما والتي يسلم بها الطرفان، والمحاوَر الناجح هو الذي يظهر مواطن الاتفاق. والبدء بالأمر المتفق عليها يساعد على تقليل الفجوة، ويوثق الصلة بين الطرفين، ويعيد الحوار هادئاً هادئاً، أما إذا كان البدء بذكر مواضع الخلاف وموارد النزاع فإن فرص التلاقي تقل، وفجوة الخلاف تتسع، كما أنه يغير القلوب، ويثير النفوس للغلبة دون النظر إلى صحة الفكرة؛ فالبدء بالنقاط المشتركة يساعد على تحرير محل النزاع، وتحديد نقطة الخلاف، ويفيد في حسن ترتيب القضايا والتدرج في معالجتها.

وهذه القاعدة يؤكدها القرآن الكريم في أكثر من موضع عند حوار المخالفين في المعتقد عن طريق البدء بعرض البديهيات والمسلمات التي لم يختلف عليها أحد، والتي تكون في النهاية ملزمة لهم بالإيمان بما أنكروه ابتداءً قال تعالى: "قُلْ مَنْ يَرْزُقُكُمْ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ أَمَّنْ يَمْلِكُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَمَنْ يُخْرِجُ الْحَيَّ مِنَ الْمَيِّتِ وَيُخْرِجُ الْمَيِّتَ مِنَ الْحَيِّ وَمَنْ يُدَبِّرُ الْأَمْرَ فَسَيَقُولُونَ اللَّهُ فَقُلْ أَفَلَا تَتَّقُونَ * فَذَلِكُمُ اللَّهُ رَبُّكُمْ الْحَقُّ فَمَاذَا بَعَدَ الْحَقِّ إِلَّا الضَّلَالُ فَأَنَّى تُصْرَفُونَ" [يونس: 31: 32].

قال تعالى: "قُلْ لِّمَنِ الْأَرْضُ وَمَن فِيهَا إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ" "سَيَقُولُونَ لِلَّهِ قُلْ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ" "قُلْ مَن رَّبُّ السَّمَاوَاتِ السَّبْعِ وَرَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ" "سَيَقُولُونَ لِلَّهِ قُلْ أَفَلَا تَتَّقُونَ" "قُلْ مَن بِيَدِهِ مَلَكُوتُ كُلِّ شَيْءٍ وَهُوَ يُجِيرُ وَلَا يُجَارُ عَلَيْهِ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ" "سَيَقُولُونَ لِلَّهِ قُلْ فَأَنَّى تُسْحَرُونَ" [المؤمنون: 84: 89].

وبعد أن يذكرهم بهذه الحقائق الثابتة التي يقرون بها ولا يختلفون عليها يذكرهم بما خالفوا فيه فيقول: "بَلْ أَتَيْنَاهُم بِالْحَقِّ وَإِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ" * "مَا اتَّخَذَ اللَّهُ مِنْ وَلَدٍ وَمَا كَانَ مَعَهُ مِنْ إِلَهٍ إِذَا لَذَهَبَ كُلُّ إِلَهٍ بِمَا خَلَقَ وَلَعَلَّ بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ سِبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُصِفُونَ" [المؤمنون: 90: 91].

4. أسلوب المقارنة:

من خلال سؤال النبي ﷺ عن الإله الذي يعبده أبو حصين، يستطيع المتلقي أن يقارن بين الأمرين من خلال الفرق بين الآلهة التي في الأرض، والتي في السماء؛ مما يساعد المحاور على رؤية الاختلافات الجوهرية، وهذا أسلوب منطقي يجعل المتلقي يعمل فكره وعقله من خلال المقارنة ليصل من خلالها إلى الوصول للحق.

وهذا الأسلوب المنطقي دل عليه القرآن الكريم في تقرير التوحيد قال تعالى: ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا رَجُلًا فِيهِ شُرَكَاءُ مُتَشَاكِسُونَ وَرَجُلًا سَلَمًا لِرَجُلٍ هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا ۗ الْحَمْدُ لِلَّهِ ۗ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ [الزمر: 29]. في هذا الآية الكريمة يدعو الله تعالى إلى إعمال العقل والفكر من خلال المقارنة بين المشرك والموحد برجل له مجموعة من الشركاء متنازعون مختلفون أحدهم يأمره بأمر، والآخر يأمره بضده، ولا يدري هذا العبد المسكين من يرضى بعبد آخر له سيد واحد يعرف ما يرضيه وما يسخطه فيقول: (ضرب الله مثلاً رجلاً فيه شركاء متشاكسون) أي: له أسياد يتنازعون في ذلك العبد المشترك بينهم، (ورجلاً سَلَمًا لِرَجُلٍ) أي: خالصاً لرجل، لا يملكه أحد غيره، ثم يأتي السؤال بعد المقارنة (هل يستويان مثلاً) أي: لا يستوي هذا وهذا، كذلك لا يستوي المشرك الذي يعبد آلهة مع الله، والمؤمن المخلص الذي لا يعبد إلا الله وحده لا شريك له، فأين هذا من هذا؟ ولما كان هذا المثل ظاهراً بيناً جلياً، قال: (الحمد لله) أي: على إقامة الحجة عليهم، (بل أكثرهم لا يعلمون) أي: فلهذا يشركون بالله.

5. مراعاة حال المتلقى:

ويظهر ذلك من خلال التأمل في الحديث؛ فأبو حصين رجل بسيط، وراوي الحوار هو ابنه عمران ابن حصين، مما يدل على أنه كبير في السن، لذا استخدم النبي ﷺ معه كلمات بسيطة، وسهلة الفهم؛ مما يسهل على أبي حصين استيعاب الرسالة، وفهمها، وعدم الشعور بالتعقيد، فالنبي لم يحدثه عن دوران الأفلاك، وتعاقب الليل والنهار، وغيرها من الأدلة العقلية التي تحتاج إلى علم بقواعد الفصاحة والمنطق، وحينما أسلم أبو حصين، لم يكتفِ النبي بإعلان إسلامه، بل قام بتوجيهه إلى دعاء مفيد؛ مما يعكس أسلوب التعليم، والتوجيه الإيجابي.

وهذا الأسلوب يعد في علوم الإعلام والاتصال من أهم عوامل نجاح الرسالة الاتصالية، وهي أن تكون مناسبة للجمهور المتلقي، وهي من قواعد الدعوة إلى الله قال سبحانه: {ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ} [النحل: 125] ذكر الله سبحانه في هذه الآية مراتب الدعوة، وأقسام الجمهور المستقبل للدعوة، وجعلها ثلاثة أقسام بحسب حال المتلقي فإنه:

- 1) إما أن يكون طالباً للحق، راغباً فيه، محباً له، مؤثراً له على غيره إذا عرفه، فهذا يُدعى بالحكمة، ولا يحتاج إلى موعظة ولا جدال.
- 2) وإما أن يكون معرضاً، مشتغلاً بضد الحق، ولكن لو عرفه وآثره واتبعه؛ فهذا يحتاج مع الحكمة إلى الموعظة بالترغيب والترهيب.
- 3) وإما أن يكون معانداً معارضاً فهذا يُجادل بالتي هي أحسن، فإن رجع إلى الحق وإلا انتقل معه من الجدل إلى الجلال إن أمكن.

6. التحفيز والتوجيه نحو الفعل:

والتحفيز هو كل قول أو فعل يعمل على دفع الآخر لسلوك أفضل، ويشجعه على الاستمرارية، ومزيد من التقدم نحو الأفضل؛ فعندما أدرك النبي أن حصيناً أصبح قريباً من فهم التوحيد، لم يقف هنا، بل شجعه بالقول: "أسلم وأعلمك كلمات ينفعك الله بهن"، وهذا يشير إلى تقديره لحاجات المتلقي، وفهمه لرغباته، حيث أظهر له أن في الإسلام منفعة وفائدة شخصية، ولم يقتصر الحديث فقط على الحوار الفكري، بل تضمن دعوة مباشرة إلى الفعل (أسلم وأعلمك كلمات)؛ مما يشجع على اتخاذ خطوات ملموسة نحو التغيير.

ويعد أسلوب التحفيز في مجال الدعوة والاتصال من عوامل تحقيق أهداف العملية الاتصالية في مختلف مراحلها، حيث يجب الجمهور في الرسالة، ويجعلهم أسرع في قبولها، ويستطيع من خلاله تحويل الأفراد من محبطين إلى أفراد نشطاء.

7. إعمال العقل والمنطق:

عندما سأل النبي صلى الله عليه وسلم أبا حصين عن الإله الذي يعده للسؤال عن الخوف والرجاء، فأجابته أبو حصين أن الإله في السماء هو الذي يعده لرهبته ورغبته،

قدم النبي صلى الله عليه وسلم تحدياً فكرياً ودعوةً ضمنيةً إلى إعمال العقل والمنطق، فالإله الذي يدعى في الرغب والرهب يستحق أن يفرد وحده بالعبادة، هذا المنطق يشجع الشخص على التفكير في تغيير موقفه.

ثانياً: الاستمالات العاطفية:

1- اللين والرحمة في الدعوة:

النبي لم يعاتب حصيناً على عبادته لآلهة متعددة، بل بدأ بأسلوب السؤال والحوار الهادئ. لم يهاجمه أو يعنفه على معتقداته، بل فتح معه حواراً يظهر الاحترام لرأيه حتى يستطيع الاستماع دون شعور بالتهديد. وهذا يبين أن أسلوب النبي في الحديث كان ليناً، بعيداً عن الجدل أو القسوة؛ مما جعل حصيناً يشعر بالطمأنينة والراحة، ويساعده على تقبل الدعوة بصدر رحب، كما أن استخدام النبي لأسلوب التعليم بدلاً من النقد يسهم في تحريك مشاعر الإيجابية والرغبة في التعلم؛ مما يساعد في تعزيز الحوار البناء.

فاللين والرحمة جسر بين المحاور والطرف الآخر، ومفتاح لقلبه وعقله، وكلما اتضحت معالم الرحمة على المحاور كلما انشرح صدر الخصم، واقترب من محاوره، وأذعن له واقتنع بكلامه. يقول- سبحانه- مخاطباً نبيه: {فِيمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ} [آل عمران: 159]، ولذلك كان الأنبياء في حوارهم مع أقوامهم يصرحون بالخوف والحرص والشفقة عليهم.

2. الدعوة للأمل والتفاؤل:

حين قال النبي ﷺ "أسلم وأعلمك كلمات ينفعك الله بهن"، أشار إلى مسألة مهمة وهي أن الدين ينفع الإنسان في دنياه وآخرته، ويعطيه السلام الداخلي والهداية؛ مما يجعل الإسلام مصدراً للنفع والخير للروح والنفوس، ويتعليم النبي لأبي حصين كلمتين تتفعانه، يعطيه شعوراً بالأمل والتفاؤل؛ مما يشجع الآخرين على الاعتقاد في إمكانية التحسن والتغيير.

3. الترغيب والتشجيع:

عندما يَعدُّ النبيُّ أبا حصين بأنه سيعلمه كلمتين تتفعانه، يظهر في ذلك رسالة إيجابية تشجع الشخص على التغيير وتحفزه على اتخاذ خطوات نحو الإيمان، كما أن تعليم النبي

ﷺ للدعاء يعكس جانباً عاطفياً من الدعم الروحي، حيث يشعر الشخص بأنه ليس وحده في مواجهة تحدياته، بل لديه القدرة على الاستعانة بالله وحده.

4. الألفة والود:

يظهر النبي ﷺ تعاطفه ومودته مع أبي حصين من خلال سؤاله عن إلهه؛ مما يدل على اهتمامه برأيه ومشاعره. هذا النوع من التعاطف يساعد في بناء علاقة قوية ويشجع المحاور على التعبير عن أفكاره

أسلوب النبي ﷺ الودود في التحدث إلى أبي حصين يخلق شعوراً بالألفة؛ مما يجعل المحاور يشعر بأنه مقبول، وأن لديه دعماً من النبي، كما أنه بتعليم النبي لأبي حصين الدعاء يمنحه شعوراً بالانتماء إلى جماعة المؤمنين؛ مما يعزز شعوره بالأسرة الروحية.

5. التأكيد على القيم الروحية:

الحوار بين النبي ﷺ وحصين بن عبد الرحمن يتضمن عدة قيم روحية عظيمة تُظهر الحكمة في الدعوة إلى الله وتبيين المبادئ الأساسية للإيمان بالله. من أهم هذه القيم الروحية: هي قيمة التوحيد، إذ يُرشد النبي حصيناً إلى ضرورة توجيه العبادة والخوف والرجاء إلى الله وحده دون سواه. يظهر هذا بوضوح في سؤال النبي عن يلتجئ إليه حصين في "رغبته ورهبته"، موجهاً إياه نحو الله الذي في السماء.

ومن هذه القيم حسن الظن بالله والاعتماد عليه: في توجيه حصين إلى الإيمان بالله كواحد، يُعلم النبي أهمية الاعتماد على الله وحده في جميع الأمور، فهو الذي بيده النفع والضرر، هذا يرسخ في قلب المتلقي حسن الظن بالله واليقين بأنه مصدر الخير والحماية.

تأثير الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية في الحوار النبوي السابق على المتلقي مما سبق نستنتج كيف عالج النبي ﷺ قضية التوحيد بمجموعة من الاستمالات المنطقية والعاطفية في جمل مختصرة، ورسائل مركزة راعى فيها حال المتلقي، والتي أظهرت حكمته ﷺ في إدارة الحوار، وذكاءه في اختيار الرد المناسب، مع التركيز على الهدف الرئيس لدعوته؛ مما أحدث تأثيراً واضحاً في المتلقي لم يجعله فقط يقتنع بمضمون الرسالة الاتصالية، بل تحول إلى سائل، ومتعلم، وقد ظهر هذا التأثير في قول

راوي الحديث: فلما أسلم حصين أتى النبي ﷺ فقال: يا رسول الله، علمني الكلمتين اللتين وعدتنيهما، قال ﷺ: قل: اللهم ألهمني رشدي، وعافني من شر نفسي.

النموذج الثالث

حوار النبي ﷺ مع الصحابة في خطبة الوداع (قضية حفظ الدماء والأموال والأعراض)

عن أبي بكرة نفيح بن الحارث رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: إن الزمان قد استدار كهيئته يوم خلق الله السموات والأرض، السنة اثنا عشر شهراً: منها أربعة حرم، ثلاث متواليات، ذو القعدة، وذو الحجة، والمحرم، ورجب مضر الذي بين جمادى وشعبان، أي شهر هذا؟ قلنا: الله ورسوله أعلم، فسكت حتى ظننا أنه يسئمه بغير اسمه، قال: أليس ذا الحجة؟ قلنا: بلى، قال: أي بلد هذا؟ قلنا: الله ورسوله أعلم، فسكت حتى ظننا أنه سيسئمه بغير اسمه، قال: أليس البلدة؟ قلنا: بلى، قال: فأى يوم هذا؟ قلنا: الله ورسوله أعلم، فسكت حتى ظننا أنه سيسئمه بغير اسمه، قال: أليس يوم النحر؟ قلنا: بلى، قال: فإن دماءكم وأموالكم - قال محمد وأحسبه قال: وأعراضكم - عليكم حرام، كحرمة يومكم هذا، في بلدكم هذا، في شهركم هذا، وستلقون ربكم فيسألكم عن أعمالكم، ألا فلا ترجعوا بعدي ضللاً، يضرب بعضكم رقاب بعض، ألا ليبلغ الشاهد الغائب، فقل بعض من يبلغه أن يكون أوعى له من بعض من سمعه، - فكان محمد إذا ذكره قال: صدق النبي صلى الله عليه وسلم -، ثم قال: ألا هل بلغت ألا هل بلغت (33).

هذا الحوار بين النبي ﷺ والصحابة في حجة الوداع يعد اتصالاً جمعياً بين فرد وجماعة من الناس، والمتلقي في هذه العملية الاتصالية ليس منكراً لمضمون الرسالة، بل موافقاً لها، لكن القضية التي يعالجها الحديث هي ضمان لحفظ وصيانة المجتمع ككل؛ فالحديث يعالج قضية حفظ الدماء والأموال والأعراض، وهذه الأمور الثلاثة تعد من الضرورات الخمس التي لا يستقيم مجتمع إلا بحفظها وصيانتها، وهي: الدين، والنفس، والعقل، والمال، والعرض؛ لذا شدد النبي في هذه الأمور وجاء الحوار شديد اللهجة، قوي الحجة، تضمن أساليب منطقية وعاطفية نتاولها كما يلي:

أولاً: الاستمالات المنطقية:**1. أسلوب التأكيد بالبيان الزماني والمكاني:**

بدأ النبي ﷺ بتوضيح وضعية الزمن: "إن الزمان قد استدار كهيئته يوم خلق الله السماوات والأرض"، وهذا أسلوب منطقي يعيد الأمور إلى أصلها، مؤكداً على النظام الزمني للكون، وأن الزمن يعيد دورته بانتظام؛ مما يرسخ فكرة التنظيم الكوني، ويثبت مكانة الأشهر الحرم.

كلمة "استدار" تعني أن الزمن قد دار وعاد كما كان، وكأن الكون يتبع دورة محددة وثابتة، ما يرمز إلى الدقة في تنظيم الله للكون وتوقيتاته، وهذا الاستقرار في الزمن يعود بأهمية خاصة إلى الشهور الحرم، التي حددها الله منذ بداية الخلق، وأمر بالاحترام والالتزام بها؛ لأنها جزء من النظام الإلهي الذي ينبغي مراعاته.

وهذا الأسلوب يثير الانتباه عند المخاطب، حيث يعيد الحديث ترتيب مفهوم الزمن وفقاً للإرادة الإلهية، ويرسخ فكرة أن الزمن ليس عشوائياً، بل يسير وفق تنظيم كوني دقيق؛ مما يعزز قدسية الأشهر الحرم ويؤكد على ضرورة احترامها والالتزام بحرماتها كجزء من هذا النظام الرباني الشامل.

2. التسلسل المنطقي في تحديد الأشهر:

"السنة اثنا عشر شهراً، منها أربعة حرم، ثلاث متواليات..."، حيث قام النبي ﷺ بتحديد الأشهر بترتيب منطقي دقيق، مع تحديد "رجب مضر" بدقة ليزيل أي التباس، هذا الأسلوب التوضيحي يركز على الوضوح والتحديد؛ مما يقوي الحجة ويزيل اللبس عن أسماء الأشهر ومواعيدها، ويضفي دقة على الكلام، هذا التسلسل المنطقي بداية من عد شهور السنة، ثم الانتقال إلى الأشهر الأربعة التي حرم فيها القتال ليصل بهم إلى الغاية من الحوار وهو بيان حرمة الدماء، والأموال، والأعراض.

3. أسلوب السؤال الاستنكاري التوضيحي:

استخدام النبي صلى ﷺ أسلوب السؤال الاستنكاري التوضيحي حين قال: "أي شهر هذا؟ ... أليس ذا الحجة؟" و "أي بلد هذا؟ ... أليس البلدة؟" و "أي يوم هذا؟ ... أليس يوم النحر؟"؛ هذا الأسلوب يوجه السامع إلى الإجابة بدقة؛ مما يرسخ المعلومة ويعزز

الوعي بأن كل تفاصيل الحدث مقدسة، هذا النوع من الأسئلة يظهر للسامعين قدسية الموقف، ويعزز فهمهم العميق للمناسبة. كما أنه يجعل المتلقي يفكر ماذا يقصد بالسؤال؟ مما يجعله ينتبه لما يليق به المحاور.

4. التشبيه لتقوية التحريم:

قوله: "فإن دماءكم وأموالكم- وأحسبه قال: وأعراضكم- عليكم حرام، كحرمة يومكم هذا، في بلدكم هذا، في شهركم هذا". هنا استخدم النبي ﷺ أسلوب التشبيه ليقارن بين حرمة الدماء والأموال والأعراض، وبين حرمة المكان (مكة)، والشهر (ذو الحجة)، واليوم (يوم النحر). هذا التشبيه المنطقي يوضح مدى خطورة الاعتداء على هذه الأمور ويجعل تحريمها راسخاً.

5. التنبيه على العاقبة:

وهذا الأسلوب ظهر في قوله "ستلقون ربكم فيسألكم عن أعمالكم، ألا فلا ترجعوا بعدي ضللاً، يضرب بعضكم رقاب بعض". هنا ينبه النبي ﷺ على مآل وعاقبة الإنسان وأن الجميع سيلقى ربه، ويسأله عن قوله وعمله، هذا التنبيه الذي يتضمن تحذيراً يجعل الإنسان يفكر في مصيره ومآله، وأنه مهما طال عمره فلا بد من لقاء ربه، وذلك يدفعه إلى تجنب القتال، والانحراف عن الصراط المستقيم، وينبهه إلى المسؤولية أمام الله يوم القيامة، كما أن الربط بين المسؤولية أمام الله، والتحذير من العودة إلى الضلال يجعل التحذير مؤثراً وعقلانياً.

6. أسلوب التكرار لتأكيد التبليغ:

قوله: "ألا هل بلغت، ألا هل بلغت" هنا تكرر منطقي لتأكيد وصول الرسالة، وضمناً فهما؛ مما يضيف وزناً للحديث، ويفتح المجال للشهود ليؤكدوا هذا التبليغ، وهذا الأسلوب يقوي الالتزام بمضمون الرسالة، ويؤكد إتمام النبي ﷺ لمسؤوليته، وأسلوب التكرار في الحوار يشير إلى أهمية مراعاة التؤدة والتأني من قبل القائم بالاتصال حتى يفهم الناس، وهذا ما كان يفعله النبي صلى الله عليه وسلم؛ قالت السيدة عائشة رضي الله عنها: ما كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يسرد سردكم هذا، ولكنه كان يتكلم بكلام بينه فصل يحفظه من جلس إليه⁽³⁴⁾.

وقولها: "ما كان رسول الله ﷺ يسرد سردكم هذا"، معناه: لا يتابع الحديث استعجاباً بعضه إثر بعض، حتى لا يلتبس على المستمع، "ولكنه كان يتكلم بكلام بينه"، أي: كلام يوضحه ويبينه، "فصل"، أي: ظاهر بين واضح، يكون بين أجزائه فصل، "يحفظه من جلس إليه"، وفي لفظ يفهمه كل من سمعه. أي: لوضوحه وتكراره له يسهل حفظه لمن جلس إليه، وفي رواية أخرى تقول: يحدث حديثاً لو عدّه العاد لأحصاه، وزاد الاسماعيلي في روايته إنما كان حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم فهما تفهمه القلوب.

ثانياً: الاستمالات العاطفية:

1. الترهيب والتذكير بعظمة الله:

حين قال النبي ﷺ: "إن الزمان قد استدار كهيئته يوم خلق الله السماوات والأرض"، فإنه يذكر السامعين بعظمة خلق الله، ويعيدهم إلى بداية الخلق. هذا التعبير يولد شعوراً بالرهبة والتواضع أمام عظمة الله وخلقته؛ مما يثير في نفوسهم إحساساً بالتعظيم للخالق، والخضوع له.

كما أن قوله: "ستلقون ربكم فيسألكم عن أعمالكم" فيه التذكير بالمسؤولية أمام الله هو تذكير مؤثر باليوم الآخر وبالوقوف أمام الله للحساب؛ مما يولد مشاعر الخشية والخوف من الله، ويزيد من الإحساس بالمسؤولية تجاه الأفعال والأقوال، ويدفع السامعين لمراجعة أنفسهم.

2. التشبيه لخلق ارتباط عاطفي قوي:

حين قال: "إن دماءكم وأموالكم وأعراضكم عليكم حرام كحرمة يومكم هذا، في بلدكم هذا، في شهركم هذا"، استعمل النبي التشبيه ليقرب المعنى العاطفي لتحريم دماء الناس، وأعراضهم، وأموالهم، وهذا التشبيه يثير في نفوسهم تعظيم حرمة الإنسان، ويربطه بقدسية يوم الحج، وبيت الله الحرام، فيصبح من الصعب عليهم انتهاك هذه الحرمات.

وهذا التشبيه من بلاغة النبي ﷺ ومعرفته بأحوال من يخاطبهم؛ فإنهم كانوا يعظمون الحرم؛ فإنه من المتقرر أن العرب كانت تسفك الدماء بغير حلها، وتأخذ الأموال بغير حقها، ويقتل أحدهم غير القاتل، فإذا دخلوا البلد الحرام، أو دخل الشهر الحرام، كفوا عن القتل، حتى قال قائلهم: كان الرجل في الجاهلية يرى قاتل أبيه في الحرم؛ فلا

يتعرض له تعظيماً لمكة والبلد الحرام، وكانوا إذا أرادوا الثأر من أحد ينتظرون خروجه خارج الحرم.

3. التحذير الوجداني من الانحراف:

"ألا فلا ترجعوا بعدي ضللاً، يضرب بعضكم رقاب بعض". هنا نجد تحذيراً عاطفياً واضحاً، حيث يثير النبي ﷺ مشاعر القلق والخوف على مستقبل الأمة، ويؤكد على أهمية الحفاظ على الوحدة بعد رحيله؛ مما يلمس قلوب السامعين، ويجعلهم يعون أهمية التحذير، فالقتال يؤدي إلى وصفهم بالضللال، وفي بعض أفاض الحديث: "لا ترجعوا بعدي كفاراً يضرب بعضكم رقاب بعض"، فهذا التحذير يخلق في وجدانهم وصف الكفر والضللال لمن استهان بالدماء، واعتدى عليها.

4. الدعوة إلى المحبة والتراحم:

من خلال تحريمه لدماء المسلمين وأموالهم وأعراضهم، يدعو النبي ﷺ إلى المحبة والتراحم بين الناس؛ مما يثير مشاعر الأخوة، والترابط العاطفي بين أفراد الأمة، ويغرس فيهم الحب والسلام بدلاً من العداوة والصراع، وهذه الدعوة تجلت في الإضافة إلى ضمير الجمع في قوله: دماءكم، وأموالكم، وأعراضكم عليكم حرام عليكم؛ مما يثير عاطفة الأخوة والترابط، حيث إن الدماء دماؤكم، والمال مالكم، والأعراض أعراضكم.

5- وإشعار الحضور بقيمتهم:

"ألا ليلبغ الشاهد الغائب، فلعل بعض من يبلغه أن يكون أوعى له من بعض من سمعه". هذا الطلب بالآ التي تدل على التنبيه يؤكد أهمية نشر الرسالة، ويوضح أن من يسمع قد ينقل الرسالة بأفضل مما قد يكون؛ مما يشجع الحاضرين على التبليغ، ويشعرهم بقيمتهم في نشر هذا البلاغ للأجيال القادمة؛ مما يولد شعوراً بالفخر والإحساس بدورهم المهم.

تأثير الاستمالات الإقناعية المنطقية والعاطفية في الحوار النبوي السابق على المتلقى مما سبق نستنتج كيف عالج النبي ﷺ قضية حرمة الدماء والأموال والأعراض بمجموعة من الأساليب المنطقية والعاطفية في جمل قوية فيها تهيب، وتخويف، وتحذير لعظم مضمون الرسالة التي يريد النبي أن يوصلها إلى الجمهور، والتي أظهرت براعة النبي ﷺ في فنون وقواعد الاتصال، وهذا قد أحدث تأثيراً واضحاً في الجمهور قولاً

وفعلًا، أما القول فحين سألهم النبي ﷺ ألا هل بلغت؟ قالوا جميعًا: اللهم نعم ثلاث مرات، أما بالفعل فقد ورد أنهم طأطأوا رؤوسهم في إشارة واضحة إلى تأثرهم واقتناعهم بمضمون الحوار.

النموذج الرابع

حوار النبي ﷺ مع الشاب الذي جاء يستأذنه في الزنا (قضية الزنا).

عن أبي أمامة الباهلي رضي الله عنه إن فتى شاباً أتى النبي صلى الله عليه وسلم فقال: يا رسول الله، أئذن لي بالزنا، فأقبل القوم عليه فزجروه وقالوا: مه، مه! فقال: أدنه، فدنا منه قريباً، قال: فجلس، قال: أئحبه لأمك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: ولا الناس يحبونه لأمهاتهم، قال: أفتحبه لابنتك؟ قال: لا والله، يا رسول الله، جعلني الله فداءك، قال: ولا الناس يحبونه لبناتهم، قال: أفتحبه لأختك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: ولا الناس يحبونه لأخواتهم، قال: أفتحبه لعمتك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: ولا الناس يحبونه لعماتهم، قال: أفتحبه لخالتك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: ولا الناس يحبونه لخالاتهم، قال: فوضع يده عليه وقال: اللهم اغفر ذنبه، وطهر قلبه، وحسن فرجه، قال: فلم يكن بعد ذلك الفتى يلتفت إلى شيء⁽³⁵⁾.

هذا الحوار بين النبي ﷺ وهذا الشاب يعد اتصالاً شخصياً بين فرد وفرد، وهو يعالج قضية من أخطر القضايا على الفرد والمجتمع وهي قضية الزنا التي حذر الله منها في كتابه فقال: ﴿وَلَا تَقْرَبُوا الزَّانَا إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا﴾ [الإسراء: 32]؛ ولقد اقترن حال الزاني بحال المشرك في كتاب الله؛ قال الله تعالى: ﴿الزَّانِي لَا يَنْكِحُ إِلَّا زَانِيَةً أَوْ مُشْرِكَةً وَالزَّانِيَةُ لَا يَنْكِحُهَا إِلَّا زَانٍ أَوْ مُشْرِكٌ وَحَرِّمَ ذَلِكَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ﴾ [النور: 3]، وليس هذا عجيباً؛ لأن آثار الزنا وعواقبه وخيمة جداً على الفرد والجماعة، وعلى الزاني والزانية، وعلى زوجها وأهلها وولدها، وما ينتج عن السفاح من حمل، فهو جناية عليه وعلى المجتمع بأسره، فكم دمر الزنا بيوتاً وهدم مجتمعات! وكم أذل من أناس! وكم أدخل على أناس من ليس منهم! وكم أخذ من الميراث من ليس له حق فيه! حتى قال الإمام أحمد رحمه الله تعالى: "لا أعلم بعد القتل ذنباً أعظم من الزنا"؛ ومن ثم لا يجتمع الزنا والإيمان؛ فقد قال النبي ﷺ: ((لا يزني الزاني حين يزني وهو مؤمن ...))؛ [متفق عليه]،

فالزاني والزانية قد يذهب إيمانه فلا يعود إليه بعد أن يخرج منه، فكم من زناة وزوانٍ تغير حالهم بعد الزنا من الإيمان إلى الكفر أو إلى النفاق، فلم يفلحوا أبداً⁽³⁶⁾! وفي هذا الحوار نلاحظ أن الشاب لا يلتبس عليه حرمة الزنا وقبحه، ولكنه لشدة شهوته جاء إلى النبي ﷺ يطلب منه الرخصة في الزنا؛ فحذره النبي بأساليب منطقية وعاطفية يتم تناولها فيما يلي:

أولاً: الاستمالات المنطقية:

1. أسلوب القياس المنطقي:

القياس لغة تقدير الشيء على مثال آخر، واصطلاحاً: قول مؤلف من قضايا إذا سلمت لزم عنها لذاتها قول آخر⁽³⁷⁾، وقد ركز النبي ﷺ على مجموعة من المسلمات أهمها: أن أخلاق المجتمع العربي- حتى قبل الإسلام- لا تسمح بممارسة الحرّة للزنا، وتعدّه مخالفاً بالشرف؛ فأتبع معه هذه الاستراتيجية الحوارية المبنية على وضع نسائه في هذه التجربة، والقياس عليها؛ لأن القياس عملية عقلية واضحة النتيجة، أتعبه لأمك الذي يستلزم أن تكون أمك غير شريفة وبعبارة سائرة: "ضرب على الوتر الحساس"؛ فشعر الشاب بفضاعة طلبه، فهذا الافتراض قد أثار غيرة الشاب، وحميته، كما قاده إلى التفكير في سبب تحريم الزنا، وعده من كبائر الموبقات⁽³⁸⁾.

والقياس المنطقي من أبرز أساليب الإقناع؛ لأنه يقيس على دليل متفق على صحته بين المتناظرين والمتحاورين، فلا بد أن يسلم الطرفان بصحة وثبوت القضية المقاس عليه، وقد جمع النبي للشباب بين القياس المنطقي الذي تتضمن استمالة عاطفية وهي إثارة الغيرة والحمية.

2. أسلوب التدرج والحجاج شبه المنطقي:

وقد استخدم النبي ﷺ التدرج والحجاج شبه المنطقي؛ حيث بدأ سؤاله بالأقرب للشباب وهو الأم، ثم توسع إلى الابنة، ثم الأخت، ثم العمّة، وأخيراً الخالة، وهذا التدرج في علاقة القرابة شكل من أشكال الحجاج؛ فالبدء بالأم المقدسة التي يفترض أن تكون المثل الأعلى في الطهر والعفاف، ثم انتقل إلى الابنة التي تمثل شرفه؛ لأنه مسؤول عنها مسؤولية كاملة، ثم الأخت التي تمثل شرفه أيضاً، لكنها مسؤولية أقل من الابنة بوجود الأب، ثم العمّة، والخالة⁽³⁹⁾.

هذا التسلسل المنطقي يعكس بنية العلاقات العائلية القريبة من الشاب؛ مما يرسخ في ذهنه رفض الزنا عبر مختلف هذه الدوائر الاجتماعية، ويعزز قناعته.

3. التشبيه التبادلي، والمعاملة بالمثل:

وقد ظهر ذلك جلياً عندما سأل النبي ﷺ الشاب عما إذا كان يجب الزنا لأمه، أو لابنته، أو لأخته، أو عمته، أو خالته لأخته، فأجاب في الجميع بلا؛ فبين له أن ما يرفضه هو لأقاربه يرفضه الناس أيضاً لأقاربهم، فيعتمد هنا على مبدأ "المعاملة بالمثل" الذي يتفق عليه الجميع كقاعدة أخلاقية، وهذا يجعل المتلقي يقارن بين ما لا يرضاه لنفسه، وما لا يرضاه لغيره؛ فهذا التشبيه التبادلي يجعل الشخص يتصور الفعل المرفوض مع أحبته، فيدرك بشاعة الفعل، ويزداد نفوره منه، هذا الأسلوب من أقوى الأساليب الإقناعية في جعله يضع نفسه مكان الآخرين؛ حيث جعل الشاب يتصور نفس الفعل الذي يرغب فيه لكن مع قربيائه؛ مما يشعر الشاب بتبعات أفعاله عندما تصبح موجهة لأحبائه؛ هذا يعد استنتاجاً منطقياً قوياً يجعل الشاب يدرك تأثير أفعاله من منظور مختلف.

وهو مبدأ إسلامي عظيم قرره النبي صلى الله عليه وسلم في قوله: "لا يؤمن أحدكم، حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه" (40). ومفهوم الحديث أن يكره للناس ما يكرهه لغيره، وعن عبد الله بن عمرو رضي الله عنه قال: قال رسول صلى الله عليه وسلم: "من أحب أن يزحزح عن النار ويدخل الجنة، فلتأته منيته وهو يؤمن بالله واليوم الآخر، وليأت إلى الناس الذي يحب أن يؤتى إليه" (41)، ومن خلال الحوار جعل النبي صلى الله عليه وسلم الشاب يضع نفسه مكان الآخرين، ويستنبط من ذلك ضرورة احترام أعراض الناس كما يريد احترام أعراضه، وأعراض من يحب، هذه النتيجة المنطقية تجعل الشاب يدرك أن الزنا يتنافى مع الاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع.

4. أسلوب التأكيد على المبادئ الأخلاقية والاجتماعية المشتركة:

عندما أوضح النبي للشباب أن الجميع يرفضون الزنا لأقاربهم؛ فإنه رسخ مبدأً موحداً يشمل المجتمع بأكمله، وهو أن القيم الأخلاقية لا تتجزأ، بل هي واحدة تطبق على الجميع، هذه الإشارة المنطقية تقنع الشاب بأن هناك قواعد سلوكية ثابتة لا يمكن

تجاهلها أو كسرهما، كما اعتمد في حوارهِ على إيضاح أن رفض الزنا هو معيار اجتماعي ثابت، وأن تصرف الفرد يجب أن يراعي حقوق الآخرين كما يراعي حقوق نفسه وأهله، هذا يخلق للشاب حجة عقلانية بأن القبول بالزنا يعني قبول تعدي الجميع على حقوق بعضهم، وهو أمر مرفوض عقلاً وشرعاً.

5. تكرار السؤال وتعدد الأوجه:

النبى ﷺ كرر السؤال بصيغ متعددة عن: (الأم، والابنة، والأخت، والعمة، والخالة)، ومع تعدد أوجه السؤال كانت الإجابة من الشاب موحدة بلا، وفي كل مرة يردد مقالة جعلني الله فداك، وهذا يدل على فطنة النبي ﷺ وحسن ممارسته لاستراتيجيات الإقناع، ومعرفته بحال السائل؛ مما يرسخ المعنى في ذهن المتلقي، ويوضح أن الرفض للزنا ليس مجرد حالة فردية، بل هو موقف عام يشمل كل أفراد المجتمع؛ مما يقوي قناعة الشاب بعدم الإقدام على هذا الفعل.

6. بناء النتائج على المقدمات:

حيث سأل النبي ﷺ مجموعة من الأسئلة، كل واحد منها يعد مقدمة يسلم بها كل أحد، ثم أتبع كل مقدمة بنتيجة، وهذه قاعدة منطقية، وأصل من أصول المحاور، أو المناظر الناجح، أن يطرح مقدمات لا يختلف فيها الطرفان، فإذا سلم المتلقي بصحة المقدمة صح بناء النتيجة عليها، فحين سأله النبي صلى الله عليه وسلم: أترضاه لأمك؟ قال: لا وفي كل جواب يقول الشاب: جعلني الله فداك، وكأنه تأكيد، وتقوية لصحة تسليمه بالمقدمة، ثم تأتي النتيجة، وكذا الناس لا يرضونه لأمهاتهم. وهكذا.

ثانياً: الأساليب العاطفية:

1- الرفق واللين (بالتي هي أحسن):

عندما جاء الشاب وطلب إذنًا بالزنا انتفض الصحابة فزجروه: "مه..مه"، لكن النبي ﷺ لم يزجره، ولم يعامله بقسوة، ولم ينظر إليه على أنه فقد الحياء والخير، بل تفهم حقيقة ما بداخله من شهوة، ولمس جانب الخير فيه، فتعامل معه ﷺ بمنطق الإقناع العاطفي مع الشفقة والحب، فأثابه إلى رشده، وأرجعه إلى طريق العفة والاستقامة، حتى أصبح رافضاً للزنا، كارهاً لها، بل طلب منه أن يقترب وجعله يجلس قريباً منه. هذا التعامل اللطيف أشعر الشاب بالطمأنينة وفتح قلبه للاستماع.

فالرحمة والشفقة أدب مهم جداً في الحوار؛ لأن المحاور يسعى لهداية الآخرين، واستقامتهم فلذلك يبتعد عن كل معاني القسوة، والغلظة، والفظاظة، والشدة؛ فلا يكون الحوار فرصة للكيد والانتقام، أو وسيلة لتفتيس الأحقاد، وطريقة لإظهار الغل والحسد، ونشر العداوة والبغضاء.

وقد أمرنا الله تعالى في مقام المجادلة أن تكون بالتي هي أحسن، قال تعالى: "وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأَنْزَلَ إِلَيْكُمُ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ" [العنكبوت: 46]، وقال تعالى: "وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُبِينًا" [الإسراء: 53]، ولما أمر الله عز وجل موسى وهارون عليهما السلام بالذهاب إلى فرعون وقال: {أَذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى * فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى} [طه: 44].

قال ابن كثير: قوله فقولا له قولا لينا ... هذه الآية فيها عبرة عظيمة، وهي أن فرعون كان في غاية العتو والاستكبار، وموسى كان صفوة الله من خلقه إذ ذاك، ومع هذا أمر ألا يخاطب فرعون إلا بالملاطفة واللين، كما قال يزيد الوقاشي عند قراءته لهذه الآية: يا من يتحجب إلى من يعاديه، فكيف بمن يتولاه وينادي به؟، وقال قتادة: "يا رب إن كان هذا حلمك برجل قال: (أَنَا رَبُّكُمْ الْأَعْلَى) فكيف يكون حلمك بعبد سجد لك وقال: "سبحان ربي الأعلى"؟" (42).

والحاصل أن دعوتهما له تكون بكلام رقيق لين قريب سهل، ليكون أوقع في النفوس وأبلغ وأنجع، ومن القول الحسن أيضاً: حسن المناداة للطرف الآخر، واختيار أحب الأسماء إليه، وقد تأدب الأنبياء بهذا الأدب في خطابهم لأقوامهم، فقد كان يقول الرسول لخصومه المعاندين: (يا قوم) في تودد وسماحة وتذكير بالروابط التي تجمعهم، ليستشير مشاعرهم، ويطمئنهم فيما يدعوهم إليه.

2. الدعاء للشباب:

في نهاية الحوار، وضع النبي يده على الشاب ودعا له: "اللهم اغفر ذنبه، وطهر قلبه، وحسن فرجه". هذا الدعاء يحمل رسالة دعم ورحمة، يحمل كلمات طمأنينة، وأمل،

ورغبة في الخير، ويشعر الشاب بأن النبي صلى الله عليه وسلم يتمنى له الخير؛ فالدعاء له تأثير نفسي عميق، حيث يبعث في الشاب شعوراً بالقبول والمغفرة الإلهية، ويشعره بأن هناك من يتمنى له الصلاح والسعادة؛ مما يعزز تأثير الحوار بشكل إيجابي ويقوي أثر الإقناع، كما أن الدعاء له بالمغفرة، وتطهير القلب، وتحسين الفرج، يعزز في نفس الشاب فكرة أن هناك بدائل أفضل تحقق له الطمأنينة والنقاء الداخلي.

3. الاقتراب الجسدي والعاطفي:

وقد احتوى هذا الموقف على الأسلوب العاطفي في الدعوة والتربية من قبل النبي -ﷺ مع هذا الشاب، وظهر ذلك في هذه العبارات الواردة في الحديث: (ادنه)، (فدنا منه قريباً)، (فجلس)، (فوضع يده عليه)، ودعا له النبي صلى الله عليه وسلم طلباً؛ مما يشعر الشاب بالألفة والأمان، كما أن هذا التقارب الجسدي يعد تعبيراً عن قبول الشخص مهما كان سلوكه أو تفكيره؛ مما يشجع الشخص على فتح قلبه وقبول النصيحة بطيب خاطر، وهو أيضاً يحسن من التواصل ويشعر الشاب بقبول النبي له، فيفتح المجال لحوار مفعم بالود والتعاطف.

5. التعاطف والاحترام وتجنب اللوم وتقدير مشاعر الشاب:

النبي ﷺ لم ينهر الشاب، ولم يلم الشاب على شعوره، أو يعاتبه على سؤاله، بل استوعبه واحتواه دون إحراج، واستخدم أسلوباً تعاطفياً يفهم طبيعة البشر ورغباتهم؛ مما يجعل الشاب يشعر بالاطمئنان والتفهم، ويبعد عنه الشعور بالذنب أو الخجل، فيسهل عليه تقبل التوجيه النبوي، ويظهر ذلك عندما سأل الشاب عن الزنا، فلم يواجهه النبي بتوبيخ، أو رفض فوري، بل عامل السؤال باحترام وتفهم؛ مما يرسل للشاب رسالة بأنه لا يعيبه الشعور بالرغبات، بل يرشد نحو ضبطها وتحقيقها بشكل صحيح. هذا الاحترام يشعر الشاب بقيمته ويزيد من استعداده للامتثال للنصيحة.

6. إعطاؤه شعوراً بالارتباط العائلي:

توفر العائلة شعوراً قوياً بالانتماء والارتباط بمجموعة من الأفراد يشعرون بالحب والاهتمام بينهم، وتُشكل ملاذاً للأفراد في أوقات الشدة والضغط، وتقدم الدعم النفسي والعاطفي المحتاج إليه، وقد أشار النبي ﷺ إلى الأم، والبنت، والأخت، العمّة، والخالة؛

مما يذكر الشاب بروابطه العائلية والعاطفية العميقة، وهذا الأسلوب يشعر الشاب بأن الزنا ليس مجرد فعل فردي، بل هو شيء يمس علاقاته العائلية، ويؤثر على قريباته وأحبائه.

تأثير استمالات الإقناع المنطقية والعاطفية في الحوار النبوي السابق على المتلقى
 بهذه الاستمالات المنطقية والعاطفية المتعددة، استطاع النبي صلى الله عليه وسلم أن يلمس مشاعر الشاب بطرق مختلفة، ويقنعه بالابتعاد عن الزنا بأسلوب جمع فيه النبي بين الإقناع العقلي المدعم بالحجة والبرهان، وبين الإقناع العاطفي المفعم بالرحمة والتعاطف؛ مما أثر في الشاب، وجعله يغير موقفه، ويتوب عن الرغبة في الزنا بشكل نهائي، وهو ما صرح به راوي الحديث حيث قال: فَلَمْ يَكُنْ بَعْدَ ذَلِكَ الْفَتَى يَلْتَفِتُ إِلَى شَيْءٍ.

وهذه النتيجة تدعو القائمين بالاتصال في المجال الدعوي والإعلامي أن يعيدوا النظر في طريقتهم في الدعوة والحوار، مقتدين في ذلك برسول الله ومن الشواهد التي تدل على ذلك ما قاله الصحابي الجليل معاوية بن الحكم السلمي قال: بَيْنَا أَنَا أُصَلِّيَ مَعَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، إِذْ عَطَسَ رَجُلٌ مِنَ الْقَوْمِ، فَقُلْتُ: يَرْحَمُكَ اللَّهُ فَرَمَانِي الْقَوْمُ بِأَبْصَارِهِمْ، فَقُلْتُ: وَاتَّكَلُ أُمِّيَاءَ، مَا شَأْنُكُمْ؟ تَنْظُرُونَ إِلَيَّ، فَجَعَلُوا يَضْرِبُونَ بِأَيْدِيهِمْ عَلَى أَفْخَازِهِمْ، فَلَمَّا رَأَيْتَهُمْ يُصَمِّتُونِي لَكُنِّي سَكْتُ، فَلَمَّا صَلَّى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَبَابِي هُوَ وَأُمِّي، مَا رَأَيْتُ مَعْلَمًا قَبْلَهُ وَلَا بَعْدَهُ أَحْسَنَ تَعْلِيمًا مِنْهُ، فَوَاللَّهِ، مَا كَهَرَنِي وَلَا ضَرَبَنِي وَلَا شَتَمَنِي، قَالَ: إِنَّ هَذِهِ الصَّلَاةَ لَا يَصْلِحُ فِيهَا شَيْءٌ مِنْ كَلَامِ النَّاسِ، إِنَّمَا هُوَ التَّسْبِيحُ وَالتَّكْبِيرُ وَقِرَاءَةُ الْقُرْآنِ أَوْ كَمَا قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ.

النموذج الخامس

حوار النبي ﷺ مع الأعرابي الذي جاء يعرض بزوجه بسبب أنها ولدت له غلاماً أسوداً وهو أبيض (قضية الأنساب).

عن أبي هريرة رضي الله عنه أن أعرابياً أتى رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقال: إِنَّ امْرَأَتِي وَلَدَتْ غُلَامًا أَسْوَدًا، وَإِنِّي أَنْكَرْتُهُ، فَقَالَ لَهُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: هَلْ لَكَ مِنْ إِبْلِ؟ قَالَ: نَعَمْ، قَالَ: فَمَا أَلْوَانُهَا؟ قَالَ: حُمْرٌ، قَالَ: هَلْ فِيهَا مِنْ أَوْرَق؟ قَالَ: إِنَّ

فِيهَا لُورِقًا، قَالَ: فَأَتَى تُرَى ذَلِكَ جَاءَهَا، قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، عَرِقُ نَزَعَهَا، قَالَ: وَلَعَلَّ هَذَا عَرِقُ نَزَعَهُ، وَلَمْ يَرْخُصْ لَهُ فِي الْإِنْتِفَاءِ مِنْهُ (43).

هذا الحوار بين النبي ﷺ والأعرابي يعد اتصالاً شخصياً بين فرد وفرد، وهو يعالج قضية مهمة من قضايا المجتمع، وهي قضية الأنساب؛ فهذا الأعرابي ولدت له زوجته غلاماً يخالف لون بشرته، فجاء إلى النبي يعرض بنفيه، وفيه اتهام غير صريح لزوجته بالزنا، فسأله النبي مجموعة من الأسئلة التي تحمل في طياتها الإقناع المنطقي والعاطفي، وتعالج قضية من أخطر القضايا في المجتمع وهي إنكار النسب، وفي العصر الحديث يلجأ الكثير إلى تحليل DNA الذي يعد أحد أنواع الفحوصات التي يتم إجراؤها في الغالب للتحقق من هوية الأب، لكن النبي بهذا الحوار الهادئ عالج هذه القضية من خلال عدة أساليب منطقية وعاطفية يتم تناولها فيما يلي:

أولاً: الاستمالات المنطقية:

1. أسلوب القياس:

استخدم النبي ﷺ القياس كمبدأ منطقي لإثبات احتمال أن يكون للغلام عرق يفسر لونه؛ حيث قاس موضوع الولد (الذي أنكر الأعرابي نسبه بسبب لونه المختلف) على حالة إبله التي يملكها، والتي توجد بينها اختلافات في الألوان، رغم أنها من نفس النوع، وهذا الأسلوب يقنع الأعرابي بأن الاختلاف في اللون قد يحدث بشكل طبيعي، تماماً كما يحدث بين إبله.

2. ضرب الأمثال:

سأل النبي ﷺ سؤالاً أراد به تقريب المعنى الذي يريد النبي ﷺ أن يفهمه لهذا الأعرابي بضرب المثل له بالإبل التي يعرفها ويعرف كيف تنتج، فقال: «هَلْ لَكَ مِنْ إِبِلٍ تَمْلِكُهَا؟ فَقَالَ الرَّجُلُ: نَعَمْ، فَقَالَ لَهُ: «فَمَا أَلْوَانُهَا؟» فَقَالَ الرَّجُلُ: حُمْرٌ، فَسَأَلَهُ ﷺ: «هَلْ فِيهَا مِنْ أَوْرَقٍ؟» وَهُوَ الَّذِي فِيهِ سَوَادٌ، وَهُوَ لَوْنٌ مُخَالَفٌ لِعُمُومِ لَوْنِ الْإِبِلِ الَّتِي يَمْلِكُهَا، فَأَخْبَرَهُ الرَّجُلُ أَنَّ فِيهَا عِدداً مِنْ هَذَا اللَّوْنِ الْمَائِلِ إِلَى السَّوَادِ، فَسَأَلَهُ ﷺ: إِذَا كَانَتْ إِبْلُكَ حُمْراً؛ فَكَيْفَ أَتَى فِيهَا هَذَا اللَّوْنُ الْمُخَالَفُ لَهَا؟ فَقَالَ الرَّجُلُ: «عَرِقُ نَزَعَهَا»، أَي: غَلَبَ عَلَيْهَا لَوْنُ إِحْدَى الْإِبِلِ فِي أَصْلِ نَسَبِهَا وَأَظْهَرَ لَوْنَهُ عَلَيْهِ فَأَشْبَهَهُ، وَهُوَ مَا يَعْرِفُ فِي الْعَصْرِ الْحَدِيثِ بِالْجِينَاتِ الْوَرَائِثِيَّةِ، وَهِيَ الصِّفَةُ الَّتِي رُبَّمَا يَظْهَرُ أَثَرُهَا فِي إِحْدَى الْأَجْيَالِ وَالَّتِي

لم تَكُنْ في الجيل الذي قبله، وإنما كانت في الأصول البعيدة، فأخبره ﷺ بكلام من نفسه نوع كلامه عن الإبل، فقال له: ولعلّ ولَدَكَ هذا أيضاً غَلَبَ عليه لونُ أحدِ أصولِ نَسَبِهِ التي لا تَعَلَّمُها من ناحيتِكَ أو من ناحيةِ أمِّه، وأظهرَ لونه عليه فأشبهه (44).

3. بناء النتائج على المقدمات:

الرسول ﷺ بدأ بالسؤال عن الإبل وألوانها، ثم استخلص نتيجة بناءً على إجابات الأعرابي حول ألوان الإبل واختلافها. اعتمد في ذلك على ملاحظة الأمثلة الجزئية (الإبل) للوصول إلى استنتاج يعمم على حالة الغلام؛ فعندما أقر الأعرابي بأن وجود اللون المختلف في الإبل يعود إلى "عرق" أو جين وراثي، استخدم النبي هذا التعليل لإقناعه بأن نفس المبدأ قد ينطبق على ابنه، وهذا النوع من الاستدلال يقنع الطرف الآخر من خلال جعله يدرك قاعدة أو نتيجة من الأمثلة المحسوسة لديه.

4. أسلوب الحوار التفاعلي (السؤال والجواب):

الرسول ﷺ لم يبدأ بإجابة مباشرة، بل طرح سلسلة من الأسئلة التي تجعل الأعرابي يشارك في التفكير، وهو أسلوب حوار يَجذب الانتباه، ويفتح مجالاً للتفكير الذاتي، ويحول الحوار إلى تفاعل إيجابي، حيث يشعر المتلقي بأنه مشارك فعال في النقاش وليس مجرد مستمع، هذه المشاركة تزيد من اهتمامه وتفاعله مع ما يُقال، وتجعل الحوار أكثر حيوية وتفاعلية، ويجعل الأعرابي يصل إلى النتيجة بنفسه، مما يزيد من قوة الاقتناع لديه.

كما أن الأسلوب فيه تشجيع التفكير الذاتي لدى المتلقي من خلال طرح الأسئلة، يدفع الشخص للتفكير بنفسه ومحاولة الوصول إلى الإجابة. هذا الأسلوب يشرك الطرف الآخر في عملية التفكير، ويجعله يفكر في الحجج والبراهين بشكل أعمق؛ مما يساعده على فهم المعلومة بشكل أفضل واقتناع أكبر، لأنه توصل إلى النتيجة بنفسه، كما أنه يزيد من كسب ثقة المتلقي واحترامه، وذلك عندما يستخدم المحاور أسلوب السؤال والجواب، يظهر الاحترام لرأي الطرف الآخر ويشعره بأن رأيه وأفكاره مهمة. هذا الأسلوب يُظهر المحاور كأنه يرغب في التعلم من الطرف الآخر وليس فقط في إملاء الأجوبة عليه؛ مما يعزز الثقة المتبادلة.

5. أسلوب التدرج المنطقي:

كان بإمكان النبي ﷺ أن يقدم الإجابة مباشرة، لكنه اختار أسلوب الحوار التدريجي الذي يمنح الأعرابي فرصة للوصول إلى النتيجة بنفسه، وهذا فيه مراعاة لكرامته وتجنب لإحراجهم أمام الآخرين، كما أن النبي ﷺ لم يجبر الأعرابي على قبول الفكرة بشكل مباشر، بل أوصل الفكرة تدريجياً عبر مناقشة تفصيلية، وبهذا زاد من قدرة الأعرابي على قبول الحقيقة.

6 التكرار لزيادة الاطمئنان:

بعد أن قال الأعرابي: "لَعَلَّه يَا رَسُولَ اللَّهِ، يَكُونُ نَزَعَهُ عَرِقٌ لَهُ"، أكد النبي ﷺ على نفس الفكرة بقوله: "وَهَذَا لَعَلَّه يَكُونُ نَزَعَهُ عَرِقٌ لَهُ"، وكان من الممكن أن يقول له وابنك كذلك، ولكنه كرر الجملة مرة أخرى، وهذا التكرار يعزز لدى الأعرابي الطمأنينة بأن ما يقوله صحيح ومقبول، ويقوي ثقته في نسب ابنه.

ثانياً: الاستمالات العاطفية:

1. أسلوب الرفق واللين:

وفي هذا الحديث يروي أبو هريرة رضي الله عنه أن أعرابياً - وهو الذي يسكن الصحراء - جاء إلى النبي صلى الله عليه وسلم، فأخبره أن امرأته ولدت غلاماً أسوداً، وأنه أنكر ذلك كيف يولد له غلام أسوداً! فاستغرب وأنكر بقلبه أن يكون هذا الولد منه، لا أنه نفاه عن نفسه بلفظه بلسانه، ولكنه يشير إلى احتمال أن يكون هذا الولد ليس ابنه، فسأله ولم يرحص له النبي صلى الله عليه وسلم في نفي نسبه من ولده هذا؛ فعلى الرغم من أن الأعرابي عبر عن شكه في ابنه، لم يحكم عليه النبي أو يصدر أي حكم أو تعليق جارح، بل تعامل مع شكه بلطف وهدوء، ولم يوبخه أو يعنفه لشكك في نسب ابنه، بل على العكس، أخذ النبي يستمع إليه ويفهم موقفه. هذا الأسلوب الهادئ يبعث الطمأنينة في نفس الأعرابي ويشعره بالأمان للتعبير عن مخاوفه دون حرج.

2. أسلوب التعاطف مع مشاعر الأعرابي:

من خلال استفساره عن حالة الإبل وتدرجه في الحديث، كان النبي صلى الله عليه وسلم يظهر تفهمه لمشاعر الأعرابي وقلقه تجاه هذا الأمر. هذا التعاطف يخلق نوعاً من التفاهم المتبادل، ويساعد الأعرابي على تقبل التفسير الذي قدمه النبي.

كما أن النبي صلى الله عليه وسلم استخدم أسلوب التلميح للجواب من خلال سؤاله عن الإبل واختلاف ألوانها، ولم يقدم إجابة مباشرة، وهذا فيه مراعاة لمشاعر الأعرابي ويجنب إحراجة، حيث إنه أتاح له الوصول إلى الحل دون أن يشعر أنه كان مخطئاً بشكل مباشر.

3. أسلوب التودد والتقرب:

الحوار الذي أجراه النبي ﷺ مع الأعرابي كان بأسلوب ودي، وكأنه يقترب من الأعرابي ويسعى لفهمه وليس فقط لإعطائه إجابة، كما أن النبي صلى الله عليه وسلم لم يعارض الأعرابي بشكل مباشر، بل قاده برفق من خلال الأسئلة للوصول إلى الحقيقة. هذا الأسلوب غير المباشر في توضيح الأمر يقلل من حدة النقاش ويجنب الشعور بالمواجهة أو الجدل؛ مما يساعد في بناء حالة من القبول الهادئ عند الأعرابي، هذا التودد يفتح باب الثقة بين الطرفين ويخفف من أي حواجز نفسية قد تكون موجودة لدى الأعرابي.

تعامل النبي ﷺ مع الأعرابي وكأنه أب حكيم يسعى لتوجيه ابنه بلطف وحنان، دون لوم أو عتاب. هذا الأسلوب الأبوي يعطي الأعرابي شعوراً بأنه في مأمن مع شخص حكيم يهتم لأمره؛ مما يعزز ثقة الأعرابي بالنبي وتقبله لما يقول.

4. إشعار الأعرابي بأنه مشارك في الحل:

من خلال أسلوب الأسئلة والاستفسار أعطى النبي ﷺ الأعرابي دوراً في الوصول إلى الإجابة، وهذا الأسلوب يجعله يشعر بأنه مشارك في الحل، وليس مجرد متلقٍ؛ مما يخلق لديه شعوراً بالراحة ويعزز ثقته في القرار الذي سيتخذه.

كما نلاحظ أن النبي ﷺ قد أعطي الأعرابي فرصة لتفريغ مشاعره من خلال سماع شكواه والتفاعل معها بشكل متعاطف، أتاح النبي صلى الله عليه وسلم للأعرابي فرصة للتعبير عن مشاعره ومخاوفه. هذا الأسلوب يشعر الأعرابي بأن مشكلته مهمة، وأنه يستطيع التعبير عنها بحرية دون أن يشعره أحد بالذنب.

تأثير استمالات الإقناع المنطقية والعاطفية في الحوار النبوي السابق على المتلقى حفظ العرض والنسل من مقاصد الشريعة الإسلامية الكبرى؛ ولذلك لا تُسمع التهمة فيما يخص ذلك إلا ما كان مبناه على اليقين، وهذا يظهر حسن تعليم النبي ﷺ، حيث شبه أصلاً معلوماً بأصل مبين؛ ليفهم السائل؛ فقد شبه للأعرابي ما أنكره من لون الغلام بما عرف من نتاج الإبل، فأبان له بما يعرف أن الإبل الحمر تنتج الأغير، فكذلك المرأة البيضاء تلد الأسود، وهذه المهارة الاتصالية الرفيعة التي تعكس حكمة النبي صلى الله عليه وسلم في معالجة القضايا الحساسة بطرق تبعث الراحة والطمأنينة، وتعزز الترابط والتفاهم بين الناس، جعلت الأعرابي يرجع عن رأيه، ولم يرخص له النبي ﷺ في نفي ولده.

النموذج السادس

حوار النبي ﷺ مع الأنصار لما غضبوا لأنه لم يعطهم من الغنائم
(معالجة الشقاق والنزاع الداخلي)

عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال: لما أعطى رسول الله صلى الله عليه وسلم ما أعطى من تلك العطايا في قريش وقبائل العرب، ولم يكن في الأنصار منها شيء، وجد هذا الحي من الأنصار في أنفسهم؛ حتى كثرت فيهم القالة؛ حتى قال قائلهم: لقي رسول الله صلى الله عليه وسلم قومه، فدخل عليه سعد بن عبادة، فقال: يا رسول الله، إن هذا الحي قد وجدوا عليك في أنفسهم؛ لما صنعت في هذا الفياء الذي أصبت؛ قسمت في قومك، وأعطيت عطايا عظاماً في قبائل العرب، ولم يك في هذا الحي من الأنصار شيء، قال: فأين أنت من ذلك يا سعد؟ قال: يا رسول الله، ما أنا إلا امرؤ من قومي، وما أنا؟! قال: فاجمع لي قومك في هذه الحظيرة، قال: فخرج سعد، فجمع الأنصار في تلك الحظيرة، قال: فجاء رجال من المهاجرين، فتركهم فدخلوا، وجاء آخرون، فردهم، فلما اجتمعوا أتاه سعد، فقال: قد اجتمع لك هذا الحي من الأنصار، قال: فأتاهم رسول الله صلى الله عليه وسلم، فحمد الله وأثنى عليه بالذي هو له أهل، ثم قال: يا معشر الأنصار، ما قاله بلغتني عنكم، وجدتموها في أنفسكم؟! ألم آتكم ضللاً فهداكم الله؟ وعالة فأغناكم الله؟ وأعداء فألف الله بين قلوبكم؟ قالوا: بل الله ورسوله أمن وأفضل، قال: ألا تجيبونني، يا معشر الأنصار؟ قالوا: وبماذا نجيبك يا رسول الله؟ والله

ولرسوله المن والفضل، قال: أما والله لو شئتم لقلتم، فلصدقتكم وصدقتم، أتيتنا مكذباً فصدقناك، ومخذولاً فنصرناك، وطريداً فأويناك، وعائلاً فأسيناك، أوجدتم في أنفسكم يا معشر الأنصار، في لعاعة من الدنيا، تألفت بها قوماً ليسلموا، ووكلتكم إلى إسلامكم، أفلا ترضون يا معشر الأنصار، أن يذهب الناس بالشاة والبعير، وترجعون برسول الله في رحالكم؟ فوالذي نفس محمد بيده، لولا الهجرة لكنت امرأاً من الأنصار، ولو سلك الناس شعباً، وسلكت الأنصار شعباً، لسلكت شعب الأنصار، اللهم ارحم الأنصار، وأبناء الأنصار، وأبناء أبناء الأنصار! قال: فبكى القوم، حتى أخضلوا لحاهم، وقالوا: رضيينا برسول الله قسماً وحظاً، ثم انصرف رسول الله صلى الله عليه وسلم، وتفرقوا⁽⁴⁵⁾.

هذا الحوار بين النبي ﷺ والأنصار يعد اتصالاً جمعياً بين فرد وجماعة من الناس وهو يعالج النبي قضية مهمة تشغل بال الدول والمؤسسات الحديثة وهي معالجة التعصب والنزاع الداخلي، ومن المبادئ المتفق عليها في مجال العلاقات العامة التي تتعلق بممارسة النشاط أن العلاقات العامة تبدأ من الداخل، فقبل أن ننتقل إلى الجمهور الخارجي للمؤسسة لا بد من معالجة الأمور التي تتعلق بالجمهور الداخلي لأنه المعبر عن لسان حال المؤسسة، وفي هذا الحديث نجد الأنصار هم أعمدة بناء الدولة الإسلامية في عصر النبوة، بل سماهم الله بالأنصار لنصرتهم لله ورسوله، قد وجدوا في أنفسهم حرجاً وضيقاً من قضية تقسيم الغنائم، وكأنهم شعروا بأن النبي ﷺ قد فضل عليهم المهاجرين على الرغم مما قدموه لنصرة النبي ﷺ فجمعهم النبي وحاوهم حواراً جمع فيه بين المنطق والعاطفة، وفيما يلي أبرز أساليب الإقناع المستخدمة في هذا الحوار:

أولاً: الاستمالات المنطقية:

1. استخدام التدرج في الخطاب:

استخدم النبي ﷺ أسلوب التدرج المنطقي في الحوار، فبدأ بتعريف الأنصار بموقفهم الحالي، ثم انتقل للتذكير بالماضي، ثم وضح الدافع وراء أفعاله، وأخيراً ختم بالدعاء لهم، وهذا التدرج المنطقي يجعل حديثه أكثر تماسكاً وتأثيراً، ويعزز من فهم الأنصار للأسباب، كما أنه يشير إلى معرفة النبي ﷺ التامة بمواقف الأنصار، وأنه لا ينسى فضلهم وما قدموه؛ مما يجعل الجمهور المتلقي يثق بالقائم بالاتصال.

2. الاستفهام التقريري:

وهو نوع من الإقناع المنطقي الذي يقر به المخاطب، ولا يستطيع إنكاره؛ لذا سُمي بالاستفهام التقريري؛ حيث طرح عليهم الرسول ﷺ أسئلة تقريرية استكارية تُذكّرهم بمدى نعم الله عليهم؛ مما يدفعهم للتفكير بعمق في أحوالهم، ويعينهم على إدراك النعمة، فقال: "ألم آتكم ضلّالاً فهداكم الله؟ وعالماً فأغناكم الله؟ وأعداءً فألف الله بين قلوبكم؟".
3. أسلوب المقارنة:

حيث بدأ الرسول صلى الله عليه وسلم بتذكير الأنصار بأحوالهم السابقة قبل الإسلام، وكيف كانوا في ضلالة وعداوة وفقر، ثم أكرمهم الله بالإيمان وألف بينهم، وهذه المقارنة من شأنها أن تعيد لهم مشاعر الامتنان، وتجعلهم يدركون فضل الإسلام في تغيير حياتهم للأفضل، وعظمة ما منحهم الله.

وكذلك قارن لهم بين الأمور الدنيوية والأخروية؛ حيث أوضح الرسول ﷺ أنه يُعطي من الغنائم "ليؤلف" قلوب القبائل العربية ليقبلوا الإسلام، بينما الأنصار لهم الرسول ﷺ في رحالهم؛ مما يبرز الفرق بين مكاسب الدنيا السطحية، والمكاسب الأخروية العميقة. وكذلك قارن لهم بين المكاسب المعنوية العميقة، مقابل المكاسب المادية السطحية؛ حيث أوضح النبي ﷺ أن الأنصار سيعودون برسول الله معهم، في حين أن الآخرين يعودون بالمكاسب المادية فقط، وهذا أسلوب يجعل الأنصار يدركون أن امتلاكهم لرسول الله في المدينة أمر يفوق أي مكاسب مادية.

4. أسلوب التأكيد:

وذلك من خلال القسم مع أن النبي ﷺ هو الصادق المصدوق الذي لا يحتاج إلى قسم، وإنما أقسم لتأكيد حبه لهم؛ فقال: "فوالذي نفس محمد بيده، لولا الهجرة لكنتُ امرأً من الأنصار"، والقسم من أدوات التأكيد، والهدف منه في هذا الحوار تأكيد مكانة الأنصار الخاصة في قلب النبي ﷺ؛ مما يزيد من أثر كلامه، ويزيد من قبولهم له.

5- الاعتراف بوجهة نظر الطرف الآخر:

الغرض من الحوار هو الوصول إلى الصواب، وليس الغرض منه الجدل، وإظهار الفصاحة والبيان، والتغلب على الخصم؛ لذا من القواعد المقررة في علم الاتصال والحوار

احترام المتلقي، وفي هذا الحوار أقرَّ النبي ﷺ بأن الأنصار لهم الحق لو أرادوا في أن يستشعروا عدم المساواة في توزيع الغنائم، حيث قال: "أما والله لو شئتم لقلتم، فلصدقتُم وصدقتُم أتيتنا مُكذِّباً فصدقتناك، ومخذولاً فنصرناك، وطريداً فأويناك، وعائلاً فأسيناك"، فهذا الاعتراف يكتسب احترام الأنصار، ويعطيهم شعوراً بأن رأيهم واحتياجاتهم مفهومة؛ مما يقلل من شعورهم بالظلم، كما أن هذا الأسلوب يُظهر امتناناً واعترافاً بفضل الأنصار، ومواقفهم النبيلة معه.

6- إظهار الحكمة والسبب:

أوضح النبي ﷺ السبب وراء توزيعه للعطايا على القبائل العربية، حيث قال إن هدفه هو "تأليف" قلوبهم للإسلام، وهذه الحجة المنطقية تجيب عن تساؤلات الأنصار حول سبب التفضيل، وتبين لهم أن الهدف ليس إثارة قبائل العرب، وإنما تحقيق هدف أعظم، وهو نشر الإسلام، وقد صرح بذلك في قوله: "أوجدتُم في أنفسكم يا معشرَ الأنصارِ، في لُعاة من الدنيا، تألفتُ بها قوماً ليسلموا، ووكلتكم إلى إسلامكم" يظهر في هذا الخطاب درجة عالية من الثقة والإخلاص للأنصار، وكأن الرسول صلى الله عليه وسلم يقول لهم إنهم محل ثقة تامة؛ مما يثير مشاعر الفخر والاعتزاز.

ثانياً: الاستمالات العاطفية:

1- إظهار المحبة والتقدير:

عبر النبي ﷺ عن محبته للأنصار بشكل مباشر حين قال: "والذي نفسي بيده، لولا الهجرة لكنت امرأً من الأنصار"، ووصف نفسه بأنه واحد منهم لو كان الخيار له؛ مما يعزز مشاعر الألفة، والمحبة المتبادلة بينهم، وأظهر التمني بالانتماء للأنصار: عندما قال النبي ﷺ: "لو سلك الناس شعباً وسلكت الأنصار شعباً، لسلكت شعب الأنصار"، عبر عن مدى انحيازه لهم وولائه لهم، وهذا التعبير يُشعر الأنصار بمكانتهم الخاصة في قلبه، ويزيد من عمق ارتباطهم به.

2. الدعاء للأنصار وذريتهم:

وذلك في نهاية الحديث، حيث دعا للأنصار وأبنائهم، وأحفادهم فقال: "اللهم ارحم الأنصار وأبناء الأنصار وأبناء أبناء الأنصار"، وهذا الدعاء يحمل مشاعر صادقة من المحبة والدعاء بالخير لهم؛ مما يزيد من شعورهم بالتقدير والمكانة الخاصة، وهو أسلوب

مؤثر جداً في مشاعر الجمهور المتلقي للرسالة، إذ يشعرهم بمحبته العميقة لهم، ويزيل أي استياء في نفوسهم، كما أن الدعاء للأجيال القادمة لا يعبر فقط عن محبته لهم، بل يربط أجيالهم بمحبته وتقديره؛ مما يجعل الأنصار يشعرون بأن هذه العلاقة مع النبي ﷺ ليست مؤقتة، بل دائمة ومستمرة؛ مما يعزز من حبهم العميق وارتباطهم به.

3. استخدام أسلوب الخطاب المباشر:

النبي ﷺ خاطب الأنصار بضمير المخاطب "يا معشر الأنصار"؛ مما يجعلهم يشعرون بقربه منهم وبأنه يتحدث إليهم شخصياً، كما أن هذا الأسلوب يعمق الشعور بالتواصل العاطفي المباشر، ويقوي الصلة بينهم، كما أن وصفهم بالأنصار يدل على إقراره بفضلهم، وما قدموه من نصرة لدين الله، وقد كانوا في الجاهلية يلقبون بالأوس والخزرج، فاختيار الاسم الذي سماهم الله به، ونداؤهم به يخلق في النفس الشعور بالتقدير والاحترام.

4. إثارة مشاعر الرضا والاكتفاء برسول الله:

حين قال لهم النبي ﷺ "أفلا ترضون يا معشر الأنصار أن يذهب الناس بالشاءة والبعير، وترجعون برسول الله في رحالكم؟"، فإنه يبرز لهم أن وجوده بينهم هو المكسب الأكبر؛ مما يثير فيهم مشاعر الرضا والفخر، وهذا وحده كافٍ في إثارة مشاعر الحب والترابط القلبي بين رسول الله ﷺ وبين الأنصار.

5. الإشارة إلى وحدة المصير:

وذلك في قول النبي ﷺ: "وترجعون برسول الله في رحالكم"؛ حيث يركز على أن مصير الأنصار مرتبط بمصير الرسول ﷺ، وأنه معهم ولا يغادرهم؛ مما يعزز لديهم الشعور بأنهم جزء لا يتجزأ من حياته، وهذا يولد مشاعر الوفاء والانتماء. وفيه الحث على الرضا بمصيرهم ورفع قيمتهم: فكان الرسول ﷺ يطلب منهم أن يرضوا بأنفسهم ويشعروا بالاكتفاء الروحي، حين يذكر لهم أن الأنصار سيعملون معهم رسول الله، بينما الآخرون يحملون الغنائم، وهذا يرفع من معنوياتهم، ويشعرهم بأنهم حققوا إنجازاً كبيراً في حياة النبي ﷺ بينهم.

تأثير استمالات الإقناع المنطقية والعاطفية في الحوار النبوي السابق على المتلقى المتأمل في الحوار السابق يتبين له براعة النبي ﷺ في توظيفه للاستمالات المنطقية والعاطفية التي استطاع من خلالها لمس القلوب، وتحفيز مشاعر العزة والامتنان، وتحويل مشاعر الاستياء إلى قبول ورضا وتقدير، وبهذا استطاع أن يحدث تأثيراً بالغاً في نفوس الأنصار، وأن يطفئ أي مشاعر سلبية لديهم، وهذا التأثير ظهر قولاً وعملاً، أما القول فحين قال لهم النبي: **أَلَا تُجِيبُونَنِي، يَا مَعْشَرَ الْأَنْصَارِ؟** قالوا: **وَبِمَاذَا نُجِيبُكَ يَا رَسُولَ اللَّهِ؟** ولله ولسوله المنُّ والفضلُ، وقولهم في نهاية الحوار: **رَضِينَا بِرَسُولِ اللَّهِ قَسَمًا وَحَطًّا، وَأَمَّا الْفِعْلُ فَقَدْ ظَهَرَ فِي بَكَائِهِمْ، فَقَدْ جَاءَ فِي الْحَدِيثِ: فَبَكَى الْقَوْمَ "حَتَّى أَخْضَلُوا لِحَاهِمَ"**؛ مما يظهر مدى تأثير هذا الحوار عليهم، ومدى عمق حبهم وتقديرهم للنبي ﷺ.

نتائج الدراسة:

- 1) جاءت الاستمالات المنطقية في مقدمة الاستمالات الإقناعية التي استخدمها النبي ﷺ، وهذه النتيجة تشير إلى أن النبي ﷺ قد اعتمد بشكل كبير على الاستمالات المنطقية في حوارهِ، مقارنة بالاستمالات العاطفية؛ مما يدل على اهتمامه بإقناع المتلقي بالحقائق والبراهين العقلية. وهذا يعكس حرصه على الوصول إلى عقول الناس وتقديم الحجة المقنعة التي يمكن أن تستند إلى التفكير والتدبر.
- 2) أظهرت الدراسة أن هناك توازناً واضحاً في حوارات النبي ﷺ بين استمالات الإقناع المنطقية، والعاطفية؛ حيث لم يتجاهل النبي الأساليب العاطفية كلياً؛ بل في غالب النماذج دمج النبي بينهما لدعم وتعزيز التأثير، فالاستمالات العاطفية قد تكون أداة فعالة في التأثير الوجداني، لكن التركيز الأكبر على المنطق يشير إلى أن الحوار النبوي كان يسعى لتحقيق الاقتناع المستند إلى أساس فكري قوي؛ مما يجعل التأثير على المتلقي أكثر استدامة.
- 3) جاء في مقدمة استمالات الإقناع المنطقية التي استخدمها النبي ﷺ التدرج في الحوار، القياس المنطقي، التشبيه التبادلي، التكرار، التأكيد، بناء النتائج على المقدمات، السؤال والجواب (الحوار التفاعلي)، الدعوة إلى التفكير والتأمل، المقارنة.

- 4) جاء في مقدمة استمالات الإقناع العاطفية التي استخدمها النبي ﷺ الرفق واللين، التعاطف والاحترام، وتجنب اللوم، الدعاء للمتلقي، الترهيب، الترغيب.
- 5) أظهرت الدراسة اختلاف استمالات الإقناع قلة وكثرة حسب طبيعة القضايا، فعلى سبيل المثال في معالجة قضية إثبات الرسالة في النموذج الأول استخدم النبي ثمانى استمالات من الاستمالات الإقناعية المنطقية مقابل أربع من الاستمالات العاطفية، وكذلك في معالجة قضية التوحيد استخدم النبي سبع استمالات منطقية مقابل خمس عاطفية، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة المتلقي في كلا النموذجين؛ المتلقي منكر لمضمون الرسالة، لا يحمل في قلبه مشاعر الرضا والقبول للرسالة ولا للمرسل، فكان من المنطق أن تتم استمالاته بالعقل والمنطق عن طريق الحجة والبرهان.
- 6) أظهرت الدراسة أن استمالات الإقناع التي استخدمها النبي ﷺ كان لها تأثير واضح وإيجابي على المتلقين؛ مما جعلهم أكثر استجابة للرسالة، وأكثر قبولاً للدعوة.

توصيات الدراسة:

- بناء على النتائج المستخلصة من الدراسة حول استمالات الإقناع في الحوارات النبوية، يمكن صياغة التوصيات العلمية التالية:
- 1) التوسع في تتبع ودراسة التطبيقات العملية في الكتاب والسنة لاستمالات الإقناع والتأثير في مجال الدعوة، وربطها بمجال الاتصال والإعلام. ينصح بإجراء مزيد من الدراسات حول الحوارات النبوية، مع التركيز على تأثير الأساليب المختلفة في إقناع المتلقين وتوجيههم؛ بهدف استخلاص دروس يمكن تطبيقها في مختلف مجالات التعليم والدعوة والتواصل.
- 2) على القائمين بالاتصال في المجال الدعوي أن يوجهوا اهتماماتهم بدراسة مهارات الاتصال، وفنون الحوار، وأساليب الإقناع من أجل إيصال الدعوة إلى أكبر عدد من الناس.
- 3) تضمين استمالات الإقناع النبوية في المناهج التعليمية؛ وذلك بإضافة محتوى تعليمي حول أساليب الإقناع، والحوار النبوي في مناهج التربية الإسلامية، واللغة العربية، وعلوم التربية؛ لما فيها من نماذج مؤثرة يمكن أن تنمي مهارات الطلاب الحوارية والإقناعية.

- (4) إعداد برامج تدريبية لتعليم فنون الحوار والإقناع؛ لتدريب للعاملين في مجالات الدعوة، والتربية، والإعلام، تعتمد على الأساليب الحوارية النبوية، وتستعرض كيفية توظيفها في بناء الحجّة والتواصل الفعّال.
- (5) تعزيز التوازن بين الاستمالات العقلية والعاطفية في الحوار؛ وذلك باعتماد أسلوب متوازن يجمع بين الإقناع العقلي والعاطفي في أي حوار توجيهي؛ حيث أثبتت الدراسة أن هذا التوازن هو الأكثر تأثيراً في إقناع المتلقين وتوجيههم بشكل إيجابي.
- (6) الاهتمام باللين والرفق في الحوار خاصة في المسائل التي تتطلب إقناعاً شخصياً، فقد أثبتت الدراسة أن الرفق واللين يعزز الثقة ويسهم في إقناع المتلقي وتقبله للرسالة.

المراجع:

- (1)- لارا أمجد محمد، ميار فؤاد إبراهيم، استراتيجيات الإقناع المستخدمة في معالجة قضايا حقوق الإنسان في البرامج الحوارية ومدى تفاعل الجمهور معها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، الجامعة الحديثة لتكنولوجيا المعلومات، كلية الإعلام، المجلد 2، عدد 4، يوليو 2023، ص 265-301.
- (2)- جيهان بصير، الأساليب الإقناعية في بودكاست دوياميكافين عبر اليوتيوب، دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات البودكاست، ماجستير، جامعة صالح بوندير قسنطينة 03، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2023.
- (3)- أمينة مزيان، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك، دكتوراه، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، 2021.
- (4)- كاتي زينب، ذموج حنان، كرميش صلاح، الأساليب الإقناعية في الحملات الإعلامية للتوعية بمخاطر فيروس كورونا عبر التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لبرنامج الصحة في أسبوع على الجزائرية الثالثة، ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية 2022.
- (5)- فهد فادي صلاح، الأساليب الإقناعية للعلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية في المؤسسات الكويتية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، المجلد 9، العدد 9، يناير 2021، ص 40-21.

- (6)- فاطمة عبد الكاظم حمد، استمالات وأساليب الإقناع في العلاقات العامة، دراسة تحليلية للرسائل الإعلانية المرسله من شركة زين العراق، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، 2018.
- (7)- نشوى سليمان، الأطر البصرية واستراتيجيات الإقناع في المناظرات والأحاديث التلفزيونية لمرشحي الرئاسة في الانتخابات المصرية 2013 المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، المجلد 12، العدد 2، أبريل يونيو 2013، ص 216 - 137.
- (8)- هند عمر محمد يوسف، بلاغة الأساليب الحجاجية في الحديث النبوي، أسلوب الحوار أنموذجاً، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، المجلد 2 العدد 9، (مركز ابن العربي للثقافة والنشر، 2022).
- (9)- فاتن خليل محجازي، استراتيجيات التواصل في الخطاب النبوي، المجلة الدولية لدراسات اللغة وآدابها، العدد 1، المجلد 4، جامعة الملك فيصل، 2022، ص 115 : 133.
- (10)- رشا عبد الرؤوف عبد الفتاح الحبيشي، دلائل الحجاج والإقناع في الخطاب النبوي الشريف حديث الشفاعة نموذجاً، مجلة الجامعة الإسلامية للغة العربية وآدابها، العدد 4 الجزء 2، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2022، ص 207 - 253.
- (11)- بن فريحة الجيلالي، بلاغة الخطاب وطرق الإقناع، لغة الأحاديث النبوية غير اللفظية أنموذجاً، مجلد 3، العدد 2، الجزائر، المركز الجامعي تيسمسيلت، 2014، ص 55 : 72.
- (12)- البشير أحمد سالك أحمد محمود، أساليب التأثير والإقناع في الدعوة المحمدية، مجلة الدراسات الإسلامية، المجلس الأعلى، مجلد 22، عدد 2، 2022، ص 37 - 57.
- (13)- خالد أحمد مرزا، الإقناع: أساليبه ووسائله في منهج النبي ﷺ، دراسة حديثة توضح كيفية مخاطبة النبي ﷺ للجمهور وإقناعهم، دكتوراه، (جامعة كاي، 2019).
- (14)- رضوان بلخيري، لديمة عابدي، "الأساليب الاتصالية والإعلامية للرسول ﷺ في تبليغ الدعوة الإسلامية، مجلة المعيار، عدد 42، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، 2017، ص 465 : 499.
- (15)- إبراهيم بن صالح الحميدان الإقناع والتأثير، دراسة دعوية، مجلة جامعة الإمام، العدد 49، مجلد 28، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام قسم الدعوة والاحتساب، 1426هـ، ص 241 : 308.
- (16)- بكري أحمد محمد شرف الدين، "أساليب الحوار والإقناع في ضوء السنة النبوية من خلال عامل الوفود دراسة حديثة استقرائية"، المجلة العلمية لكلية أصول الدين والدعوة بالزقازيق، العدد الأول، مجلد 28، جامعة الأزهر، كلية أصول الدين والدعوة، 2016م، ص 469 : 502.
- (17)- سعيد ابن نزال العنزي، أساليب الإقناع في الحوار النبوي وأثرها الإيجابي في عملية التواصل، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الشرعية والدراسات الإسلامية، المجلد 23، العدد 1، 2015، ص 65 - 137.
- (18)- جنان محمد مهدي العقيدي، لغة الحكمة وإقناع المخاطب في أسلوب الخطاب النبوي، العدد 2، جامعة بغداد، كلية التربية للبنات، قسم اللغة العربية 2013 م، ص 229 : 255.

- (19)- سلاف الفيقط، أساليب الإقناع وتأثيراتها الإيجابية من خلال الاحاديث النبوية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية الجزائر، 2013، ص 305: 328.
- (20)- محمد فؤاد فوضيل، أثر استخدام أسلوبي الإقناع المنطقي والمناقشة الجماعية في تعديل الاتجاهات الإيجابية نحو التخلي عن الدراسة، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 2 العدد 47، جامعة الجزائر2، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016، ص124.
- (21)- أخرج البخاري، حديث رقم: 7169، وأخرجه مسلم، حديث رقم (1713) باختلاف يسير
- (22)- مجمع اللغة العربية، "المعجم الوسيط"، ط5، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2010م)، ص 790-791.
- (23)- أمينة مزيان، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك، مرجع سابق، ص15.
- (24)- مها بنت جريس الجريس، أساليب غرس وتعزيز القيم في حديث المستأذن بالزنا، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، المجلد 5 العدد 11، جامعة تعز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2022، ص 201.
- (25)- فهد فادي صلاح، الأساليب الإقناعية للعلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية في المؤسسات الكويتية، مرجع سابق، ص 27.
- (26)- أمينة مزيان، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك، مرجع سابق، ص 60-61.
- (27)- أفاد الباحث من المراجع التالية:
- طارق بن علي الحبيب، كيف تحاور... دليل عملي للمحاور، ط2 (الرياض، دار المسلم، 1416م).
 - عمر عبد الله كامل، أدب الحوار وقواعد الاختلاف الكتاب متاح على:
 - <http://www.islamicbook.ws/amma/adab-alhwar-wqwaad-alakhtlaf.html>
 - محمد صالح المنجد، آداب في الحوار <https://almunajjid.com/courses/lessons/192>
- (28)- مدونة بيوت السعودية، متاح على: <https://2u.pw/8PQkHPJJ>.
- (29)- رضوان بلخيري، لديمة عابدي، "الأساليب الاتصالية والإعلامية للرسول ﷺ في تبليغ الدعوة الإسلامية، مرجع سابق، ص473.
- (30)- أخرج ابن أبي شيبة (37715)، وعبد بن حميد (1121)، وأبو يعلى (1818).
- (31)- أفاد الباحث في هذه النقطة من المراجع التالية:
- طارق بن علي الحبيب، كيف تحاور... دليل عملي للحوار، مرجع سابق، ص 18.
 - جمال يوسف الهيملي، الإبداع في مهارات الإقناع، ط2 (مكتبة الملك فهد، شبكة الألوكة، قسم الكتب، 2016). ص 82.
- (32)- أخرج الترمذي (3483)، والبخاري (5550)، والبزار (3580)، والبيهقي في ((الأسماء والصفات)) (894) واللفظ له.
- (33) أخرج البخاري (5550)، ومسلم (1679)

- (34) أخرجه أبو داود (4839) بنحوه، والترمذي (3639) واللفظ له، والنسائي في ((السنن الكبرى)) (10245)، وأحمد (26209) باختلاف يسير.
- (35) - رواه البخاري حديث رقم: 7314.
- (36) - وفا علي وفا، خطر الزنا وسبل الوقاية منه، متاح على: <https://n9.cl/p2c7i>
- (37) - محمد سرور النجار، تقريب السلم المنورق في علم المنطق، من إصدارات مركز استشراف للبحوث والدراسات، 2020م، ص 98.
- (38) - فاتن خليل محجازي، استراتيجيات التواصل في الخطاب النبوي، مرجع سابق، ص 126 .
- (39) - فاتن خليل محجازي، المرجع السابق، ص 127 .
- (40) - رواه البخاري حديث رقم: 15، ورواه مسلم: 44 حديث رقم: 15، عن أنس بن مالك رضي الله عنه. صحيح مسلم حديث رقم: 1844 .
- (41) - رواه مسلم، حديث رقم: 1844
- (42) - تفسير القرآن العظيم، ط1، م5، طبعة دار ابن الجوزي، السعودية، ص 289.
- (43) - أخرجه البخاري (7314)، ومسلم (1500) واللفظ له.
- (44) - موقع الدرر السنية، الموسوعة الحديثية: متاح على الرابط التالي:
<https://dorar.net/hadith/sharh/13766>
- (45) - تخريج المسند لشعيب، رقم: 11730 .

References:

- Muhammad, L. (2023). astiratijiaat al'iqnae almustakhdamat fi muealajat qadaya huquq al'iinsan fi albaramij alhawariat wamadaa tafaedul aljumhur maeaha eabr shabakat altawasul alaijtimaeii, almajalat alearabiat libuhuth alaitisal walaelam alraqamii, aljamieat alhadithat litiknuluja almaelumati, kuliyyat al'ielami, 4(3), 265-301.
- Basir, J. (2023), al'asalib al'iqnaeiat fi budkast dubamikafin eabr alyutyub, dirasat wasfiat tahliliat lieayinat min fidyuhath albudkasti, majistir, jamieat Salih Boubandir Constantine, kuliyyat eulum al'ielam walaitisali.
- Mizyani, A. (2021). al'asalib al'iqnaeiat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii, dirasat tahliliat lilmadamin alsihyat lisafhat wib tib eabr shabakat alfisbuk, dukturah, jamieat Batnat, kuliyyat aleulum al'iinsaniat waleulum alaijtimaeiati, qism eulum al'ielam walaitisal waeilm almaktabati.
- katy, Z. (2022). dhamuj hanan, karmish salah, al'asalib al'iqnaeiat fi alhamalat al'ielamiat liltaweiat bimakhatir fayrus kuruna eabr altilfizyun aljazayirii, dirasatan tahliliatan libarnamaj alsihat fi 'usbue ealaa Aljazayiriati althaalithat, majistir, jamieat Muhammad Alsidiyq bin Yahyaa, klih aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiat.
- Salah, F. (2021). al'asalib al'iqnaeiat lilealaqat aleamat watakwin alsuwrat aldhahniat fi almuasasat alkuaytiati, almajaliat aleilmiat libuhuth al'ielam watiknuluja alaitisali, jamieat Janub Alwadi, 9(2). 21-40.
- Hamad, F. (2018). aistimalat wa'asalib al'iqnae fi alealaqat aleamati, dirasat tahliliat lilrasayil al'ielaniat almursalat min sharikat zayn alearaq, jamieat Baghdad, kuliyyat al'ielami, qism alealaqat aleamati.
- Sulaiman, N. (2013). al'utur albasariat wastiratijiaat al'iqnae fi almunazarat wal'ahadith altilfizyuniat limurashahi alriyasat fi alaintikhabat almisriat 2013 almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, 2(4), 216 - 137.
- Yusuf, H. (2022). balaghat al'asalib alhujaat fi alhadith alnabawi, 'uslub alhiwar anmwdhjan, majalat aibn khaldun lildirasat walabhathi, (markaz Ibn alearabii lilthaqafat walnashri) 9(2).
- Hijazi, F. (2022). astiratijiaat altawasul fi alkhitaab alnabawii, almajalat alduwliat lidirasat allughat wadiabha, jamieat almalik Faysal, 1(3). 115: 133.
- Alhubishi, R. (2022). dalayil alhujaaj wal'iqnae fi alkhitaab alnabawii alsharif hadith alshafaeat nmwdhjan, majalat aljamieat al'iislatmiat lilughat alearabiat wadiabha, aljamieat Al'iislatmiat bialmadinat Almunawarati, 4(1). 207 - 253.

- Aljilali, F. (2014). balaghat alkhitaḥ waturuq al'iḥnaei, luḡat al'ahadith alnabawiat ḡhayr allafziat anmwdhjan, Aljazayar, almarkaz aljamieiu tisimsilt, 2(1), 55: 72.
- Mahmud, A. (2022). 'asalib altaathir wal'iḥnae fi aldaewat almuḡadiati, majalat aldirasat al'iislamiati, almajlis al'aelaa, 2(1). 37 - 57.
- Mirza, K. (2019). al'iḥnae; 'asalibih wawasayiluh fi manḡaj alnabii sly allh elyh wslm, dirasat hadithiat tuadiḡ kayfiat mukḡatabat alnabii sly allh elyh wslm liljumḡur wa'iḥnaeihim, dukturah, (jamieat Kay).
- Balkhiri, R. (2017), "al'asalib alaitisaliat wal'iḥlamiat lilrasul sly allh elyh wslm fi tabliḡ aldaewat al'iislamiati, majalat almieyari, jamieat Al'amir Abd Aqadir lileulum al'iislamiati, kuliyat 'usul aldiyn, 42(1). 465: 499.
- Alḡumaydan, I. (1996). al'iḥnae waltaathira, dirasat daewiatun, majalat jamieat al'iimami, jamieat Al'iimam Muḡammad bin Sueud al'iislamiati, kuliyat aldaewat wal'iḥlam qism aldaewat walaiḡtisabi, 49(4). 241: 308.
- Sharaf aldiyn, B. (2016). "'asalib alḡiwar wal'iḥnae fi daw' alsunat alnabawiat min khilal eamil alwufud dirasat hadithiat aistiqrayiyatun", almajalat aleilmiat likuliyat 'usul aldiyn waldaewat bi Alzaqaziq, jamieat Al'azḡar, kuliyat 'usul aldiyn waldaewati, 1(2). 469: 502.
- Aleanzi, S. (2015). 'asalib al'iḥnae fi alḡiwar alnabawii wa'atharuḡa al'iijabii fi eamaliat altawasuli, majalat jamieat almalik khalid lileulum alshareiat waldirasat al'iislamiati, 1(3). 65 - 137.
- Al-Aqidi, J. (2013), luḡat alḡikmat wa'iḥnae almukḡatab fi 'uslub alkhitaḥ alnabawii, aleadaḡ 2, jamieat Baḡḡadaḡ, kuliyat altarbiat lilbanati, qism alluḡat allearabiati, 2(1).
- Al-Qayqat, S. (2013). 'asalib al'iḥnae watathiratuḡa al'iijabiati min khilal alahadith alnabawiat, jamieat Al'amir Abd Alqadir lileulum al'iislamiat Aljazayar.
- Fawdil, M. (2016). 'athar aistikḡdam 'uslubi al'iḥnae almantiqiu walmunaqashat aljamaeiat fi taediḡ alaitijahat al'iijabiati nahw altakhaliy ean aldirasati, majalat altawasul fi aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, almujalad 2 aleadaḡ 47, jamieat Aljazayir, kuliyat aladab waleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati.
- Majmae alluḡat allearabiati, (2010). "almuejam alwasitu", ta5, (Alqahira: maktabat alshuruq alduwliatu).
- Aljiris, M. (2022). 'asalib ḡars wataeziz alqiam fi hadith almustadḡin bialzina, majalat aleulum altarbawiat waldirasat al'iinsaniatu, almujalad 5 aleadaḡ 11, jamieat Taiz, kuliyat aladab waleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati.
- <http://www.islamicbook.ws/amma/adab-alḡwar-wqwaad-alakḡlaf.html>
- <https://almunajjid.com/courses/lessons/192>.

:<https://2u.pw/8PQkHPJJ>.

- Alhamili, J. (2016). al'iibdae fi maharat al'iiqnaei, ta2 (maktabat almalik fahd, shabakat al'ulukati, qasm alkatub.

:<https://n9.cl/p2c7i>

- Alnajar, M. (2020). taqrib alsilam almunwrq fi eilm almantiqa, min 'iisdarat markaz aistishraf lilbuhuth waldirasati.

- Tafsir alquran aleazimi, ta1, ma5, tabeat dar abn aljuzi, alsueudiati, s 289.

-(45)<https://dorar.net/hadith/sharh/13766>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 73 January 2025 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.