

إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي
إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي " لزومية تُكْرَمُ أوْصالُ الفتى بعد
موته لأبي العلاء المعري أنموذجا "
د. سلاف بوحراشي

المدرسة العليا للأساتذة آسيا جبار - جامعة قسنطينة ٣ - الجزائر

ملخص:

يهدف المرسل من خلال خطابه إلى إقناع المرسل إليه، فيتبع إستراتيجية تداولية واضحة وهي الإقناع، والذي يختلف باختلاف العلاقة القائمة بين طرفي الخطاب، كما تختلف الآليات والأدوات اللغوية باختلاف المجالات التي يمارس فيها المرسل الإقناع الذي يستعمل بغرض تحقيق أهدافه النفعية، وهي متفاوتة بتفاوت مجالات الخطاب لأن إستراتيجية الإقناع شمولية تمارس على جميع الأصعدة. وفي هذا الإطار نتناول هذه الورقة البحثية آليات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي من خلال التركيز على لزومية تكريم أوصال الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري، كونها تمثل جزء من الخطاب العام الذي يجتهد فيه الشاعر لإقناع مخاطبيه بأفكاره وأرائه مستدلا بحجج وبراهين تدعم أرائه وبالتالي يصبح الخطاب الشعري يؤدي وظيفة إقناعية حجاجية .

فكرة البحث: تتمثل فكرة البحث في التركيز على دراسة الطريقة التي يتبناها المتكلم ليقنع المتلقي بالموضوع المراد إيصاله إليه فيستعمل إستراتيجية تداولية واضحة تقوم على استعمال الأدلة والحجج التي تختلف باختلاف العلاقة القائمة بين طرفي الخطاب، كما تختلف الآليات والأدوات اللغوية باختلاف المجالات التي يمارس فيها المرسل الإقناع بالدليل والحجة. وفي هذا الإطار نتناول هذه الورقة البحثية آليات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي من خلال التركيز على لزومية تُكْرَمُ أوْصالُ الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري.

منهج البحث: اقتضت طبيعة الموضوع أن اتخذ المنهج الوصفي الاستقرائي والتحليلي والمنهج الوظيفي التداولي من أجل الربط بين البنية والوظيفة في دراسة الخطاب الشعري العباسي.

خطة البحث: تتخذ مداخلتنا الخطة الآتية بالإضافة إلى الخاتمة وقائمة المصادر والمراجع :

أولاً: تمهيد حول إستراتيجية الإقناع والحجاج.

ثانياً: إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي " لزومية تكريم أوصال الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري " : آليات الإقناع اللغوية، آليات الإقناع الحجاجية، آليات الإقناع التداولية.

أولاً: تمهيد حول إستراتيجية الإقناع والحجاج

لقد توسعت اهتمامات الدرس التداولي الحديث على مستوى الاستعمال الطبيعي للغة أو على مستوى تحليل الخطاب، أو الحجاجي اللغوي، فأصبحت العملية التواصلية تركز على الإقناع بالدرجة الأولى، وذلك باستخدام الوسائل والطرق المختلفة التي تمكن من إيصال الأفكار وإقناع المتلقي.

ماهية الإستراتيجية: تتخذ الإستراتيجية معاني متعددة ، منها ما قدمه ميشال فوكو عندما قال: "أولاً: للتدليل على اختيار الوسائل المستخدمة للوصول إلى غاية معينة، والمقصود بذلك هو العقلانية المستخدمة لبلوغ هدف معين. ثانياً: للتدليل على الطريقة التي يتصرف بها أحد الشركاء في لعبة معينة تبعاً لما يعتقد أن سيكون تصرف الآخرين ولما يخال أن الآخرين سيتصورون أنه تصرفه هو.

وأخيراً: للتدليل على مجمل الأساليب المستخدمة مجابهة ما، لحرمان الخصم من وسائله القتالية وإرغامه على الاستسلام... وعليه تتخذ الإستراتيجية باختيار الحلول الراجعة"¹

فالإستراتيجية هي خطة للوصول إلى الهدف المحدد، وهي بذلك تتخذ بعدين، بعد عقلي وبعد مادي، حيث يتعلق البعد العقلي بالخطط الذهنية وهذا هو الأساس، ويتعلق البعد المادي بتنفيذ بعض أجزاء تلك الخطط².

ماهية الإستراتيجية في الخطاب: هي عبارة عن المسلك المناسب الذي يتخذه المرسل للتألف بخطابه من أجل تنفيذ إرادته والتعبير عن مقاصده، التي تؤدي لتحقيق أهدافه من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية وفقاً لما يقتضيه سياق التألف بعناصره المتنوعة ويستحسنه المرسل"³.

ولقد اصطلح على الإستراتيجية عند النقاد بمصطلح (الاحتيال) واعتبروه سلاح المتكلم في مواجهة المخاطب للوصول بسياسته إلى مبتغاه فمصدر التأثير في السامع هو الحيلة.

ويخلو هذا المصطلح من الدلالة السلبية فهو عندهم مظهر من مظاهر الحذق والمهارة وأمانة أمارات جودة النظر⁴.

وتصنف استراتيجيات الخطاب وفق معايير ثلاثة هي:

1/ **معياري اجتماعي:** وهو معيار العلاقات التخاطبية ونجد فيه الإستراتيجية التضمينية، الإستراتيجية التوجيهية.

أوبير دريفوس رابينوف وميشيل فوكو، مسيرة فلسفية، ترجمة جورج أبي صالح، مركز الإنماء القومي، بيروت، ص 200.

جمعان بن عبد الكريم، إشكالات النص دراسة لسانية نصية، بيروت، ط 1، ص 173.

عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط 1، بيروت لبنان، ودار الكتب الوطنية ليبيا، 2004، ص 62.

4 عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص 62.

إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي

٢/ معيار لغوي: وهو معيار شكل لغة الخطاب نجد فيه الإستراتيجية التلميحية.
٣/ معيار هدف الخطاب: وفيه إستراتيجية الإقناع التي يعتمد عليها المتكلم لتحقيق أهدافه، ويستخدم الكثير من الآليات اللغوية والحجاجية التي يخاطب بها عقل وعواطف المتلقي.

إستراتيجيات الإقناع:

مفهوم الإقناع: لغة

ورد في لسان العرب لابن منظور الإقناع هو: "الرضا واصله مادة (ق.ن.ع) تقول العرب: قنع بنفسه قنعا وقناعة، رضي وتقول: أقنعتني هذا أي أرضاني"^١.
وورد في معجم مقاييس اللغة لابن فارس الإقناع هو: "الإقبال بالوجه على الشيء يقال: أقنعت له، يقنع إقناعا وأنه مد اليد عند الدعاء، وسمي بذلك عند إقباله على الجهة التي يمد يده إليها"^٢.

اصطلاحا: يبنني فعل الإقناع وتوجيهه على افتراضات سابقة بشأن عناصر السياق خصوصا المرسل إليه، والخطابات السابقة، والخطابات المتوقعة، فقد جعل ربول الوظيفة الإقناعية من وظائف البلاغة، بالإضافة إلى الوظيفة التأويلية^٣.
ومن أجل ذلك عرفه ولبرشرام ودونالد روبرت بأنه: "عملية اتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل إلى إعادة تقسيم إدراكه لمحيطه أو إعادة النظر في حاجاته وطرق النقائها أو علاقاته الاجتماعية، أو معتقداته أو اتجاهاته"^٤.
فالإقناع هو عملية تواصلية تسعى إلى تحقيق أهداف المرسل النفعية في المجتمع.

مبادئ الإقناع:

— الصياغة الواضحة للرسالة: أي وضوح الهدف من الإرسال والوثوق من النفس عما يريد المرسل الإفصاح عنه، ويراعي قابلية المستمع للاستيعاب، ويكون هذا الوضوح "نتيجة امتلاك مهارة العمليات الذهنية في الكفاءة التداولية لإنتاج الخطاب المناسب للسياق، ليرتبط اللفظ بقصد المرسل، بشكل من أشكال الخطاب المتعددة، أو بالية من آلياته الكثيرة، مما ينتج عنه عدد غير محدود من الخطابات باستعمال الآلية الواحدة من آليات التلميح"^٥.
— التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلات معهم: يتوجه المحاور إلى غيره مطالباً إياه بمشاركته اعتقاداته ومعارفه^٦.

ابن منظور (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم): لسان العرب، دار صادر للنشر والتوزيع، ط١، ج١٣٠٠، ٥٤،

١. مادة قنع، ص ٣٧٥٣

٢ ابن فارس (أبو الحسن أحمد): مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام هارون، دار الفكر، ج٥، ص ٣٢-٣٣.

٣ عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص ٤٤٥.

جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط٢، ١٩٧٨، ص ٢٠٠٤.

٥ عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ٣٧٨.

٦ طه عبد الرحمان، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، وبيروت، لبنان، ٢٠٠٠، ص ٣٧٦.

د / سلاف بوحراشي

التخطيط الجيد لعملية الإقناع: أي "التفكير في التوقيت المناسب لإرسال الرسالة بحيث يكون الطرف الآخر مستعدا لقبولها".^١

الموضوعية.

مصدقية المرسل العلمية.

مكانة المرسل الاجتماعية.

من خلال هذه المبادئ يختار المرسل الإستراتيجية المناسبة لخطابه وفقا لدواعي السياق التي تصبح معايير لتصنيف استراتيجيات الخطاب.

استراتيجيات الإقناع: هي إستراتيجية تداولية تكتسب اسمها من هدف الخطاب، وتختلف الاستراتيجيات التي تسهم في ذلك من ناحية العلاقة بين طرفي الخطاب أو من ناحية تجسيدها لشكل الخطاب اللغوي، كما تختلف الآليات والأدوات اللغوية وذلك باختلاف الحقول التي يمارس المرسل فيها الإقناع. وفي هذا الإطار صنف اللغويون نظريات الإقناع فيما يلي:

الإستراتيجية الدينامية النفسية: تعتمد على العامل السيكولوجي لإحداث عملية الإقناع والتأثير في سلوك الفرد بواسطة إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه، وتعتمد هذه الإستراتيجية على تحديد مجموعة من المفاهيم "المعبر عنها بالحاجات النفسية والدوافع والمعتقدات والمصالح وأسباب القلق والمخاوف والقيم والآراء والمواقف. وتعتبر هذه العناصر البوابة الرئيسية لفهم أعمق لعملية الإقناع والتأثير".^٢

الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية: تقوم على فكرة أن الثقافة تؤدي وظيفة حيوية في تشكيل السلوك البشري، وهي تتحكم في الأنماط السلوكية المنبثقة عن الشخصية فهي الخلفية الفكرية والمعرفية والإعتقادية للسلوك.^٣

إستراتيجية إنشاء المعنى: تقوم على مفاهيم علماء الأنثروبولوجيا للسلاطات البشرية والقاضية بأن المعاني: "ترتبط مباشرة باللغة التي يستعملها الإنسان لتجسيد قصده وتحقيق هدفه، أي للتعبير عما بداخله من معاني وهذه البنية المعرفية الداخلية تزود الإنسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه ومن ثم فالتصرف في إزائه منبثق من بنيته الداخلية".^٤

مسوغات استعمال إستراتيجية الإقناع:

هناك عدد من المسوغات التي ترجح استعمال الإقناع، فمما يرجح استعمالها دون غيرها من الاستراتيجيات ما يلي:

عامر مصباح، الاقتناع الاجتماعي، خلفيته النظرية والبيانه العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٠٢٠٠٥، ص ٢٣.

عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية والبيانه العملية، ص ٥١.

المرجع نفسه، ص ٥٢.

المرجع نفسه، ص ٥٤.

استراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي

- ١/ أن تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى، ونتائجها أثبتت وديمومتها أبقى. لأنها ناتجة عن حصول الإقناع عند المرسل إليه.
- ٢/ تمايزها من الاستراتيجيات المتاحة الأخرى: مثل الاستراتيجيات الإكراهية.
- ٣/ الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج، لان من شروط التداول اللغوي شرط الإقناعية، فالمرسل عندما لا يطالب المتلقي بمشاركته اعتقاداته، فان مطالبته لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرج على منهج القمع، وإنما تعتمد طرقاً استدلالية مختلفة للإقناع والتأثير وتوجيه سلوك المتلقي.
- ٤/ الرغبة في تحصيل الإقناع، فهو الهدف الأعلى لكثير من أنواع الخطاب.
- ٥/ إبداع السلطة، فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه، ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المتلقي، وما جعل الإقناع سلطة مقبولة، كون الحجاج هو الأداة العامة من بين ما يتوسل به المرسل من أدوات واليات لغوية.
- ٦/ شمولية إستراتيجية الإقناع، فهي تمارس على جميع الأصعدة فيمارسها الحاكم والفلاح الصغير وكبير القوم والطفل والمرأة، وهذا ما يعزز انتماء إستراتيجية الإقناع إلى الكفاءة التداولية التي تعبر عن مهارة المتكلم الخطابية.
- ٧/ ما تحققه إستراتيجية الإقناع من نتائج تربوية.
- ٨/ استباق عدم تسليم المرسل إليه بنتائج المرسل .
- ٩/ خشية سوء تأويل الخطاب.
- ١٠/ عدم الاتفاق حول قيمة معينة، أو التسليم من أحد طرفي الخطاب للآخر^١.

الإقناع والحجاج:

مفهوم الحجاج:

لغة: ورد في لسان العرب لابن منظور أن المعاني التي تدور حول الجذر اللغوي حَجَجَ هي كما يلي:

الحجّ: القصد، حجّ إلينا أي قدم، وحجبت فلانا واعتمدته أي قصدته، ورجل محجوج أي مقصود، وقد حجّ بنو فلان فلانا إذا طالوا الاختلاف إليه، وقال الأزهري: ومن أمثال العرب "لجّ فحجّ" أي لجّ فغلب من لاجّه بحججه، يقال حاججته أحاجّه حجاجاً ومحاجّة حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدليت بها إليه.

الحجّة: هي البرهان، وقيل الحجّة ما دفع به الخصم.

التحاجج: التخاصم، وجمع الحجّة حُجج وحجاج، وسميت بالحجة لأنها تحجّ أي تقصد لان القصد لها وإليها^٢.

وورد في مقاييس اللغة لابن فارس: "حاججته فلانا فحججته أي غلبته بالحجّة"^٣.

^١ عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص ص ٤٤٦-٤٤٧.

^٢ ابن منظور (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم): لسان العرب، ج ١، ص ٢٢٦.

^٣ ابن فارس (أبو الحسن أحمد): مقاييس اللغة، ج ١، ص ٣٠.

نجد أن الحجاج قد وظف في إطار الخصومة بين شخصين فالحجة هي وسيلة يستعملها المتكلم للتغلب على الخصم.

اصطلاحاً: أورد بعض الدارسين تعريفات للحجة والحجاج نذكر منها قديماً وحديثاً بعض المفاهيم على سبيل الذكر لا الحصر:

قديماً: عرّف الشريف الجرجاني الحجة فقال: " ما دل به على صحة الدعوى " ^١ يفهم من خلال هذا التعريف أن الحجة هي البرهان والدليل والإثبات.

وعرف أبو هلال العسكري الحجة والاحتجاج بقوله: " الحجة هي الاستقامة في النظر والمضي فيه على سنن مستقيمة من رد الفرع إلى الأصل، وهي مأخوذة من المحجة وهي الطريق المستقيم " ^٢ وهذا يعني أن الحجة مشتقة من الاستقامة في القصد إلى الحجّ.

حديثاً: عرّف أبو بكر العزاوي في كتابه " اللغة والحجاج " : "إننا نتكلم بقصد التأثير والإقناع، واللغة تحمل بصفة ذاتية وجوهرية وظيفة حجاجية" ^٣.

وعرفه جميل حمداوي في كتابه " نظريات الحجاج " : " أصبح الحجاج موضوعاً لافتاً للانتباه بسبب حضوره الكلي والجزئي أو الضمني في مجموعة من الخطابات، سواء أكانت فلسفية أم أخلاقية أم قضائية أم أدبية أم سياسية أم سيميائية أم لسانية ... " ^٤

في حين عرفه طه عبد الرحمان بقوله: " لا تواصل باللسان من غير حجج، ولا حجج من غير تواصل باللسان " ^٥.

من خلال تتبع هذه التعريفات نجد أن الحجاج يوحي بأهمية كبيرة في الدراسات اللغوية ، فهو يتصدر قائمة البحوث العلمية، فهو: " كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها، ومن ثمّة فالحجة عنصر دلالي، متضمن في القول الذي يقدمه المتكلم على انه يخدم ويؤدي إلى عنصر دلالي آخر والذي يصيرها حجة، أو يمنحها طبيعتها الحجاجية هو السياق " ^٦. فالحجاج هو تقديم الأدلة المؤيدة إلى نتيجة معينة والتي تتعلق بالسياق والمحتوى القضوي الذي يختلف من سياق إلى آخر.

وإذا عدنا إلى الدراسات اللسانية الغربية فإننا نجد تعريفات كثيرة نراها أقرب من غيرها إلى جوهر الحجاج، نذكر منها:

الشريف الجرجاني، التعريفات، تحقيق عبد الرحمان المرعشلي، دار النقاش، بيروت، لبنان، ط١، ٢٠٠٣، ص ١٤٥.

أبو هلال العسكري، الفروق اللغوية، تحقيق محمد إبراهيم، دار العلم والثقافة، مصر، ص ٧٠.

أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، العمدة للطبع، المغرب، ط١، ٢٠٠٦، ص ٨٠.

جميل حمداوي، نظريات الحجاج، ص ٦٠.

عبد الرحمان طه، التواصل والحجاج، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، ١٩٩٣، ص ٥.

نادية رمضان النجار، الاتجاه التداولي والوظيفي في الدرس اللغوي، كلية الآداب، جامعة حلوان، ط١، ٢٠١٣، ص

٦٠٤.

استراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي

١/ بيرلمان يعرف الحجاج بقوله: " غاية كل حجاج أن يجعل العقول تدعن لما يطرح عليها، أو يزيد في درجة ذلك الإذعان، وأنجع الحجاج ما وفق في جعل حدة الإذعان تقوى درجاتها لدى السامعين بشكل يبعثهم على العمل المطلوب (انجازه أو الإمساك عنه)، أو هو ما وفق على الأقل في جعل السامعين مهينين لذلك العمل في اللحظة المناسبة" ^١ فالحجاج مرتبط بإذعان السامع وحمله على الاقتناع وذلك أن غاية الحجاج هي الفعل في المتلقي على نحو يدفعه إلى العمل أو يهيئه للقيام به ويتفاعل معه.

٢/ بيرلمان وتيتيكا يعرفان الحجاج بأنه: " طائفة من تقنيات الخطاب التي تقصد إلى استمالة المتلقين إلى القضايا التي تعرض عليهم أو إلى زيادة درجة تلك الاستمالة" ^٢

٣/ اندرسين ودوفر يعرفان الحجاج بأنه: "طريقة لاستخدام التحليل العقلي والدعاوي المنطقية، وغرضها حل المنازعات والصراعات واتخاذ قرارات محكمة والتأثير في وجهات النظر والسلوك" ^٣ لأن الحجاج طريقة من التحليل والتعليل يستخدم فيها المنطق للتأثير في المتلقي.

٤/ أوتس ماس يعرف الحجاج كونه: "فعلا لغويا أو عملية اتصالية أو جنسا من خطاب تفاعلي مع إبراز أهم مكوناته" ^٤ فالحجاج عند ماس سياق من الفعل اللغوي.

٥/ ديورا شيفرين يعرف الحجاج بأنه: " جنس من الخطاب، تبنى فيه جهود الأفراد دعامة مواقفهم الخاصة، في الوقت نفسه الذي ينقضون فيه دعامة موقف خصومهم" ^٥.

٦/ هاينمان وفيجير يعرفان الحجاج بأنه: "عملية اتصالية، هي كل ضرب من ضروب عرض البرهان الذي يعلل الفرضيات والدوافع والاهتمامات" ^٦.

في ضوء هذه التعريفات نجد أن الحجاج هو فعل لغوي يبني على فرضية معينة، يعرض فيها المتكلم الأدلة والتبريرات المنطقية بغرض الإقناع والتأثير في المواقف والسلوكيات.

الإقناع والحجاج: ارتبط الحجاج عبر مساره التاريخي بمصطلحات متداخلة ومترادفة معه، لهذا السبب تعتبر مسألة تداخل المصطلحات مسألة تصادف كل باحث في هذا المجال، ويمكن أن نشير إلى بعض هذا التداخل كما يلي:

الحجاج والجدل: الحجة هي الدليل والبرهان كما سبقت الإشارة، أما بالنسبة للجدل فقد ظهر في البلاغة السفسطائية قديما والأصل فيه كما يقول ابن وهب: " وأما الجدل والمجادلة، فهما قول يقصد به إقامة الحجة فيما اختلف فيه اعتقاد المتجادلين،

عبد الله صولة، في نظرية الحجاج، دراسات وتطبيقات، مسكيلياني للنشر، ط١، ٢٠١١، ص ١٣،
حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالاته، دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، عالم الكتب الحديث، ط١، ص ٦٢

^٣ حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالاته، دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة ص ٦.

^٤ المرجع نفسه، ص ٦.

^٥ المرجع نفسه، ص ٦.

^٦ المرجع نفسه، ص ٧.

ويستعمل في المذاهب والديانات، وفي الحقوق والخصومات، والتتصل في الاعتذارات¹ فالجدل خطاب تعليلي إقناعي الهدف منه هو إظهار الحجة التي تقنع المتلقي.

الحجاج والحوار: نجد للحوار بعض التداخلات مع الحجاج فهو ينتمي إلى مجاله المفهومي،

فالحوار: الجواب، يقال كلمته فما رد إليّ حواراً أو حويراً أي جواباً² أي أن الحوار يحمل معنى التفاعل بين الملقى والمتلقي، فالأول يطرح سؤالاً أو يبدي رأياً معيناً، فيرد عليه المتلقي، وهنا يلتقي معنى الحجاج بمعنى المحاوره، فالمُحاجج حين يقدم حجته ينتظر من المتلقي أن يحاوره.

الإقناع والحجاج: يتولد الإقناع عند المرسل إليه بالحجاج، فإن أول ما ينصبّ عليه اهتمامه هو البصر بالحجة: "وهو حسن التدبير والتقاط المناسبة بين الحجة وسياق الاحتجاج في صورتها المثلى حتى يسدّ المتكلم السبيل على السامع فلا يجد منفذاً إلى استضعاف الحجة والخروج عن دائرة فعلها"³ ٣٤ حيث يختار المتكلم الحجج المناسبة للسياق، ثم يقدمها في قالب لغوي مناسب، وهنا تظهر أهمية الحجاج فيما يولده من اقتناع لدى المرسل إليه.

أي أنه فعل مقصود يتطلب تقنيات وكفايات تؤثر في المتلقي. ويعرف توماس شايدل الإقناع بأنه: "محاولة واعية للتأثير في السلوك"⁴ ويرى أوستين فيرلي أن: "الحجاج والإقناع جزأين من عملية واحدة، ولا اختلاف بينهما إلا في التوكيد" فنجاح العملية الإقناعية راجع إلى نجاح الخطاب الحجاجي الذي يمتلك قدرة أكبر على الإقناع.

ويرى كل من هوارد مارتين وكينيث أندرسين: "أن كل اتصال هدفه الإقناع، وذلك أنه يبحث عن تحصيل رد فعل على أفكار القائم بالاتصال"⁵، فقد دل الإقناع على المعنى العام وليس الإقناع الحجاجي الذي يصدر عن وسائل منطقية ولغوية خاصة، ويمكن توضيح هذه المسألة في كون النص الخطابي نصاً إقناعياً، ولكنه ليس نصاً حجاجياً بالضرورة، لأنه لا يعبر بالضرورة عن قضية خلافية، يعني أن كل نص حجاجي نص إقناعي وليس كل نص إقناعي نصاً حجاجياً، حيث يرتبط الإقناع بالحجاج⁶.

1 حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالاته، دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، ص ٩. الفيروز آبادي (مجد الدين محمد يعقوب)، القاموس المحيط، مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، ط ٨، ٢٠٠٥، مادة (حور)، ص ٣٨١.

2 عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص ٤٥٧.

3 حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالاته، دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، ص ٠٨.

4 المرجع نفسه، ص ٠٨.

5 المرجع نفسه، ص ٠٩.

إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي

ومعنى كون الحجاج خطاباً إقناعياً أنه: "يهدف إلى إقناع شخص أو مستمع أو جمهور ما بتبني موقف ما، أو مشاركة في رأي ما، ضمن إطار تواصلية يتجاوز مستوى التبليغ والإفهام، إلى مستوى التأثير والإقناع بتبني موقف أو رأي"^١ فنجد ارتباطاً وثيقاً بين المصطلحين فالإقناع والاقتناع هما لب العملية الحجاجية عند بيرلمان وتيتيكا، فالاقتناع هو الأثر المتولد عن التلطف، وهناك من يفرق بينهما على اعتبار أن الإقناع يكون بمخاطبة الخيال والعاطفة، مما لا يترك مجالاً لإعمال العقل، وحرية الاختيار، مما يجعله ذاتياً محضاً، بخلاف الحجاج الذي يتميز بكونه يقع بين الموضوعية والذاتية لأنه يقوم على حرية الاختيار على أساس عقلي، دون إغفال العواطف.

كما نجد فرقا آخر هو أن الإقناع يقصد التأثير في مستمع سلبي، بينما الحجاج يشرك مستمعا فعّالاً في عملية التواصل، ويستهدف مستمعا عاما بالإضافة المستمع الخاص، أما الإقناع فإنه يستهدف مستمعا خاصا ومقصوداً^٢.

ثانياً: إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي " لزومية تكريم أوصال الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري:

١/آيات الإقناع اللغوية: اللغة في الإقناع هي الوسيلة التي تفرض السلطة على الآخرين ذات الصلة بالإقناع في النص المقصود بالتحليل و هو " لزومية تكريم أوصال الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري " ، وتتمثل هذه البنى فيما يلي :

الوصل والفصل:

الوصل: يقصد به: " ما يتم فهم الخطط التي تقرب بين العناصر المتباعدة في الأصل، لتمنع فرصة توحيدها من أجل تنظيمها"^٣ وقد استعمل المعري هذه الروابط منها: الواو: إن الواو بوصفها من الأدوات الرابطة ، كان لها دور كبير في ربط الوحدات والعناصر، الموجودة في القصيدة، وذلك باعتبارها تفيد الجمع المطلق ، في تعمل على ربط الحجج والتنسيق بينها ونسجها في خطاب متكامل ،فتبرز لنا مواطن الحجاج، واستعمالها يجعل كل الحجج مترابطة، وبذلك تصبح كل حجة تدعم الحجة التي تليها، وهذا الترابط يستعمله المعري ليدعم رأيه قصد إقناع المتلقي ، فاستعمال الواو لا يختص بجمع الحجج فقط بل ليصل إلى الغاية المطلوبة ومن أمثلة ذلك قوله:

تُكْرَمُ أوْصَالُ الفَتَى بعد موته
وأرواحنا كالرّاح إن طال حبسها
وهل لحق التثريب سكان يثرب
وما قبلت نفسي من الخير لفظة
وهُنَّ إذا طال الزّمانُ هباءً
فلا بد يوماً أن تكون سباءً
من الناس لا بل في الرجال غباء
وان طال ما فاهت به الخطابُ^٤

١. أمال يوسف المغماسي، الحجاج في الحديث النبوي دراسة تداولية، الدار المتوسطة للنشر، ط١، ٢٠١٦، ص ٢٢.

٢. المرجع نفسه، ص ٣٩.

٣. عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص ٤٧٧.

٤. أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، شركة دار الأرقم للطباعة والنشر، بيروت، ص ٥٤.

د / سلاف بوحراشي

وظف المعري الواو في هذه الأبيات ليثبت أن الاعتزاز بالحياة وملذات الحياة كله زائل والموت حقيقة لا بد منها، فما هي فائدة تكريم الجسد بلا روح لأنه سيصير هباء منثوراً، فما فائدة اتصال الصفات السيئة بتسميات المناطق ونسبة أهلها إلى تلك الصفات القبيحة.

فقد جاءت الواو رابطة لغوية حاجية تداولية لتحقيق الإقناع.

الفاء: استعمل المعري الفاء لتفسير وتعليل الحجج وهي قلية في قصيدته كقوله:

وأرواحنا كالرّاح إن طال حبسها

فان إباء الليث ما حل أنفه

بأن محلات الليوث إباء^١

أعطى الشاعر صورة تشبيهية تفسيرية مثل الخمر، وكذلك لو كانت الأسماء تمثل نفس الشيء في الحياة لكانت الأسود تستمد إباءها من أجمادها التي تسكنها وهي قصب الإباء.

التركيب الشرطية:

الشرط هو: " أسلوب لغوي يبني على جزأين: الأول منزل بمنزل السبب، يتحقق الثاني إذا تحقق الأول، وينعدم إذا انعدم الأول"^٢، وقد اعتمد المعري على الشرط مع الفصل في قوله^٣:

وأرواحنا كالرّاح إن طال حبسها

فالراح هي الخمر وان طال تخزينها ستبقى خمراً، فالشرط هو: فان طال حبسها، وجوابه هو: فلا بد يوماً أن تكون سبأً.

كما استخدم المعري الشرط للإقناع في قوله:

وذو نجب إن كان ما قيل صادقاً

فما فيه إلا معشر نجباء^٤

فان كان الكلام الذي قيل صادقاً عن المعرة وسكانها، لكان ذي نجب علة لنجابة سكانه

ونبوغ أبنائه، فهذا الكلام باطل مصدره فساد العقول.

التكرار:

يساعد التكرار على التوضيح والإفهام، وتوكيد الكلام وتقرير معناه، فهو وسيلة لإقناع المتلقي، والتأثير عليه. ومن أمثله في القصيدة التكرار بإعادة الصياغة وهو تكرر

يتغير فيه التركيب بهدف تشييد المعنى ووجهة النظر كقول الشاعر:

فان إباء الليث ما حل أنفه

بأن محلات الليوث إباء

وهل لحق التثريب سكان يثرب

من الناس لا بل في الرجال غياب

وذو نجب إن كان ما قيل صادقاً

فما فيه إلا معشر نجباء

١ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٤.

٢ مهدي المخزومي، في النحو العربي، نقد وتوجيه، دار الرائد العربي، بيروت، لبنان، ط ٢، ١٩٨٦، ص ٢٨٤٢.

٣ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٤.

٤ المصدر نفسه، ص ٥٥.

استراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي
فثابوا أكان العسجد الثوباء^١

تعدت بنو قيس بن عيلان بالغنى
٢ / آليات الإقناع الحجاجية:

الآليات البلاغية: البلاغة فن الإقناع والأساليب وهي آلية من آليات الاستمالة والتأثير بالصور البيانية والأساليب، ومن الآليات البلاغية البارزة في القصيدة الاستعارة والتشبيه والكناية.

حجاجية الاستعارة: وظف المعري الاستعارة من أجل الإقناع مرة واحدة في القصيدة في قوله:

وما قبلت نفسي من الخير لفظة وان طال ما فاهت به الخطباء^٢
شبه المعري نفسه بشخص حي قادر على إعطاء رأيه، وهي استعارة حجاجية تعبر عن الدين الذي أصبح شائعا بين الناس، فقد اتخذوا منه طريقا إلى الحياة والغنى، ويرى المعري أن معنى الدين لا يدرك إلا بالمحاولة، فهو يقنع المتلقي بأن يأخذ بلفظ الخير ويزعم بعد ذلك أنه خير، وان طال ما رده الخطباء.
حجاجية التشبيه: وظف المعري التشبيه ليقرب الصورة إلى المتلقي ويقنعه بها فيجعله يراها رأي العين كقوله^٣:

وأرواحنا كالراح إن طال حبسها فلا بد يوما أن تكون سباء
يحاول المعري تقريب الصورة الى المتلقي ليقنعه به فيشبه الأرواح في الأجسام بالخمير التي طال حبسها، فالموت يطالب بالروح كما يطالب الجسد بالراح (الخمير). ويقول أيضا:

هل الدين إلا كاعب دون وصلها حجاب ومهر معوز وحياء^٤
شبه الشاعر الدين بالمرأة الكاعب التي يصعب وصلها لأنها محجبة لا يستطيع احد الفوز بها، ويفيد هذا التشبيه في أن الشاعر يقنع المتلقي بأن الدين صعب وثمان. كما وظف التشبيه في القصيدة بقوله:

تعدت بنو قيس بن عيلان بالغنى فثابوا أكان العسجد الثوباء^٥
شبه الشاعر عدوى الغنى والثروة بعدوى الثاوب، فهو يصور لنا سرعة انتشار عدوى الغنى عند قيس بن عيلان من أجل الإقناع بهذه الصورة.

حجاجية الكناية: وظف المعري الكناية من أجل تعميق الفكرة ويضفي على الكلام جمالا ويؤثر على نفس المتلقي، لجأ إليها للإفصاح عما يدور بداخله من معاني وهي وسيلة من وسائل الإقناع في القصيدة، ومن أمثلتها قول المعري^٦:

المصدر نفسه، ص ١٥٥.

٢ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٥.

المصدر نفسه، ص ٥٤.

المصدر نفسه، ص ٥٥.

المصدر نفسه، ص ٥٥.

٦ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٤.

د / سلاف بوحراشي

تُكْرَمُ أَوْصَالُ الْفَتَى بَعْدَ مَوْتِهِ وَهُنَّ إِذَا طَالَ الزَّمَانُ هَبَاءً
جاءت الكناية في البيت الشعري كناية عن العدم فوظف الشاعر كلمة الهباء وهو
الغبار ودقائق التراب في سياق حديثه عن تكريم الفتى بعد موته فلا فائدة في تكريم
الجسد الذي يصبح بلا روح لأنه سيصير هباء منثورا.
ويقول أيضا :

ضرابا يطير الفرخ عن وكر أمه ويترك درع المرء وهي قباء^١
استعمل الشاعر الكناية لتوضيح المعنى فجاءت كلمة الفرخ كناية عن الهامة أو الرأس.
السلم الحجاجي: هو علاقة ترتيبية للحجج الموجهة، فكل قول في السلم الحجاجي
دليلا على مدلول معين يعلوه مرتبة دليلا أقوى منه بالنسبة للنتيجة (ن) المتوصل
إليها.

ويمكن أن نمثل للحجج البارزة في القصيدة، والتي ساهمت في تقوية الدليل والإقناع
بالحجة، وهي كما يلي:
قال المعري^٢:

تُكْرَمُ أَوْصَالُ الْفَتَى بَعْدَ مَوْتِهِ وَهُنَّ إِذَا طَالَ الزَّمَانُ هَبَاءً
وأرواحنا كالرّاح إن طال حبسها فلا بد يوما أن تكون سباءً
نتيجة: حسرة وأسف

الحجة ٤: الروح كالراح لكل مقتضى يبتغيها
الحجة ٣: الموت حقيقة لا بد منها
الحجة ٢: مصير الجثة إلى الاندثار
الحجة ١: الأباطيل سبب لتكريم الجثة بعد الموت
السلم الحجاجي رقم ١

وظف الشاعر هذه الحجج وهي ليست على درجة واحدة، فالحجة الثانية أوى من
الاولى، والثالثة أقوى من الثانية، والرابعة أقوى من الثالثة .
ويقول الشاعر^٣:

يعيرنا لفظ المعرة أنها من العرّ قوم العلا غرباء
فان إباء الليث ما حل أنفه بأن محلات الليوث إباء
وهل لحق التثريب سكان يثرب من الناس لا بل في الرجال غباء
هم ضاربوا أولاد فهر وجالدوا على الدين إذا وشى الملوك عباء
وذو نجب إن كان ما قيل صادقاً فما فيه إلا معشر نجباء^٤

١ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٤ .

المصدر نفسه، ص ٥٤ .

المصدر نفسه، ص ٥٤ .

٤ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٥ .

النتيجة: الانخداع بالأسماء

- الحجة ٤: الأسماء ليست سببا يعتمد للحكم على الناس
الحجة ٣: معايرة قبيلة المعر بما يحملها اسمها من دلالة
الحجة ٢: لا يمكن لوم سكان يثرب لان اسمها يدل على اللؤم
الحجة ١: مدح أهل يثرب لأنهم جالدوا على التثريب
السلم الحجاجي رقم ٢

وظف الشاعر هذه الحجج بشكل تصاعدي تبدأ من الحجة الأضعف وتنتقل إلى الحجة الأقوى منها، ونلاحظ أن هذه الحجج تؤول كلها إلى النتيجة نفسها ولكن بدرجات متفاوتة.

ويقول أيضا في معرض حديثه عن عزة الدين^١:
وما قبلت نفسي من الخير لفظة وان طال ما فاهت به الخطباء
تفرع أعرابية إن جرت لها نواعب تستعرضنها وظباء
وما الأربي للحي إلا مسفة على أنهم في أمرهم إرباء
النتيجة: الدين

- الحجة ٤: الدين عزيز لا ينال إلا بالكد
الحجة ٣: الخير ليس لفظة وإنما معنى يؤثر في العقول
الحجة ٢: اتخاذ الناس الدين طريقا إلى الغنى
الحجة ١: ضعف العقول بسبب التطير والتشائم بالحيوانات
السلم الحجاجي رقم ٣

٣/ آليات الإقناع التداولية:

تركز التداولية على العلاقة بين اللغة ومستعملها بكل ما تحويه من خصائص ومميزات.

واستعمال إستراتيجية الإقناع التداولي في هذا الإطار يحتاج إلى فهم مقاصد المتكلم.
المقاصد: فقد ارتبط المحتوى القضوي في " لزومية تكريم أوصال الفتى بعد موته
لأبي العلاء المعري "

بالقدرة على استخدام استراتيجيات مختلفة للإقناع، والتي كشفت غاية الشاعر العاطفية ، التي كانت تستهدف التأثير على وجدان المتلقي ومخاطبة أحاسيسه باستخدام أساليب مختلفة كالاستعارة والتشبيه والكناية. كما برزت الغاية العقلية التي ركز فيها المعري على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية التي لها القدرة على الإقناع.

١ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، ص ٥٥.

وقد برزت في القصيدة ظاهرة الإشارات التداولية، حيث ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بإستراتيجية الإقناع فيها، ويمكن أن نوضحها كما يلي:

الإشارات الشخصية: وهي الإشارات الدالة على المتكلم أو السامع أو الغائب، كما يدل النداء ونقد الأنا عليها. ومن أمثلتها في القصيدة وظف المعري (الهاء) في (موته) ليبدل على الفتى والحزن، وضمير الغائب (هنّ) في " وهنّ إذا طال الزمان هباء"، وهي تعود على الأوصال، والضمير (نا) في " أرواحنا" التي تعود على الشاعر والمخاطبين للدلالة على الفناء.

الإشارات الزمانية والمكانية: وهي الكلمات الدالة على الزمان والمكان، فنلاحظ أن المعري استخدم المؤشرات الزمانية، ومنها: " تكررّ أوصال الفتى بعد موته" ليشير بالظرف الزمني (بعد) إلى زمن تكريم الإنسان بعد موته، وكذلك الظرف الزمني (إذ) الدال على معنى حين أي زمن ارتداء الملوك للعباءة في " على الدين إذ وشى الملوك عباء".

ووظف الشاعر عنصر إشاري من المبهمات المكانية وهو اسم الإشارة (ذو) الذي يشير إلى سكان واد نجب ليبدل على أنهم نجباء وأذكىاء في " وذو نجب إن كان ما قيل صادقاً".

وبرزت أيضاً في القصيدة أسماء المكان: المعرفة، إباء، يثرب، فهر، وكر، نجب، البلاد. **خاتمة:** استعمل أبو العلاء المعري استراتيجيات الإقناع المختلفة، وذلك بتوظيف الآليات اللغوية التي ربطت بين الحجج ونسقت بينها من أجل اقناع المتلقي وتحقيق الغاية المطلوبة و الآليات الحجاجية التي برزت فيها الاستعارة والتشبيه والكناية، ففرب المعري الصورة إلى المتلقي ليقتنع بها ويجعله يراها رأي العين فجاءت الحجج من الأضعف إلى الأقوى، والآليات التداولية التي تتحد جميعها من أجل تحقيق الأغراض والمقاصد التي يريدها الشاعر وإقناع المتلقي.

المصادر والمراجع:

١/ ابن منظور (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم): لسان العرب، دار صادر للنشر والتوزيع، ط١، ج١٣٠٠، ٥٤، مادة قنع.

٢/ ابن فارس (أبو الحسن أحمد): مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام هارون، دار الفكر، ج٥.

٣/ أبو هلال العسكري، الفروق اللغوية، تحقيق محمد ابراهيم، دار العلم والثقافة، مصر، دت

٤/ أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، العمدة للطبع، المغرب، ط١، ٢٠٠٦.

٥/ أبو العلاء المعري، ديوان لزوم مالا يلزم، شركة دار الأرقم للطباعة والنشر، بيروت، ص٥٤.

- ٦/ أوبير دريفوس راينوف وميشيل فوكو، مسيرة فلسفية، ترجمة جورج أبي صالح، مركز الإنماء القومي.
- ٧/ أمال يوسف المغماسي، الحجاج في الحديث النبوي دراسة تداولية، الدار المتوسطة للنشر، ط١، ٢٠١٦.
- ٨/ جمعان بن عبد الكريم، إشكالات النص دراسة لسانية نصية، بيروت، ط١ بيروت، دت.
- ٩/ جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط٢، ١٩٧٨.
- ١٠/ حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالاته، دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، عالم الكتب الحديث، ط١، ٢٠١٠.
- ١١/ الشريف الجرجاني، التعريفات، تحقيق عبد الرحمان المرعشلي، دار النقاش، بيروت، لبنان، ط١، ٢٠٠٣.
- ١٢/ طه عبد الرحمان، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، وبيروت، لبنان، ٢٠٠٠.
- ١٣/ طه عبد الرحمان، التواصل والحجاج، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، ١٩٩٣.
- ١٤/ عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط١، بيروت لبنان، ودار الكتب الوطنية ليبيا، ٢٠٠٤.
- ١٥/ عبد الله صولة، في نظرية الحجاج، دراسات وتطبيقات، مسكيلياني للنشر، ط١، ٢٠١١.
- ١٦/ عامر مصباح، الاقتناع الاجتماعي، خلفيته النظرية والياتة العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط٢٠٠٥.
- ١٧/ الفيروز أبادي (مجد الدين محمد يعقوب)، القاموس المحيط، مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، ط٨، ٢٠٠٥، مادة (حور).
- ١٨/ مهدي المخزومي، في النحو العربي، نقد وتوجيه، دار الرائد العربي، بيروت، لبنان، ط٢، ١٩٨٦.
- ١٩/ نادية رمضان النجار، الاتجاه التداولي والوظيفي في الدرس اللغوي، كلية الآداب، جامعة حلوان، ط١، ٢٠١٣.
- إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي " لزومية تُكْرَمُ أوْصَالُ الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري أنموذجا "**
د.سلاف بوحراشي
المدرسة العليا للأساتذة آسيا جبار - قسنطينة - الجزائر

ملخص البحث:

يهدف المرسل من خلال خطابه إلى إقناع المرسل إليه، فيتبع إستراتيجية تداولية واضحة وهي الإقناع، والذي يختلف باختلاف العلاقة القائمة بين طرفي الخطاب، كما تختلف الآليات والأدوات اللغوية باختلاف المجالات التي يمارس فيها المرسل الإقناع الذي يستعمل بغرض تحقيق أهدافه النفعية، وهي متفاوتة بتفاوت مجالات الخطاب لأن إستراتيجية الإقناع شمولية تمارس على جميع الأصعدة. وفي هذا الإطار تتناول هذه الورقة البحثية آليات الإقناع في الخطاب الشعري العباسي من خلال التركيز على لزومية تكريم أوصال الفتى بعد موته لأبي العلاء المعري، كونها تمثل جزء من الخطاب العام الذي يجتهد فيه الشاعر لإقناع مخاطبيه بأفكاره وأرائه مستدلاً بحجج وبراهين تدعم أرائه وبالتالي يصبح الخطاب الشعري يؤدي وظيفة إقناعية حجاجية.

Summary:

The sender aims through his speech to persuade the addressee, and he follows a clear deliberative strategy which is persuasion, which differs according to the relationship between the two parties to the speech, as well as the mechanisms and linguistic tools differ in the different areas in which the sender exercises the persuasion that is used for the purpose of achieving his utilitarian goals, and it is differentiated in different fields of speech Because a comprehensive persuasion strategy is practiced at all levels.

In this framework, this research paper deals with the mechanisms of persuasion in the Abbasid poetic discourse by focusing on the necessity of honouring the boy's descendent after his death to Abu Ala 'Al-Maari, as it represents part of the public discourse in which the poet strives to convince his speeches of his ideas and opinions in evidence and arguments that support his views and thus the poetic discourse becomes Performs a persuasive function.