

المحاضرة الرابعة عشر: استراتيجيات الاتصال الإقناعي

الإستراتيجيات عمل تقني:

باعتباره مرتبط بالتخطيط في الاتصال الإقناعي، على أساس أن الإقناع تطور من كونه فناً إلى كونه علماً، "كان الإقناع كفن يمارس منذ القرون، و لكن الإقناع كعلم حديث يرتبط بالقرن العشرين، الذي نبت فيه".¹

و تجدر الإشارة إلى أن الخطاب القرآني قد استخدم هذه الإستراتيجيات، و لكن الكثير من الناس بعيدون عن المصادر الأصلية للمعرفة، طالما أن الدعوة الإسلامية مبنية على هذه الإستراتيجية، و مع توفر وسائل نشر الدعوة الإسلامية. لكن الخطاب الإقناعي يصعب إتقانه.

اعتمدت النظريات التي حاولت تفسير الظاهرة الإعلامية، و كيف تؤثر على الجمهور باعتماد المدخل النفسي لتفسيرها ثم المدخل الاجتماعي، و تيقن الخبراء فشل أي من المدخلين على انفراد، ثم دمج المدخلين بهدف تحديد وظائف و تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع، و تأثير الرسالة يبدأ بإقناع الجمهور بمشاهدتها و الاستماع إليها، أو قراءتها، فقد كان مصطلح علم البيان يستخدم للإشارة إلى فن استخدام اللغة للتأثير على أحكام الآخرين و سلوكهم.

و عملية الإقناع تبدأ من الفكرة و طريقة التعبير عنها، أسلوب نقلها، و الربط بين الفكرة والتعبير عنها و كيفية نقلها من الأمور الشائعة بين دارسي الإعلام و خبراءه، و بالرجوع لأرائهم يمكن الخروج بعدة قواعد أساسية تعطي وجهة نظر سائدة.

القاعدة الأولى : إن الكلمات عبارة عن رموز تستعمل للتعبير عن الأشياء، و الأفكار، أو المفاهيم و التجارب أو الأحاسيس.

القاعدة الثانية : أم الكلمة الواحدة من الممكن أن تحمل معاني كثيرة، و يكون لها أكثر من استعمال.

القاعدة الثالثة : عند استخدام الرموز الكلامية و الكلمات الرمزية، كدليل لاتصالاتنا العامة أو الخاصة، فإننا غالباً ما نعتمد على الشموليات دون التفاصيل.

القاعدة الرابعة : من خلال دورة معاني الكلمات بين الناس و تبادلهم لها يتحدد المعنى الذي يتصل بالعلاقة بين الرموز أو الموضوعات أو المفاهيم التي تعود عليها.

القاعدة الخامسة : من الكلمات ما يمكن أن يكون لها معان ظاهرة، و أخرى باطنة.

القاعدة السادسة : تميل الحقيقة إلى الثبات بينما تتجه اللغة للحركة الميكانيكية.

¹ سهير جاد تقديم عبد العزيز شرف، المرجع السابق - ص34.

- هذه هي القواعد التي تربط الفكرة بالتعبير عنها وأسلوب نقلها، والفكرة من حيث الاصطلاح الإعلامي هي الشكل المحدد للتعبير عن مجموعة من المواقف المرتبطة بشخصيات حقيقية، أو اختيارية خلال ظروف اتصالية محددة.²

الاستراتيجيات الثلاثة:

اتفق علماء الإعلام على وجود ثلاثة استراتيجيات للاتصال الإقناعي هي: الإستراتيجية الدينامية النفسية، - الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية، - إستراتيجية إنشاء المعاني. غير أننا هنا سنحاول عقد دراسة مقارنة بين النظريات العلمية الحديثة، وكيفية تناولها للقضية مقارنة بما ورد في القرآن الكريم من آيات تؤيد هذا التقسيم.

أولاً: الإستراتيجية الدينامية النفسية للإقناع:

معنى الإستراتيجية الدينامية النفسية: أي استخدام رسالة إعلامية فعالة بإمكانها أن تغير الوظائف النفسية للأفراد، حتى يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال، وبالتالي تغير البناء النفسي الداخلي للفرد المستهدف، (الاحتياجات، المخاوف، التصرفات، ما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه). فالتغير على السلوك النفسي يبدأ بإثارة حاجياته، وإثارة توقعات المتلقي، بأن قيامه بسلوك معين سينجبه أخطار أو يؤدي إلى فقدانه القبول الاجتماعي.

وفي القرآن الكريم تقع آيات الترغيب والترهيب ضمن هذه الإستراتيجية، وفيها على الامتثال أو زجر على الارتكاب مما يصلح الفرد، قال تعالى: ﴿ إن هذا القرآن يهدي للتي هي أقوم ويبشر المؤمنين الذين يعملون الصالحات أن لهم أجراً كبيراً، وأن الذين لا يؤمنون بالآخرة اعتدنا لهم عذاباً أليماً ﴾³ وقال أيضاً: ﴿ يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله، وذروا ما بقي من الربا إن كنتم مؤمنين ﴾⁴ هذه الآيات (مثلاً) ترهب الناس من أكل الربا، فهي تحاول تغيير البناء النفسي للمجتمع، من خلال إثارة الفرد عبر حاجاته أو دوافعه.

قال أيضاً: ﴿ والذين لا يدعون مع الله إلهاً آخر، ولا يقتلون النفس التي حرم الله إلا بالحق، ولا يزنون و من يفعل ذلك يلقى آثاماً ﴾⁵

تحاول هذه الآيات أن تنشط العامل الإدراكي للمؤمنين، وتعديل من السلوك النفسي لهم، من خلال الترهب والوعيد.

قال أيضاً: ﴿ فقلنا يا آدم إن هذا عدو لك ولزوجك فلا يخرجنكما من الجنة فتشقى ﴾⁶

² سيد محمد سادق الشنقيطي، الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي، الرياض دار عالم الكتب للنشر و التوزيع، 1996، ص 43 ، 44.

³ الإسراء/ 9 ، 10.

⁴ البقرة/ 277 .

⁵ الفرقان 68

⁶ طه 114

فالأثر هو الشقاء، والتعب في طلب القوت، فهو هنا يخاطب الاحتياجات بهدف الوصول إلى سلوك علي مرغوب فيه.

قال أيضا: ﴿... ويا قوم لا يجز منكم شقاقي أن يصيبكم مثل ما أصاب قوم نوح أو قوم هود أو قوم صالح وما قوم لوط منكم ببعيد﴾⁷

أي لا تصروا على المعاصي فيصيبكم ما أصاب قوم نوح وهود وقوم لوط.

قال أيضا: ﴿يأيها الذين آمنوا قوا أنفسكم وأهليكم نارا وقودها الناس والحجارة عليها ملائكة غلاظ شداد لا يعصون الله ما أمرهم ويفعلون ما يؤمرون﴾⁸

في الآية ترهيب بما ينتظر الإنسان إن هو عصى أوامر الله، وما ينتظره من الوعيد المحتوم.

بهذا نفهم أن القرآن يسعى إلى التغيير في البناء النفسي من خلال استعمال إستراتيجيات التخويف أو التهديد وفي المقابل تحمل هذه الآيات توصيات التي بمقتضاها يجب الفرد مصادر هذا التهديد، ثم يتحول إلى عادات سلوكية تتفق مع أهداف القائم بالاتصال، وتعينه على نشر أفكاره ووعوده.

ثانيا: الإستراتيجية الثقافية والاجتماعية للاقناع

المدخل الثاني للاقناع بعد المدخل النفسي هو المدخل الاجتماعي، ويركز على العلاقات الاجتماعية، ودافعيه الانتماء وحرص الفرد على تقدير الجميع له، فتجد الفرد يتجنب السلوك الذي ترفضه الجماعة، ويستجيب للسلوك الذي يرضي الجماعة، ولو على حساب ميولاته وأموره الشخصية أحيانا، وهذه المعايير الاجتماعية الواجب احترامها تتعلق بالأعراف والتقاليد والقيم التي تضبط خصائص المجتمع الاجتماعية والثقافية... هذه المعايير تمثل بالنسبة للقائم بالاتصال الأساس في عملية الاقناع.

إن ما تتطلبه هذه الإستراتيجية الثقافية والاجتماعية هو أن تحدد رسائل الاقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي، أو المتطلبات الثقافية التي تحكم أنشطة العمل التي يحاول رجل الإعلام إحداثها.

وفي القرآن الكريم اقترنت هذه الإستراتيجية بمعجزات الرسل عليهم السلام، حيث كانت هذه المعجزات تتفق مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في مجتمع كل نبي من الأنبياء، فلما كان السحر هو الغالب في مجتمع سيدنا موسى -عليه السلام- كانت معجزته من جنسها، أما عيسى -عليه السلام- فبعث في زمن الأطباء وعلماء الطبيعة، فجاءهم من الآيات بما لا سبيل لأحد إليه، فكان يشفي الأكمه والأبرص، ويحي الموتى بإذن الله، وأما محمد -ﷺ- فكانت معجزته البيان، فأوقف سادة البيان وفتاحلة اللغة عند حدهم، وتحدى به الإنس والجن على أن يأتوا بمثله أو بعشر سور أو حتى سورة واحدة من مثله فعجزوا.

⁷ هود 89.

⁸ التحريم 6.

فقال تعالى في شأن سيدنا موسى عليه السلام: ﴿ ولقد أريناه آياتنا كلها فكذب وأبى، قال أجتئنا لتخرجنا من أرضنا بسحرك يا موسى فلنأتيك بسحر مثله... فألقى السحرة سجدا قالوا آمنا برب هارون وموسى ﴾⁹

وفي شأن سيدنا عيسى عليه السلام: ﴿ ورسولا إلى بني إسرائيل أي قد جئكم بآية من ربكم أي أخلق لكم من الطين كهيئة الطير فأنفخ فيه فيكون طائرا بإذن الله، وأبرأ الأكمه والأبرص وأحيي الموتى بإذن الله ﴾¹⁰

وفي شأن نبينا محمد - ﷺ - قال: ﴿ قل لئن اجتمعت الإنس والجن على أن يأتوا بمثل هذا القرآن لا يأتون بمثله ولو كان بعضهم لبعض ظهيرا ﴾¹¹

التعليق:

في قصة سيدنا عيسى - عليه السلام - : فبناء الرسالة الإعلامية هو الأساس لنجاح العملية الإقناعية التي استهدفت بناء اتجاهات وأنماط سلوكية جديدة، فكان مدخل ذلك البناء الوجداني بجانب البناء المعرفي باعتبارهما العناصر الأساس لبناء الاتجاهات والميل السلوكي، وفقا للإستراتيجية الثقافية والاجتماعية.

أما البعد الثقافي والاجتماعي في رسالة سيدنا عيسى - عليه السلام - يهدف إلى تعديل صياغة سلوك اجتماعي متفق عليه من قبل الجماعة، وتحديد متطلبات ثقافية، وقواعد سلوكية من خلال أدوار محددة وكانت المعجزات الطيبة التي جاء بها من عند الله تعالى مسرحا لها.

أما محمد - ﷺ - فكانت معجزته سحر البيان في مضمون القرآن الكريم ومعجزته متجانسة مع النمط الثقافي والاجتماعي السائد، فإذا عجزت الثقافة السائدة عن المجابهة والتصدي أيقن المجتمع أن ما جاء به النبي هو من عند الله، فتقوم الحجة ويقع الدليل والبرهان فتسود ثقافة جديدة، ومجتمع جديد ممثل لأوامر الله محبتبا لنواهيه، وبهذا يكون القرآن قد أمرنا بمسببات فرضيات الإستراتيجية الثقافية والاجتماعية.

ثالثا: إستراتيجية إنشاء المعاني:

وتتعلق بإنشاء معاني جديدة لتلك العملية التغيرية بنبذ التصرفات الضارة والمقيتة التي كانت منتشرة في السابق ، واستبدالها بمصطلحات جديدة ، تكون في صورة شعارات ترفع ، وأخبار تذاق وغيرها ، حتى يتخلى الجميع عن الممارسات القديمة ، ويمكن ترتيب عقوبات على ممارستها إن لم يتخلوا عنها طواعية ، هذا طبعا بالنسبة لفئة قليلة منهم ، على اعتبار أن أي فكرة من شأنها أن تقسم المجتمع بين مؤيد ومعارض ومحاييد .

⁹ طه 55 - 70.

¹⁰ آل عمران 49.

¹¹ الإسراء 88.

استخدم القرآن الكريم هذه الإستراتيجية كثيرا سيما أن القرآن الكريم يسعى إلى صياغة جديدة للمجتمع، وفق القيم الفاضلة، فكان التغيير بحاجة إلى إنشاء معان جديدة، وتغيير معان أخرى. مثل ذلك قال تعالى: ﴿يأيها الذين آمنوا لا تقولوا راعنا وقولوا انظرونا واسمعوا وللكافرين عذاب أليم﴾¹²

قال ابن كثير: "نهى الله عباده أن يتشبهوا بالكافرين في أقوالهم وأفعالهم"¹³. في الآية دعوة إلى استعمال معان جديدة، بدلا من تلك المستخدمة، خاصة وأن المعنى المنهني عنها يحمل أكثر من معنى عند استخدامه من قبل اليهود.

قال أيضا: ﴿ولا تنكحوا ما نكح آباؤكم من النساء إلا ما قد سلف إنه كان فاحشة ومقتا وساء سبيلا﴾¹⁴

قال ابن العربي: "هو خلف الأبناء على حلائل الآباء، إذ كانوا في الجاهلية يستقبحون ويستهجنون فاعله، ويسمى المقتى -نسبوه إلى المقت- "إلا ما قد سلف" يعني من فعل من الأعراب في الجاهلية إذ أن بعضهم كانت الحمية تغلب عليه فكره أن يعمر فراش أبيه غيره، فيعلو هو عليه"¹⁵.

وفي ذلك إنشاء معنى جديدا يفضي إلى سلوك جديد متعلق بحفظ الأنساب. وفي آية أخرى: قال تعالى: ﴿وما جعل أديعاءكم أبناءكم ذلكم قولكم بأفواهكم، والله يقول الحق وهو يهدي السبيل﴾¹⁶

في هذه الآية التي نزلت في شأن زيد بن حارثة يدعوه فيها إلى تغيير سلوك معين و إنشاء معنى جديد يتعلق الأمر بتحريم التبني بعد أن كان محمودا في الجاهلية.

ولما نزل قوله تعالى: ﴿وقل للمؤمنات يغضضن من أبصارهن، ويحفظن فروجهن، ولا يبدين زينتهن إلا ما ظهر منها، وليضربن بخمرهن على جيوبهن﴾¹⁷

قال القرطبي في تفسيره: روى البخاري عن عائشة قالت: رحم الله النساء المهاجرات الأول، لما نزل: "وليضربن بخمرهن على جيوبهن"¹⁸ شققن آزرهن فاختمرن بها... ودخلت عائشة على حفصة بنت أخيها عبد الرحمن -رضي الله عنه- وقد اختمرت بشيء يشف عن عنقها فشقته عليها وقالت: إنما يضرب بالكثيف الذي يستر"¹⁹

¹² البقرة 104.

¹³ أبو الفداء إسماعيل ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، بيروت دار الفكر 1992 / 1 / 148.

¹⁴ النساء 22.

¹⁵ ابن كثير، مرجع سابق، 3/465.

¹⁶ الأحزاب 4.

¹⁷ النور 31.

¹⁸ آية 31 سورة النور

¹⁹ محمد بن أحمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، دار إحياء التراث العربي، بيروت ط2، 1952، 14/180، 181.

القرآن الكريم رسالة اتصالية صممت كأساس للإقناع تحمل آياته وسوره جميع خصائص الرسالة الإقناعية سواء من خلال الإستراتيجية الدينامية النفسية أو الثقافية الاجتماعية أو إنشاء المعاني، فيكون بذلك إطارا مرجعيا لإعادة الاعتبار للتراث الإسلامي، وبعثه من جديد، بما يتوافق والنظريات العلمية الحديثة²⁰.

²⁰ معتصم بابكر مصطفى، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية قطر، جمادى الأولى 1424، عن موقع الشبكة الإسلامية، www.Islamweb.net . 13 ماي 2004 الساعة 16:29 ، سلسلة كتب الأمة العدد 95.