

خطاب أصحاب الإمام الحسين (ع) في واقعة الطف مقارنة إقناعية**م.م. كرار رحيم حبيب راهي****الجامعة المستنصرية/ كلية الآداب/ قسم الإعلام****karar.raheem.h@uomustansiriyah.edu.iq****07702726638****مستخلص البحث:**

يُنْتِج الخطاب، أي خطاب، تفاعلاً فكرياً يؤثّر ويتأثّر في عملية تحتوي على عنصري الباث والمتلقّي، ويتكئ الخطاب ولا سيما بين الجماعات على الإقناع بوصفه آلية خطيرة في التأثير في المتلقّي وإمكانية التغيير في أفكاره ومعتقداته وتصوراته، أيّا كانت. ولمّا كانت واقعة الطفّ تتمحور حول طريقي الحقّ والباطل والدين والكفر والإصلاح والفساد؛ كان الإقناع جوهرًا مهمًا في عملية البثوث التي توسّل بها الإمام الحسين – عليه السلام – وأصحابه؛ من أجل إلقاء الحجّة في عقل الآخر وقلبه، ومحاولة ثنيه عن تصوّراته العقديّة والتاريخيّة والدينيّة المغلوطة. وقد انكبّت دراسات متعدّدة المشارب في تناول خطاب الإمام الحسين في واقعة الطفّ، وارتأينا أن نقرأ خطاب أصحابه في الواقعة من وجهة نظر إقناعيّة، على وفق استراتيجيّات وصور متعدّدة كانت غايتها التأثير في جيش يزيد. فتناولنا بصورة موجزة ماهيّة الخطاب وعناصره، وحقيّة الإقناع في الخطاب، ثمّ بيان أهم الاستراتيجيّات الإقناعيّة وأجزائها في تلك الخطابات، سواء كانت اجتماعيّة أم تاريخيّة أم أدبيّة. الكلمات المفتاحية: الخطاب، الإقناع، واقعة الطف، استراتيجية الإقناع، الإمام الحسين

ماهية الخطاب وعناصره:

يتّصل الخطاب بمراجعة الكلام، "وقد خاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً، وهما يتخاطبان" (ابن منظور، 2009، صفحة 361/1). فيكون أساس الخطاب قائماً على اثنين، مفردين أو مجموعتين أو مفرد ومجموعتين؛ لأنّ غايته توجيه الكلام نحو الآخر للإفهام، أي إفهام من هو أهلّ للفهم، ولذلك إذا كان الكلام لا يُقصد منه إفهام الآخر فإنّه لا يكون خطاباً. (الكفوي، د.ب.ت)، صفحة 419/1. يُلاحظ أنّ الخطاب يقع بين فرعيين مفردين أو مجموعتين، وشرطه إفهام الآخر، سواء كان ذلك متحقّقاً من المخاطب أو لا، فلا بدّ أن تكون غايته الرئيّسة إفهام المقابل. ونستفيد أيضاً أنّ الخطاب قد يكون ملفوظاً أو منصوصاً، وهو في كلتا الحالتين يؤدّي مراده، مع أنّ بعض الخطاب المتحوّل من صيغته الملفوظة إلى صيغته النصّيّة يُحسب على أصله، أي الخطاب الملفوظ، بلحاظ نتاجه الأساسي، لذلك ما صدر من خطاب في معركة عاشوراء من الإمام الحسين - عليه السلام - أو أصحابه هو خطاب ملفوظ في أصله، مع أنّه وصل إلينا مكتوباً بحكم الزمان والسيّاق.

ولمّا كانت غاية الخطاب في المدونات القديمة هو الإفهام اختلفت المدونات العربيّة الحديثة عنها في ذلك، فصارت عندها غاية الخطاب الإقناع، فهو "الكلام المنثور يُخاطبُ به مُتكلّم فصيحٌ جمعاً من النّاس لإقناعهم". (مجمع اللغة العربيّة بالقاهرة، 2004، صفحة 243).

ولم تختلف المقولات الاصطلاحيّة في الخطاب عنها في اللغويّة، فمن وجهة نظر شرعيّة يرى الأمدي (631 هـ) أنّ الخطاب يعني "اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيّئ لفهمه" (الأندلسي، د.ب.ت)، صفحة 195/1، وهذا يقود إلى ثلاثة معايير يجب أن تتوافر في الخطاب: مضمون الخطاب: وهو ما يجب أن يتفق عليه الطرفان من حيث فهمه. قصد الخطاب: وهو الإيضاح والإفهام والإقناع.

وضع المخاطب: وهو التهيؤ التام في استقبال الخطاب مادياً ونفسياً. ومن وجهة نظر بلاغية فإن الخطاب يتمثل في الكلام، "الذي يُعطي العلوم منازلها، ويبين مراتبها، ويكشف عن صورها، ويجني صنوف ثمرها، ويدل على سرائرها، ويُبرز مكنون ضمائرهما، وبه أبان الله تعالى الإنسان من سائر الحيوان، ونبه فيه على عظم الامتنان ... فلولا له لم تكن لتتعدى فوائد العلم عالمه، ولا صح من العاقل أن يفتق عن أزهير العقل كمنامه، ولتعطلت قوى الخواطر والأفكار من معانيها، واستوت القضية في موجودها وفانيها". (الجرجاني، أسرار البلاغة، (دب)، صفحة 3). يظهر من نص الجرجاني (471هـ) هذا أن الخطاب أو الكلام هو المميز للإنسان من بقية مخلوقاته سبحانه تعالى؛ لأن به تصوير الإبانة في كل مقامات الإنسان. وهذا يقودنا بالضرورة إلى قول الجاحظ حين تحدث عن فصل الخطاب فقال: "إنك إن أوتيت تقرير حجة الله في عقول المكلفين، وتخفيف المؤونة على المستمعين، وتزيين تلك المعاني في قلوب المريدين، بالألفاظ المستحسنة في الأذان، المقبولة عند الأذهان، رغبة في سرعة استجابتهم، ونفي الشواغل عن قلوبهم بالموعظة الحسنة، على الكتاب والسنة، كنت قد أوتيت فصل الخطاب" (الجاحظ، 2011، صفحة 113/1)، فيكون الخطاب هو القول المدعوم بالقول المأثور، القائم على الحجة، المستند إلى البراهين، والمزِين بالمعاني والألفاظ المستحسنة.

وإن فهمنا من كل ما تقدم أن الخطاب هو الكلام الموجّه للآخر بهدف الإقناع أو الإقناع مع ضرورة أن يكون قائماً على معايير تأثيرية من حيث المعنى واللفظ ووضعية المخاطب؛ فإن الدرس اللغوي الحديث - ومن وجهة نظر بنفست - يرى أن الخطاب هو "الملفوظ منظوراً إليه من وجهة الآيات وعمليات اشتغاله في التواصل، والمقصود بذلك الفعل الحيوي لإنتاج ملفوظ ما بواسطة متكلم معين في مقام معين، وهذا الفعل هو عملية التلفظ ... فهو كل تلفظ يفترض متكلماً ومستمعاً، وعند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما". (الشهري، 2004، صفحة 37). وهذا ليس ببعيد عن الخطاب المخصوص في الدرس اللغوي العربي حين اتفق أغلبهم على أنه "كل منطوق به موجّه إلى الغير بغرض إقناعه مقصوداً مخصوصاً". (الشهري، 2004، صفحة 39).

يتضح ممّا تقدّم أنّ عملية الخطاب تقوم على ثلاثة عناصر رئيسية:

- المرسل: وهو القائم بالخطاب، الذي من دونه لا وجود له، فهو الذات المحورية التي غايتها التعبير عن مقاصد معينة، من خلال بناء استراتيجية خطابية قائمة على اختيار العلامات اللغوية الملائمة، وتوظيف كفاءته للنجاح في نقل أفكاره، ولا يمكن لأي لغة أن تصبح واقعاً إلا من طريق المرسل، فبعد أن كان وجودها بالقوة يصبح وجودها قائماً بالفعل، "فالمرسل هو الذي يوظف اللغة في مستوياتها المتميزة، بتفعيلها في نسيج خطابه، ذلك التفعيل الذي ينوع طاقاتها الكامنة، ويدرك ذلك بإنتاجه خطابات ...". (الشهري، 2004، صفحة 46). وقد أشار الجرجاني إلى الدور المهم والرئيس لمنشئ الخطاب في قوله: "إنّ الفصاحة فيما نحن فيه، عبارة عن مزية هي بالمتكلم دون واضع اللغة. وغذا كان كذلك، فينبغي لنا أن ننظر إلى المتكلم، هل يستطيع أن يزيد من عند نفسه في اللفظ شيئاً ليس هو له في اللغة، حتى يجعل ذلك من صناعه مزية يُعبر عنها بالفصاحة؟ وإذا نظرنا وجدناه لا يستطيع أن يصنع باللفظ شيئاً أصلاً، ولا أن يحدث فيها وصفاً. كيف؟ وهو إن فعل ذلك أفسد على نفسه، وأبطل أن يكون متكلماً، لأنه لا يكون متكلماً حتى يستعمل أوضاع لغة على ما وضعت عليه". (الجرجاني، دلائل الإعجاز، 1992، صفحة 402).

- المرسل إليه: وهو الطرف الآخر الذي يوجّه المرسل خطابه إليه، ولا بد أن يكون المرسل إليه حاضراً في ذهنية المرسل في حال إنتاج الخطاب، سواء كان ذلك الحضور عينياً أم ذهنياً؛ لأنّ هذا

الاستحضار هو المُسهِم في حركيّة الخطاب، فضلاً عن أنّه يسهم في تنوُّع قدر المرسل وزيادة أفقه لممارسة استراتيجية خطابه. (الشهري، 2004، صفحة 48).
- العناصر المشتركة: ويُقصد بها العلاقة القائمة بين طرفي الخطاب، والظروف الاجتماعية العامّة، والمعرفة المشتركة، وهو العنصر الأكثر هيمنةً في عمليّة الخطاب لما لآثاره من انعكاسٍ كبيرٍ على عناصر الخطاب الأخرى. (الشهري، 2004، الصفحات 39-40).
استراتيجية الإقناع:

يقول غريني: "عندما أعمل على الإقناع فإنّي أرغب في اقتسام اعتقادي مع الآخرين". (أعراب، 2001، صفحة 116). من هذه المقولة يمكننا فهم الإقناع بأنك تحاول إرسال رسالة تنشد من ورائها تحقيق عددٍ من الأهداف، من ضمنها السّعي إلى التأثير في المتلقّي فكرياً ونفسياً من طريق الحجج والبراهين المعتمدة، بهدف تغيير موقف المتلقّي أو الآخر في مسألة معيّنة، والسعي إلى تبنيّه موقفاً خاصاً آخر يريده المخاطب.

في الثقافة العربية عُرفَ الإقناع بأنّه "حمل النفوس على فعل شيء أو اعتقاده، أو التخلّي عن فعله واعتقاده" (القرطاجي، 1986، صفحة 20/1)، وقد يكون هذا الإقناع من دون أيّة حجة كما يقول الخوارزمي (387هـ): "ومعنى الإقناع أن يعقل نفس السامع الشيء بقول يصدق به، وإن لم يكن ببرهان". (الخوارزمي، دبت)، (صفحة 177). ثم يزداد الأمر وضوحاً في قول الجاحظ حين يتحدّث عن بلاغة المتكلّم بقوله: "فإذا كان المعنى شريفاً واللفظ بليغاً وكان صحيح الطبع بعيداً عن الاستكراه، وكان منزهاً عن الاختلال، مصوناً عن التكلّف، صنع في القلب صنيع الغيث في التربة الكريمة". (الجاحظ، 2011، صفحة 87/1). والجاحظ هنا يمثّل لمدى وقع الكلام في نفس الآخر في حال اتّسم بما قدّمه، وهو ما يوضّحه الحاتمي بقوله: "فإذا كان اللفظ فصيحاً، والمعنى صريحاً، واللسان بالبيان مطرداً، والصواب مجيداً ... والمعاني والحجج عند الحاجة ماثلة .. فتلك هي البلاغة" (الحاتمي، 1979، صفحة 123/1)، ونحن نقول: وذلك هو الإقناع.

ويذهب أرسطو إلى أنّ الإقناع والافتناع يحدثان بثلاث وسائل: أوّلها أنّ الخطيب يقنع بالأخلاق إذا كان كلامه يُلقى على نحو يجعله خليفاً بالثقة، وثاني صور تحقّق الإقناع بواسطة السامعين إذا كانت الخطبة مثيرة لمشاعرهم؛ لأنّ أحكامنا حين نكون مسرورين تختلف عنها حين نكون ودودين. وثالث وسائل تحقّق الإقناع من خلال الكلام نفسه، إذا أثبتنا حقيقةً أو شبه حقيقةً بواسطة حجج مقنعة مناسبة للحالة المطلوبة. (أرسطو، 1979، الصفحات 10-11).

ويمكن القول: إنّ الإقناع "فعل متعدّد الأشكال يسعى لإحداث تأثير أو تغيير معيّن في الفرد أو الجماعة". (الحميدان، 2005، صفحة 247).

وفي هذا التعريف ثلاثة مسارات:
الأوّل: "فعل متعدّد الأشكال": أي هو فعل يكتمل بأكثر من شكل، وإن كانت الفكرة الأساسيّة أو الأسلوب واحداً.

الثاني: "يسعى لإحداث تأثير أو تغيير معيّن": يعني أنّ الإقناع يسعى إلى التأثير في الآخر بشكلٍ عامٍّ أو جزئيٍّ سواء كان ذلك في الفكر والسلوك أم في أحدهما.

الثالث: "في الفرد أو الجماعة": ويعني أنّ ممارسة الإقناع والتأثير قد يكون موجّهاً إلى فرد أو مجموعة تمثّل مجتمعاً نوعياً كمجتمع التجّار، أو جنساً كالرجال أو النساء أو الأطفال، أو أمّةً ونحو ذلك. (الحميدان، 2005، الصفحات 247-248).

مما تقدّم يتبيّن أنّ هذه الاستراتيجية اللغوية تتخذ أشكالاً خطابيةً تختلف تبعاً لاختلاف العلاقة بين المرسل والمرسل إليه، وتتنوّع كذلك مع تنوّع الحقول التي تُمارس فيها، كالحقل العلمي، أو

الاجتماعي، أو السياسي؛ بغية التأثير في الآخر، فضلاً عن استهدافها المتعدد لأي شكل من المتلقين، لأن الإقناع "وسيلة فعالة لجعل الفرد يتصرف ويفكر إرادياً وفق المنحى الذي أراده له القائم بالإقناع، وهو في نفس الوقت هدف إذا وصل إليه القائم بالإقناع يستطيع أن يعتبر نفسه قد نجح في مهمته، وهناك من يحدد هذه العملية بمعنى القوة؛ لأن القوة بالنسبة لهذا الاتجاه هي جعل الأفراد يتصرفون وفق إرادة ومصالح القوى عبر آليات وتقنيات معينة". (مصباح، 2005، صفحة 14).

ولكي تؤدي عملية الإقناع غرضها وتحقق أهدافها يرى هيربرت ليونبرجر أن هذه العملية يجب أن تتم عبر خمس مراحل، وهي:

أولاً: مرحلة إدراك الشيء: وفيها يختبر المخاطب أو الجماعة للمرة الأولى الفكرة أو الصور أو الاتجاه الجديد، ويمكن للمخاطب في هذه المرحلة أن يقبل ما يقال له أو يرفضه.

ثانياً: مرحلة المصلحة والاهتمام: ويحاول المتلقي في هذه المرحلة أن يلتمس مدى وجود مصلحته في ما يُطلب منه.

ثالثاً: مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يبذل المتلقي جهده للمقارنة بين ما يمكن أن يقدمه له هذا الاتجاه الجديد، وبين ما تقدمه ظروفه الحالية قبل تأثير الإقناع فيه.

رابعاً: مرحلة المحاولة: وفيها يتم اختبار أو تجريب أو جس نبض الشيء من المتلقي أو المرسل إليهم من ناحية، والتعرف على كيفية الإفادة من ناحية أخرى.

خامساً: مرحلة التبنّي: وهي المرحلة الأخيرة التي فيها يصل المرسل إليه أو الجمهور إلى حالة الاقتناع الكامل شفهياً وعملياً بالفكرة الجديدة، حتى تصبح هذه الفكرة أو الأمر الجديد جزءاً من الكيان الثقافي والاجتماعي للفرد والجماعة. (حاكم، 2007، صفحة 114).

يتوسّل الباث بالإقناع بوصفه "استراتيجية يلجأ إليها المرسل لتسويق منتج الفكر أو المادي على السواء. ويذكر التاريخ أن رجال الفكر والسياسة والاقتصاد والحرب وغيرهم استجدوا بالإقناع، ووظفوه لبسط قناعاتهم على متلقيهم، كما لجأ إليه أصحاب الدعوات الأرضية والسموية وانتهجوه طريقاً إلى قلوب وعقول مدعويهم". (مفلاح، 2015، صفحة 166). وهذا يكشف لنا المسوغات التي تدفع المرسل إلى الاستجداد بالإقناع والتعويل عليه، وهي (الشهري، 2004، صفحة 445):

1. الرغبة في تحصيل الإقناع.
2. كون الإقناع سلطة مقبولة في حال استطاعت أن تقنع المرسل إليه.
3. يمكن لجميع الناس ممارسة الإقناع على اختلاف مستوياتهم الفكرية والتعليمية.
4. يأتي الإقناع بديلاً للإكراه.
5. نتائج الإقناع أثبتت، وتأثيره أقوى، وديمومته أبقي.

حجج الإقناع في خطاب الأصحاب:

قلنا سابقاً إن الإقناع استراتيجية هدفها الإقناع، وينبني هذا الأمر عبر استعمال أدوات لغوية وغير لغوية في داخل الخطاب، والقصد من الأدوات اللغوية كل ما يشمل اللغة من عمليات ذهنية، فهو "كل منطوق به موجّه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها" (عبدالرحمن، اللسان والميزان والتكوثر العقلي، 1998، صفحة 226)، حيث تتضافر الوسائل اللغوية وغير اللغوية؛ من أجل نجاح الوظيفة الإقناعية، فضلاً عن أدوات أخرى غير لغوية لها دورها في الإقناع والتأثير. فضلاً عن ذلك، فإن استراتيجيات المتكلم تتغير بحسب تغاير المتلقي، "وهذا التغاير محكوم بطبيعة الأهداف التي يتوخاها المتكلم في المتلقي، واستراتيجية الإقناع واحدة من الاستراتيجيات التي تسعى إلى تحقيق الوظيفة التأثيرية، وحتى يتسنى تحقيق هذه الوظيفة يجب مراعاة الانسجام، فالتكلم

يقدم كلامه في ضوء استراتيجيّة معيّنة، تحدّد لها ملابسات الخطاب وظروف إنتاجه، ومتى ما تخلّفت هذه الاستراتيجية في التواصل يفشل الإقناع... (حاتم، 2020، صفحة 2).
ممّا تقدّم، نحاول في هذه الورقة أن نقف على صورة الإقناع في خطاب أصحاب الإمام الحسين - عليه السلام - في واقعة الطف؛ إذ إنّ الناظر إلى النصوص المنتجة في تلك المعركة الوجودية يرى قوّة الإقناع حاضرة بكلّ قوّة من طرف الإمام الحسين - عليه السلام - وأصحابه؛ كون خروج الإمام في الأصل كان بغاية عرفها القاضي والداني في قوله: "إنّي لم أخرج أشراً ولا بطراً ولا مفسداً ولا ظالماً وإنما خرجت لطلب الإصلاح في أمة جدي". (المجلسي، 1983، صفحة 329/44) فكان خطاب الإمام الحسين وأصحابه موجّهاً "إلى جمهور الأُمّة بنخبها وعامّتها في سبيل التأثير في قناعاتهم، وتغيير سلوكهم تبعاً لذلك، وعدم الخضوع لرغبة بني أُميّة في تنصيب يزيد خليفة للأُمّة الإسلاميّة، وهو خطاب يكتسب قيمةً إضافيةً للظروف التي قيل فيها...". (حيال، 2016، صفحة 154). وقد تعدّدت الدراسات التي وقفت على الخطاب الحسيني في واقعة الطف في كلّ ظروفها المكانية والزمانية، وآليات الإقناع التي حملتها نصوص الإمام الحسين - عليه السلام -، لكن في الوقت نفسه كان هناك خطاب آخر له صده وتأثيره وحمولاته العالية، وأعني خطاب أصحاب الإمام الحسين. وقبل الخوض في وسائل الإقناع التي استخدمها الأصحاب لا بدّ لنا من الوقوف على الشكل العامّ لخطاب الأصحاب في واقعة الطف؛ كونه خطاباً مشتركاً؛ وهذا الاشتراك متأتّ من توحّد الغاية في خطبهم، وتمثّل المبادئ والظروف والبيئة والزمان والمكان التي نتجت فيها تلك النصوص، فكأنّه نصّ واحد من حيث الهدف والإنتاج، بيدّ أنّه مختلف في البناء والحجّة.
من يستقري النصوص التاريخية لأحداث واقعة الطف سيجد أنّ أصحاب الإمام يمثلون طليعة فرسان الإسلام وأبطاله، ثلّة مؤمنة بقضيتّها، ونخبة واعية لواقعها لا يمكن أن تتوافر إلّا على وعي تامّ وفهم شمولي وإيمان مطلق بقضية قائدهم، ومن هنا تركّز الخطاب في معركة الطف بمختلف منتجه بهدف عامّ هو الثورة ضدّ الظلم والفساد والانحراف والباطل بكلّ أشكاله، لذلك جاء مستهدفاً عدداً من الأمور، أهمّها:

- 1- الوعظ والإرشاد للعمل بمبادئ الإسلام والحفاظ على ما جاء من أجله.
 - 2- التزهيد في الدنيا والدعوة إلى عدم الغرور بها، والعمل من أجل الحياة الآخرة.
 - 3- كشف حقيقة الحكّام الأمويين، وبيان أعمالهم السيئة ومحاولة الطعن بمبادئ الإسلام الحنيف.
 - 4- الترغيب في الجهاد ونصرة الحقّ وأهله والثورة ضدّ الظلم.
 - 5- الدعوة إلى نصرته الإسلام وإحياء مبادئه والكفّ عن إحياء البدع وإماتة السنن. (الياسري، 2009، صفحة 140).
 - 6- محاولة إعادة الوعي إلى جيش العدو والتعريف بحقيقة الإمام وأحقّيته.
 - 7- بيان سوء الإدارة الأمويّة والتذكير بحقيقة حكمهم وجورهم.
- من أجل ذلك؛ توسّل خطاب الأصحاب بعدد من الاستراتيجيّات والصور والفواعل لإيجاد نوع من التأثير بوساطة خطابهم المؤطر بأطر معرفيّة شاملة، مستخدمين في لغتهم كلّ ما يمكن أن يسهم في إلقاء الحجّة على الآخر، بهدف تحقيق الحاجاج؛ كونه "الركيزة الأساس في أي خطاب ذلك أن المتكلم يستطيع بوساطة استمالة المتلقي والتأثير فيه لإقناعه بما يريد من أفكار"
- (طعيس، 2024، صفحة 41)

أولاً: الاستراتيجية النفسيّة:

تهدف هذه الاستراتيجية إلى التأثير في سلوك الأفراد أو الجماعات وقراراتهم من طريق استغلال العوامل النفسيّة والإدراكية، وباستخدام رسالة إعلاميّة لها فعاليّة في تغيير الوظائف النفسيّة للأفراد

إلى أن يستجيبوا لهدف المرسل. وأبرز فواعل هذه الاستراتيجية استخدام اللغة المؤثرة واختيار الخطاب المثير للعواطف والعقل، وهذا يأتي من كون "المخلوق البشري تركيب معقد من مكونات بيولوجية وعاطفية وإدراكية، ومن بين هذه الأنواع الثلاثة لا بد أن تركز الاستراتيجية الدينامية النفسية إما على عوامل عاطفية أو عوامل إدراكية، إذ من المستحيل تعديل عامل بيولوجي موروث كالطول أو العنصر أو الجنس". (مصطفى، 2003، صفحة 38). وقد عمد واضعون لهذه الاستراتيجية إلى "تحديد مجموعة خطية من المفاهيم هي المعبر عنها بالحاجات النفسية والدوافع والمعتقدات والمصالح، وأسباب القلق والقيم والآراء والمواقف، وتعتبر هذه العناصر أساسية لسلوك الفرد، ومعيار فهم اختبارات السلوك لدى الفرد وتفضيلاته وألوياته، أي إنها البوابة الرئيسية لفهم أعمق لعملية الإقناع والتأثير". (مصباح، 2005، صفحة 51). وتدخل هذه الاستراتيجية ضمن نطاق الاستراتيجيات الداخلية، ونعني بها الآليات تستهدف المخاطب بشكل مباشر للتأثير في سلوكياته ومواقفه وآرائه، وهي في الحقيقة تعتمد على عوامل ثلاثة: الأخلاق، والعقل، والعاطفة؛ كونها عوامل لها القدرة على التأثير العميق في الأفراد لتغيير أفكاره ومواقفه أو تصرفاته وسلوكياته، وقد تكون بالإقناع الأخلاقي أو استمالة النفوس أو الوعظ. (صونية، 2021، صفحة 1022). وأبرز استخدام لهذه الاستراتيجية في خطاب الأصحاب كان في الوعظ والتحذير والإرشاد لجيش يزيد، ومنه قول زهير بن القين: "يا أهل الكوفة نذار لكم من عذاب الله نذار، إن حقاً على المسلم نصيحة أخيه المسلم" (ابن الأثير، 1997، صفحة 170/3) فهو يستهل خطابه بتحذير أهل الكوفة، محذراً إيّاهم من النار، ومعللاً هذا التحذير والنصح بوجود رابطة بينهم وبين جيش يزيد وهي الإسلام، الذي يسمح له بذلك. ومثله قول حنظلة بن سعد الشامي: "يا قوم، إني أخاف عليكم مثل يوم الأحزاب، مثل دأب قوم نوح وعاد وثمود والذين من بعدهم، وما الله يرد ظمناً للعباد. يا قوم إني أخاف عليكم يوم التناد، يوم تولون مدبرين، ما لكم من الله من عاصم، ومن يضل الله فما له من هاد". (ابن الأثير، 1997، صفحة 178/3). فنلمس في هذا الخطاب الأثر النفسي الكبير والحمولات العاطفية والإدراكية المتواصلة في سبيل الوعظ والإرشاد والتحذير مما يريدون الإقدام عليه، كذلك نجد في النص الأخير بعداً إرشادياً كبيراً مُتَكِّناً على تناص قرآني واضح، وما زاده أثراً هو انطلاق هذا النص في سياق حربي. ويبدو أن الخطيبين اعتمداً هذا الخطاب؛ لما له من وقع في نفوس الأعداء، انطلاقاً من كون النصح والإرشاد معيارين إسلاميين.

ثانياً: الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية

لما كانت الاستراتيجية النفسية تستهدف سلوك الفرد والسيطرة عليه من الداخل على وفق قواعد علم النفس فإن العلوم الاجتماعية ترى أن هناك قوى خارجية تُشكّل قدراً كبيراً من السلوك الإنساني، وهي ما تفيد الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية (مزواعي، 2012، صفحة 53)؛ كونها "تنبني على فكرة مفادها أن الفئات الشخصية وسلوك الفرد لا يعتمدان على العوامل العاطفية أو الإدراكية، بل إنها تتقوم في كثير من حالات الاعتقاد والسلوك على ثقافات مجتمعية". (حيال، 2016، صفحة 158). وهذا القول الأخير لا أوافقه؛ إذ إنه يفرّق بين الاستراتيجية النفسية والاجتماعية من حيث عملهما، فيذهب إلى أنهما يعملان منفصلين عن بعضهما، وإذا أثرت الأولى في السلوك الإنساني فإن الثانية لا تؤثر فيه، وليس الأمر كذلك، لأن الاستراتيجيتين تتعاوران على التأثير في السلوك الإنساني وأفكاره، بل أراه عملاً متصلاً، فقد يتأثر الإنسان عاطفياً وهو ما يقود إلى التأثير الاجتماعي الثقافي ثم الإدراكي. إن فكرة هذه الاستراتيجية تقوم على أساس تأدية وظيفة حيوية غايتها تشكيل السلوك الإنساني، فضلاً عن تحكمها الرئيس في أنماط سلوك الشخصية الفكرية والمعرفية والاعتقادية؛ كون الثقافة تحمل ما تطبع عليه الفرد من الأشكال السلوكية والقوالب الفكرية، تُضاف إليها عملية التعلم

الاجتماعي، فلا يوجد شك "في أن كلاً من العوامل الاجتماعية والثقافية تكفل خطوطاً توجيهية تكون السلوك البشري، ولهذا السبب فإن مثل هذه العوامل الخارجية يمكن أن تهتئ أساساً للإقناع، مع افتراض أنه يمكن للفرد تحديدها والتحكم فيها". (مكاوي، 1998، صفحة 204). فالهدف الأساسي من هذه الاستراتيجية "صياغة أو تعديل التعريفات لسلوك اجتماعي متفق عليه من قبل الجماعة، أو تعيد تحديد متطلبات ثقافية أو قواعد سلوك للجماعة من خلال أدوار محددة أو مراتب أو عقوبات". (مصطفى، 2003، صفحة 46). وإذا نظرنا إلى خطاب الأصحاب في سياق عام متصل نلاحظ حملات ثقافية واجتماعية متعددة كانت وسيلة من وسائل الإقناع في محاولة التأثير في سلوك جيش يزيد وقناعاتهم وأفكارهم، وقد تعدت الحملات الثقافية والاجتماعية المستخدمة من الأصحاب في سبيل تحقيق الإقناع، ومنها:

أ- ثقافة المودة: أبرز ثقافة مجتمعية كانت ضمن ذلك الخطاب تذكير جيش العدو بثقافة المودة لأهل بيت الرسول (ص)، ومن ذلك قول زهير بن القين: "إن الله ابتلانا وإياكم بذرية نبيه محمد – صلى الله عليه وآله وسلم – لينظر ما نحن وأنتم عاملون، إنا ندعوكم إلى نصرهم، وخذلان الطاغية يزيد وعبيد الله بن زياد...". (أبومخنف، 1978، صفحة 119) وهذه الدعوة من زهير تأتي من حمولة ثقافية قرآنية في قوله تعالى: {قل لا أسألكم عليه أجراً إلا المودة في القربى} (الشورى، 23). وحمولة ثقافية حديثية، إذ وردت أخبار كثيرة من رسول الله (ص) وهي توجب المودة لأهل بيته، ومن ذلك: "وأخرج ابن المُنذر وابن أبي حاتم والطبراني وابن مردويه بسند ضعيف من طريق سعيد بن جببر عن ابن عباس قال: لما نزلت هذه الآية {قل لا أسألكم عليه أجراً إلا المودة في القربى} قالوا: يا رسول الله من قرابتك هؤلاء الذين وجبت مودتهم قال: علي وفاطمة ولداها". (السيوطي، دبت)، صفحة 348/7). وإكمالاً لهذه الغاية أكد زهير بن القين ذلك مرة أخرى في قوله: "عباد الله، إن ولد فاطمة أحق بالود والنصر من ابن سمية". (ابن الأثير، 1997، صفحة 171/3)، وهذا القول يتكئ أيضاً على قيمة ثقافية تشبعت بها عقول جيش العدو وهم يعون جيداً أن المودة لأولاد فاطمة جزء من تأدية الحقوق تجاه رسول الله (ص). وفي السياق نفسه نلاحظ البطل برير بن خضير مستخدماً موقع الحسين وأهل بيته من رسول الله (ص) في خطابه لهم قائلاً: "يا قوم، إن ثقل محمد قد أصبح بين أظهركم، وهؤلاء ذريته وعترته وحرمة وبناته وحرمة...". (المجلسي، 1983، صفحة 5/45) فيذكرهم برير بثقافة المودة وثقل أهل البيت بالنسبة إلى رسول الله، وهم يعادلون ثقل القرآن الكريم، من حيث أهمية الحفاظ عليهم، والتمسك بهم، والذود عنهم، والائتمار بهم، وطاعة أوامرهم، والتحذير من عصيانهم.

ب- ثقافة الشفاعة: ينبع مفهوم الشفاعة من موردين اثنين: الأول اجتماعي، والثاني ديني. فالشفاعة بكونها جزءاً من أخلاقيات العرب كانت تتغنى بها بل تعدّها تجسيدا للود، وقالوا في ذلك: "هذا والله حري إن خطب أن يُنكح، وإن شفع أن يُشفع". أمّا المورد الآخر؛ فهو ديني، إذ إن الشفاعة ثابتة لرسول الله (ص)، فهمها المسلمون كافة وفقهها القاضي والداني. ومن أجل ذلك استخدم زهير بن القين هذا المفهوم في قوله وهو يحذر جيش العدو من أحد قوادهم: "عباد الله، لا يغرنكم عن دينكم هذا الجلف الجافي وأشباهه، فوالله لا تنال شفاعة محمد – صلى الله عليه وآله – قومًا هرقوا دماء ذريته وأهل بيته، وقتلوا من نصرهم، وذبح عن حريمهم". فاستخدم زهير مفهوم الشفاعة ووظفه في خطابه؛ كونه مفهوماً ثقافياً واجتماعياً له أثره في سلوك المسلمين وتغيير أفكارهم وقناعاتهم، انطلاقاً من كونهم عرباً أولاً ومسلمين ثانياً.

ت- ثقافة النصيحة: تمثل النصيحة ركناً أساسياً من أركان الشخصية الإسلامية في بناء المجتمع الإسلامي، التي تمس حياة الإنسان عموماً والمسلم خصوصاً بصورة مباشرة، وهي بمجملها تدل على

تحري الخير والصالح للآخرين وحثهم عليه، والابتعاد عما يمكن أن يقودهم إلى الهلاك الدنيوي أو الديني. وهذه الثقافة قارة في أذهان المسلمين، بل أثبتها القرآن الكريم في قوله تعالى: {أَبْلَغُكُمْ رَسُولَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ} (الأعراف، 68). وقد استخدم زهير بن القين هذا الرابط الاجتماعي في تحذيره أهل الكوفة مما يقدمون عليه، ناصحاً لهم في قوله: "يا أهل الكوفة، نذار لكم من عذاب الله، إن حقاً على المسلم نصيحة أخيه المسلم، ونحن حتى الآن أخوة على دين واحد، ما لم يقع بيننا وبينكم السيف، وأنتم للنصيحة منا أهل، فإذا وقع السيف انقطعت العصمة، وكنا أمة وأنتم أمة". (ابن الأثير، 1997، صفحة 170/3). لقد ركز ابن القين في هذا الخطاب على مسألة أن النصيحة معيار للأخوة القائمة بين الجيشين قبل القتال، فلا تتعد الأخوة ما لم تكن النصيحة باعثها، ومن لم يكن ناصحاً لأخيه فليس بأخ، وهذا معيار أخلاقي ديني آخر كان يلزم أن يفقهه جيش يزيد.

ث- الثقافة التاريخية: تمثل الحمولات التاريخية جزءاً مهماً من خطاب الإقناع الثقافي والاجتماعي، فلكون الأمة جزءاً واحداً يمر بمحطات يستعمل المخاطب أحياناً جزءاً من التاريخ في سبيل تغيير أفكار الآخر وسلوكياته؛ لأنها تُعد حججاً دامغة وحيوية ولها تأثير واضح في السلوك البشري؛ لأن أهميتها تأتي من كونها وقائع ثقافية ومجتمعية تلبس بها الفرد أو عايشها أو سمع بها أو أقر بها ولم يشهدها، ومن ثم تكون بعداً إعلامياً مؤثراً من حيث وقوعها تحت مظلة الاستراتيجية الثقافية والاجتماعية. وهذا ما نجده في خطاب زهير بن القين وهو يذكر جيش العدو بمواقف يزيد وقادته وتاريخهم الزائف والملطخ بالدماء، وما ارتكبته أيديهم من سفك الدماء وهتك الأعراس وقتل النفس المحرمة: "... إنا ندعوكم إلى نصرهم وخذلان الطاغية يزيد وعبيد الله بن زياد، فإنكم لا تدركون منهما إلا سوء عمر سلطانهما، يسملان أعينكم، ويقطعان أيديكم وأرجلكم، ويمثلان بكم، ويرفعانكم على جذوع النخل، ويقتلان أماتكم وقراءكم، أمثال حجر بن عدي وأصحابه، وهاني بن عروة وأشباهه". (أبومخنف، 1978، صفحة 119). فهو يذكرهم بصفحات من تاريخ يزيد وابن زياد مستنداً في ذلك إلى سوء سلطانهما وما ارتكبا بحق المسلمين من قتل وهتك، ولا سيما قتل حجر بن عدي وهاني بن عروة ومسلم بن عقيل.

ثالثاً: الاستدلال في خطاب الأصحاب

حمل خطاب الأصحاب استدلالات حجاجية دينية وتاريخية وأدبية؛ كون الموقف يمثل حدثاً سياسياً يستدعي مرجعيات تناس تكون صورة لغوية إقناعية؛ "حيث تأتي هذه النصوص موظفة ومذابة في النص فتفتح آفاقاً أخرى دينية وأسطورية وأدبية وتاريخية عده مما يجعل من النص ملتقى لأكثر من زمن وأكثر من حدث وأكثر من دلالة، فيصبح النص غنياً حافلاً بالدلالات والمعاني" (فواز، 2011، صفحة 88). وهذه الثقافة متنوعة، فقد تكون نصاً شعرياً أو نصاً نثرياً أو جزءاً من نص معين، أو مجموعة كاملة من النصوص، وذلك على وفق الشيفرة التي تحدث علاقة الثقافة بالنص وعلاقة النص بالثقافة. (المرابط، 2000، صفحة 76). فضلاً عن أن الاستدلال يمثل حججاً جاهزة تكتسب قوتها من مصادرها ومصادقة الناس عليها وتواترها بينهم؛ فإن التناس بوصفه "معياراً نفسياً مرتبطاً بمستعملي النص (المنتج والمتلقي) أقرب واقعاً من تصنيفه ضمن ما يتصل بالنص وسياقه المادي والثقافي...". (خنياب، 2019، صفحة 1223). ولأنه أيضاً طريقة حجاجية تستهدف إشراك الآخر في تأليف النص مثلما تستهدف إرادة تحقيق التميز والأصالة، فما كان لعملية الاستدلال أو التناس أو الاستشهاد الصريح أو المضمّر أن تحظى بأية قيمة لو لم تكن مظهرًا من مظاهر التحوّل والمعالجة. (أعراب، 2001، صفحة 121). ونجد في خطاب الأصحاب ثلاثة استدلالات وحجج استعملت في تعضيد الخطاب الإقناعي في مخاطبة الأصحاب، وهي:

أولاً: الاستدلال الديني: يعدُّ من أهم الروافد التي يستقي منها الخطباء مادَّتَهم، ولا سيَّما القرآن الكريم، وهذا يأتي من أنَّ الموروث الديني يمثل "كلَّ ما يدخل في إطار الدين من مرجعيَّات دينيَّة، وما يتبعها من الأنساق الفكريَّة، وبما يعالج الروح الإنسانيَّة، ويوثق صلتها برَّبِّها العظيم، وما يرتبط بمعايير العقيدة الإسلاميَّة المتمثَّلة بالقرآن الكريم وقصصه وبالأحاديث النبويَّة الشريفة". (الجبوري، 2019، صفحة 39). ويمثِّل القرآن الكريم أهمَّ اللوازم الثقافيَّة التي يعتمدُها الخطيب في خطبته سواء بتضمين مباشر أو غير مباشر؛ كونه أعظم كتاب مشتمل على نظام متكامل ودقيق، "فالحجَّة القرآنيَّة تُرجَّح على ما سواها من الحجج الأخر؛ لأنَّها برهان صادق وحجَّة قاطعة، ودليل يقينيَّ التَّأليف قطعي الاستلزام، وهي تعمل على تثبيت المعاني في الأذهان". (الكعبي، 2014، صفحة 38). فضلاً عن أنَّ تضمين الخطيب الثقافة القرآنيَّة يودِّي إلى إثارة المخاطبين وضمان إصغائهم، فهو يمثل جرس الإنذار والانتباه لما يليق المرسل، وحينئذ يولد استعداداً ذهنيّاً تامّاً عند المتلقِّي، ومن ثَمَّ يمنح ذلك السياق الخطابي القوَّة والمجادلة أو البرهنة من خلال توثيق ما يذهب إليه الخطيب. وبقراءة فاحصة لنصوص خطب الأصحاب لمسنا تناسلاً غير مباشر من القرآن الكريم؛ لزيادة الحجَّة في خطاباتهم والارتفاع بمستوى الإقناع؛ كون المخاطب عربيّاً أوَّلاً ومسلماً ثانيّاً، ومن ذلك قول برير بن خضير: "يا معشر الناس، إنَّ الله بعث محمداً بشيراً ونذيراً وداعياً إلى الله وسراجاً منيراً" (المجلسي، 1983، صفحة 318/44)، وهو تناسُّ من قوله تعالى: {يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِداً وَمُبَشِّراً وَنَذِيراً (45) وَدَاعِياً إِلَى اللَّهِ بِآذَنِهِ وَسِرَاجاً مُنِيرًا} (الأحزاب، 45-46). فحذَّره من خلال الاستدلال على نبوَّة محمد (ص) وكونه شاهداً ومبشِّراً ونذيراً، فكيف لكم أن تفعلوا بآبَن بنت رسول الله وجده يحمل ما يحمل من هذه الصفات التي أثبتَّها الله سبحانه وتعالى له. وفي خطبة الحرَّ بن يزيد الرياحي يقول: "يا أهل الكوفة، لأمكم الهبل والعبر! إذ دَعَوْتُمُوهُ، حتَّى إذا أتاكم أسلمتموه، وزعمتم أنكم قاتلوا أنفسكم دونه، ثمَّ عدوتم عليه لتقتلوه! أمسكتم بنفسه، وأخذتم بكظمه، واحططتم به من كلِّ جانب، فمنعتموه التوجُّه في بلاد الله العريضة حتَّى يأمن ويأمن أهل بيته، وأصبح في أيديكم كالأسير.. لا يملك لنفسه نفعا ولا يدفع ضرراً". (ابن الأثير، 1997، صفحة 172/3). نلمس في هذه الخطبة شحنة كبيرة من اللوم ضدَّ جيش يزيد وتأنيب ضميرهم وتقريع عقولهم وتبكيك أنفسهم، وهو يصوِّر لهم قسوة نفوسهم الكبيرة لتقاتل ابن بنت نبيِّهم، وكيف استطاعوا الإحاطة به حتَّى أصبح كالأسير، لا يملك لنفسه نفعا ولا ضرراً من حيث الخيانة به والتكالب عليه والاجتماع على قتله وأهل بيته، وهو في استعمال قوله "لا يملك لنفسه نفعا ولا ضرراً" فيريد من استعمال هذا التركيب بيان أحقيَّة الإمام – عليه السلام – وتسليمه إلى الله تعالى في ما نزل به، مستعيناً بقوله عزَّ وجلَّ: {قُلْ لَا أَمْلِكُ لِنَفْسِي نَفْعًا وَلَا ضَرًّا إِلَّا مَا شَاءَ اللَّهُ وَلَوْ كُنْتُ أَعْلَمُ الْغَيْبُ لَاسْتَكْنَرْتُ مِنَ الْخَيْرِ وَمَا مَسَّنِيَ السُّوءُ إِنْ أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ وَبَشِيرٌ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ} (الأعراف، 188). وفي الوقت نفسه نجد حنظلة بن سعد الشبامي يستملك النصَّ القرآني خطبته، مستنداً إلى مرجعيَّة القرآن الكريم في إلقاء الحجَّة وتعزيد الرسالة، حين قال لهم: "يا قوم، إنِّي أخاف عليكم مثل يوم الأحزاب مثل دأب قوم نوح وعاد وثمود والذين من بعدهم، وما الله يريد ظلماً للعباد. يا قوم، إنِّي أخاف عليكم يوم التَّنَادِ يوم تولُّون مدبرين ما لكم من الله من عاصم ومن يضلِّل الله فما له من هاد" (ابن الأثير، 1997، صفحة 178/3)، فهو يناديهم ويخاطبهم بقول الله عزَّ وجلَّ: {وَقَالَ الَّذِي آمَنَ يَا قَوْمِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ مِثْلَ يَوْمِ الْأَحْزَابِ (30) مِثْلَ دَأْبِ قَوْمِ نُوحٍ وَعَادٍ وَثَمُودَ وَالَّذِينَ مِنْ بَعْدِهِمْ وَمَا اللَّهُ يُرِيدُ ظُلْماً لِّلْعِبَادِ (31) وَيَا قَوْمِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ يَوْمَ التَّنَادِ (32) يَوْمَ تَوَلَّوْنَ مُدْبِرِينَ مَا لَكُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ عَاصِمٍ وَمَنْ يُضْلِلِ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِنْ هَادٍ (33)} (غافر، 30-33). فيحذَّره حنظلة من أنَّ يحدث مثل ما حدث في يوم الأحزاب حين تحزَّبوا على رسل الله نوح وهود

وصالح، فأهلكهم الله بتجرئهم عليه، فيهلكهم كما أهلكهم، ويفعل ذلك بكم فيهلكهم مثل سنته في قوم نوح وعاد وثمود وفعله بهم، محدراً إياهم من يوم القيامة وحينئذ لا عاصم من أمر الله. ثانياً: الاستدلال التاريخي: يمثل التاريخ رافداً مهماً من روافد الخطيب الثقافية؛ لأنه يُعدُّ مرجعاً مهماً في تكوين خطاب الحجاج؛ لما يملكه من سلطة تعتمد في ذاتها على الوثائق المتَّصِّفة بالتنصُّيد الوثائقي والتي تأخذ قوتها من التداول، لذلك يضيفي الاستعانة بالتاريخ على النصِّ الأدبيِّ قيمةً جماليَّةً من خلال الانفتاح على الأحداث التاريخيَّة المتعدِّدة والمليئة بالمقاصد والغايات لتمنح النصَّ بعداً إشارياً مميزاً. (الكريطي، 2020، صفحة 70). وهذه الحجَّة التاريخيَّة أو الخبريَّة تستند "إلى الأحداث التاريخيَّة المشتركة بين عدَّة أشخاص أو بين جميع الناس، ليُتَّخذ منها دليلاً لما يدعيه المتكلِّم من طروحات، وهي بذلك تتركز على بنيات ووقائع خارجيَّة، واقعة في الماضي بما يختزنه من تجارب إنسانيَّة وأحداث تاريخيَّة، ذات قيم مجتمعيَّة، تحظى باحترام الأفراد واهتمامهم". (الكعبي، 2014، صفحة 40). وقد استعمل هذه الحجَّة زهير بن القين محدراً جيش العدو من أفعال يزيد وابن زياد، مستدلاً بوقائع تاريخيَّة على أفعالهم الشنيعة، في قوله لهم: "إنَّ الله قد ابتلانا وإياكم بذريَّة نبيِّه محمَّد - صلَّى الله عليه وآله - ينظر ما نحن وأنتم عاملون، إنَّا ندعوكم إلى نصرهم وخذلان الطاغية عبيد الله بن زياد، فإنكم لا تدركون منهما إلَّا السوء عمر سلطانهما كله، إنهما يسملان أعينكم، ويقطعان أيديكم وأرجلكم، ويمتلان بكم، ويرفعانكم على جذوع النخل، ويقتلان أماتلكم وقرأكم، أمثال حجر بن عدي وأصحابه، وهاني بن عروة وأشباهه". (أبومخنف، 1978، صفحة 119). هنا يستعمل زهير بن القين أسلوب الاستدلال التاريخي ليضيف حجَّة أخرى إلى خطابه الإقناعي، فهو يذكّرهم بجور آل بني أميَّة وبطشهم وما صنعوه في صلحاء القوم من أمثال حجر بن عدي وميثم التمار وغيرهم من الذين ناهضوا جور الأمويين وقاوموا استبدادهم، فقد صبَّت عليهم السلطة الأمويَّة وإبلاً من العذاب فسملت عيونهم وقطعت أيديهم وأرجلهم وصلبتهم على جذوع النخل، إنَّه يعيدُ إلى أذهان جيش العدو أفعال معاوية بقتل حجر بن عدي وأصحابه بمرج عذراء، وقد كان عليٌّ - عليه السلام - قد تنبأ بذلك وأخبره به. ويذكّرهم بأفعال بني أميَّة وهم يقتلون هاني بن عروة المناصر لابن عمِّ الإمام مسلم بن عقيل. فضلاً عن استحضاره واقعة مقتل ميثم التمار، ذلك الرجل الناشط في نشر فضائل ومناقب الإمام عليٍّ - عليه السلام - بصورة خاصَّة وفضائل أهل البيت - عليهم السلام - بصورة عامَّة وفضح مخازي بني أميَّة، ولا سيَّما معاوية ومن سار خلفه، حتى أمر ابن زياد بلجمه وصلبه وقتله. ثالثاً: الاستدلال الأدبي: يشكِّل الأدب بجميع أصنافه رافداً مهماً ومرجعاً للخطباء؛ كونه أثراً خالداً ومتجدداً، ويأتي ذلك من سعي الخطيب أو المرسل إلى الارتقاء برسالته وخطابه. ولما كان الأصحاب من أفذاذ العرب المعروفين بجزالة اللفظ وحسن البيان وقوَّة الحجَّة، تضمَّنَت خطاباتهم قدراً من الحجج الأدبيَّة المتمثلة بالشعر، لإلقاء الحجَّة، كونه اللسان الناطق في جُلِّهم وترحالهم، وفي حربهم وسلمهم، "فتوظيف الشعر في الخطابة ناتج من قيمة أدبيَّة تجد صداها في نفس المنشئ والمنقَّلي على حدٍّ سواء، لرفده الخطاب بما يعزِّز رصيده نحو الارتقاء في التأثير والإقناع". (الكعبي، 2014، صفحة 42). وقد طغى هذا الأسلوب الإقناعي عند أصحاب الإمام معزِّراً بالقيم الدينيَّة والاجتماعيَّة والثقافيَّة وفي ما يلي سردٌ لنماذج من تلك الأشعار:

عبد الله بن عمر الكلبي حين حمل على القوم قائلاً (الطبري، 1967، صفحة 430/5):

إن تنكروني فأنا ابنُ الكلبي حسبي ببيتي في عليم حسبي
إني امرؤ ذو مرَّة وعصب ولست بالخوار عند النكب
إني زعيم لك أم وهب بالطنن فيهم مقدماً والضرب
ضرب غلام مؤمن بالرب

تتنوع أساليب الردّ وذلك على وفق عدّة معايير يحدّدّها المتكلّم ينطلق فيها من معرفة مخزون المتلقّي الفكريّ والاجتماعيّ والعقائديّ، ويختار لردّه أن يكون مبنياً على أساس تصوّره عمّا يكون فيه من يوجّه إليه الخطاب، ولكي يكون هذا الخطاب إقناعيّاً فلا بدّ له أن يُبنى على القيم العليا في المجتمع، لذلك انطلق عبد الله بن عمر الكلبيّ من هذا المنطلق وعلى أساس ما بنى عليه من قبله في بناء أبيات الشعر المدحيّة على أساس التفاخر والتذكير بالحسب والنسب وهي عادة العرب، وهذا ما نجده أيضاً عند وهب بن حباب الكلبي في قوله (الأمين، 1996، صفحة 127):

إنّ تنكروني فأنا ابنُ الكلبي سوفَ تروني وترونَ ضربي
وحملتني وصولتني في الحرب أدرك ثاري بعد ثارٍ صحي
وأدفعُ الكربَ أمامَ الكرب ليس جهادي في الوغى باللعب

ويحضر ذلك أيضاً عند الحرّ بن يزيد الرياحي لمّا يأس من يقظة ضمير قومه، وأنهم مصرّون على القتال هجم عليهم قائلاً (الأمين، 1996، صفحة 129):

إنّي أنا الحرّ ومأوى الضيف أضربُ في أعراضكم بالسيفِ
عن خيرٍ من حلّ بأرض الخيف

لقد اعتمد الحرّ على ما يُعرف بالـ "الفخر الذاتي"، وهو ما يُدار حول العقل والقلب واللسان والساعد وما دار حول القبيلة والأفاق والشجاعة تُضمّ إلى الجانب المتعلّق بالساعد، فيحاولان تصوير مقدار الشجاعة التي يتمتّعان بها ومدى الإمكانية التي أوصلتهما إلى هذه المرحلة من التضحية بالنفس والجهاد في ساحات الوغى.

ونلمس ذلك أيضاً في قول مسلم بن عوسجة (الأمين، 1996، صفحة 129):

إنّ تسألوا عني فإني ذو لبذ من فرع قوم من ذرى بني أسد
فمنّ بغفانا حائدٌ عن الرشد وكافرٌ بدين جبّارٍ صمد

وأيضاً عند حبيب بن مظاهر الأسدي (الطبري، 1967، صفحة 439/5):

أنا حبيبٌ وأبي مظاهر فارسٌ هيجاءٍ وحربٍ تسعُرُ
أنتم أعدّ عدّة وأكثرُ ونحن أوفى منكم وأصبرُ
ونحن أعلى حجة وأظهرُ حقاً وأتقى منكم وأعذرُ

ثم أخذ يقول وهو يُقاتل:

أقسم لو كنّا لكم أعداءاً أو شطركم ولّيتم أكتاداً

وعلى غرار بقيّة الأصحاب يبتدأ الفخر بالتعريف عن النفس لترتفع صيغة الأنا الواثقة؛ من أجل أن ينعكس هذا على المتلقّي واستحصال الإقناع للتأثير في الأخير، ثم ليُحدث مقارنة الكشف والإقناع، فالكشف عن المهمّ لتبيان الحقيقة مقارنة بين الحقّ والباطل، وبهذا فإنّ المنطق ونعني هنا الاستدلال الصحيح بعد معاناة السياق أفضى إلى الإقناع بالحجّة والدليل المدعوم بالقسم.

وبعيداً عن الفخر وتقويم النفس نجد أنّ هنالك من خُصّصت أبياته لتفصيل الأحداث من أجل الإقناع كما في قول عمرو بن قرظة الأنصاري (الطبري، 1967، صفحة 434/5):

قد علمت كتيبة الأنصار إنّي سأحامي حوزة الدمار

ضرب غلام غير نكس شاري دون حسين مهجتي وداري

ثم أخذ يكيل الضربات للعدوّ المضلل قائلاً (الطبري، 1967، صفحة 440/5):

أليث لا أقتل حتّى أقتلا ولن أصاب اليوم إلاّ مقبلا

أضربهم بالسيف ضرباً معضلاً لا ناكلأ عنهم ولا مهلاً

لا عاجزاً عنهم ولا مُبدلاً أحمي الحسين الماجد المؤملاً

يكون الإقناع عبر توظيف عددٍ من المعارف اللغوية والنفسية والاجتماعية والفلسفية وغيرها؛ من أجل تشكيل علامات التواصل، والمراد به إظهار الأمر وإعلانه بما يحمله من دعاية وترويج إيجاباً وسلباً حسناً وقبحاً، أو هو العلامة ذات البنية الإيحائية التي تحمل مجموعةً من القيم المعرفية حول فكرةٍ أو حاجةٍ ما (الشنقيطي، 2018، الصفحات 13-14)؛ والفكرة هنا تتمثل بالتضحية الكبيرة التي يقدمها الأصحاب؛ من أجل القضية، مع بيان المقدرة التي يتحلّى بها من الشجاعة وهوان النفس، هذه المقدمات تتمثل بالجانب القولي الذي سيتبعه لتطبيق هذه الوعود وطرحها على السامع لتعطيه تصوّراً عمّا ستؤول إليه الأحداث، فهو يرسم الصورة التي سيسير على خطاها ممّا يعزّز فكرة إقناع المتلقّي ويدعم القضية. والملاحظ أنّ أهداف ذكر الأنساب في أثناء قيام الواقعة له عدّة دوافع، منها الإقناع بتذكير سامع الأبيات مجدّ آبائهم وإحاطتهم علماً بماضيهم ومن هم فخراً واعتزازاً، غير أنّ تكرار هذه الطريقة في صياغة أبياتهم يدلّ على أنّها سمةٌ امتاز بها الأصحاب في هذه الحادثة لصياغة أبياتهم على منوالٍ واحدٍ وطريقةٍ واحدةٍ ساروا عليها كما نلاحظ في النماذج التالية:

قول أبي الشعثاء يزيد بن زياد الكندي مرتجلاً (الطبري، 1967، صفحة 340/4):

أنا يزيدٌ وأبي مهاضرُ أشجعُ من ليثٍ بغيلٍ خادُرُ
يا ربّ إني للحسينِ ناصرُ ولا بنِ سعدٍ تاركٌ وهاجرُ

وقول عمرو بن مطاع الجعفي (المجلسي، 1983، صفحة 25/45):

أنا ابنُ جعفٍ وأبي مطاعُ وفي يميني مرهفٌ قطّاعُ
وأسمّر في رأسه لمّاعُ يُرى له من ضوئه شعاعُ
اليوم قد طاب لنا القراعُ دون حسينِ الضرب والمصاعُ
يرجى بذاك الفوز والدفاعُ من حرّ نارٍ حين لا انتفاعُ

الواضح في صياغة الأبيات بهذا الابتداء وعلى نفس النهج في الصياغة والسبك يدلّ على أنّ هذه تُمثّل طريقةً ميّزت الأصدقاء عبر إقناع المتلقّي بمكانتهم وإرادتهم أن تكون هذه الأسماء محفورةً في التاريخ راسخةً في الأذهان عبر تداول هذه الأبيات، فقد كان سعيهم من أجل أن يذكر التاريخ إخلاصهم لآل بيت النبوة وتذكّر تضحياتهم وعدم محو ذكراهم، بل أرادوا أن يثبتوا ولاءهم للقضية وتوثيق شخوصهم على مدى العصور بذكر أنسابهم، وهذا ما نجحوا فيه، فقد وصلتنا تضحياتهم وإخلاصهم بعد آلاف السنين؛ لأنّ الأدب سجلّ الأمم وحافظ التاريخ والحوادث.

وهناك جانب إقناعي يتمثّل بالنظر إلى مآل الإمام وراثته عبر ذكر ما سيلقاه، كما نلاحظ في قول سويد بن عمرو بن أبي المطاع: (المجلسي، 1983، صفحة 26/45)

أقدم حسين اليوم تلقى أحمداً وشيخك الحبر علياً ذا الندى
وحسناً كالبدر وافي الأسعداً وعمك القرم الهمام الأرشداً
حمزة ليث الله يدعى أسداً وذا الجناحين تبوا مقعداً
في جنّة الفردوس يعلو صعداً

وفي قول الحجاج بن مسروق الجعفي (السماعي، 1998، صفحة 109):

فدتك نفسي هادياً مهدياً اليوم ألقى جدك النبياً
ثم أباك ذا الندى علياً ذاك الذي نعرفه الوصياً

فالتذكير بلقاء النبيّ وعليّ والحصول على شفاعتهما أكبر صور الإقناع الذي يؤمن به الأصحاب، فهم ينظرون إلى الجانب الآخر من القصة، فلا مأساوية في أبياتهم، بل هي تقبّل ورضا وتصوير لجمال اللقاء مع النبي، وهذا كلّهُ من أجل بثّ روح القناعة في نفوس سامعيهم والربط على قلوبهم وإقناعهم بأنّ هذه هي النهاية الحسنى وخير نهاية.

أمّا النساء؛ فقد كان لهنّ حيزٌ في شعر الأصحاب، فتقول أم عمرو بن جنادة الخزرجي بعد مقتل زوجها والزج بولدها وهجومها على الأعداء (السماوي، 1998، صفحة 227):
أنا عجوزٌ سيدي ضعيفة خاويةٌ باليةٌ نحيفة
أضربكم بضربة عنيفة دون بني فاطمة الشريفة
على الرغم من بساطة الأبيات فإنّها تعبّر عن مدى عفوية المرأة المسلمة المجاهدة التي يملأ قلبها الإقناع بالقضية الحسينية، فعلى الرغم ممّا آلت إليه الأحداث فإنّها وصفت مشاعرهما بلسان حال محبٍّ وصادقٍ أقنعت المتلقّي بمدى صدقها وجمال تصويرها ولغتها التي لم تخلُ من الصرامة والقوّة، فللحظّات الأخيرة وهي تُهدّد وتتوعّد بالضرب العنيف على الرغم من هوان الجسد وما نطقت به، فالإقناع هو أوّل بواذر التأثير، وعلى هذا يكون الإقناع أبرز ما يطمح إليه الأصحاب.
لقد انطلق شعر الأصحاب من وجهةٍ واحدةٍ تتمثّل في إيصال رسالة ساميةٍ وإقناع المتلقّي بمدى إيمانهم بهذه القضية بأسلوبٍ سهلٍ ممتّع يسيرٍ وسلس؛ لأنّ الإقناع هدفه التأثير تزودج بذلك أساليبه مع أساليب الإمتاع، فتكون حينها أقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب، وتوجيه سلوكه لما يضيفه الإمتاع من قوّة استحضر الأشياء. (عبدالرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، 2000، صفحة 38).

الخاتمة:

بعد الخوض في نصوص أصحاب الإمام الحسين ومحاولة محاكاتها بحسب استراتيجيّة الإقناع، ظهرت عدّة نتائج من ذلك، ومنها:
- يمثّل الإقناع أوضح صورةٍ في خطاب أصحاب الإمام الحسين؛ بسبب طبيعة الموقف والمكان والزمان، إذ إنّ ظروف الحرب ومحاولة إلقاء الحجّة على العدو كانت سبباً رئيساً في سلوك هذا الخطاب الحجاجي الإقناعي.
- يمثّل خطاب الأصحاب صورةً من صور الخطاب الحسيني في واقعة الطف، المشتمل على صورة الإقناع الاجتماعي والتاريخي والديني؛ من أجل تحقيق الغاية الرئيسة من تلك الثورة.
- أخذت الاستراتيجية الاجتماعية حيزاً كبيراً من مضمون خطاب الأصحاب؛ ويبدو أنّ لذلك علاقةً في مدى تأثيرها في النفوس وتغيير الفكر عند الآخر.
- حملت الاستراتيجية الاجتماعية ثلاث ثقافات اعتمدت عليها في الإقناع، وهي: ثقافة الشفاعة، وثقافة النصيح، وثقافة المودة.
- تعدّدت صور الإقناع في الخطاب بين الاجتماعي والتاريخي والأدبي، وكان ذلك منوطاً بثقافة المرسل وضرورة المزج بين تلك الصور الإقناعية.
- كانت الغاية الرئيسة من شعر الأصحاب إقناع المتلقّي بمدى إيمانهم بهذه القضية بأسلوبٍ سهلٍ ممتّع يسيرٍ وسلس، واستخدم في سبيل ذلك المزج بين الإقناع والإمتاع.

المراجع

- ابن حزم الأندلسي. ((دب)). الإحكام في أصول الأحكام. بيروت: دار آفاق الجديدة.
أبو البقاء الكفوي. ((دب)). الكليات. بيروت: مؤسسة الرسالة.
أبومخنف. (1978). مقتل الحسين. قم المقدسة: المطبعة العلمية.
أحمد مزواعي. (2012). أساليب الإقناع في سورة يوسف دراسة لسانية تداولية. الجزائر: جامعة وهران.
أرسطو. (1979). الخطابة. بيروت: دار القلم.
إسماعيل عز الدين ابن الأثير. (1997). الكامل في التاريخ. بيروت: دار الكتاب العربي.
الجاحظ. (2011). البيان والتبيين. بيروت: دار ومكتبة الهلال.

- الجرجاني. ((د.ت)). أسرار البلاغة. القاهرة – جدة: مطبعة المدني.
- الجرجاني. (1992). دلائل الإعجاز. القاهرة – جدة: مطبعة المدني.
- الحسن الحاتمي. (1979). حلية المحاضرة. بغداد: دار الرشيد للنشر.
- الخوارزمي. ((د.ت)). مفاتيح العلوم. القاهرة: دار الكتاب العربي.
- السيوطي. ((د.ت)). الدر المنثور. بيروت: دار الفكر.
- المجلسي. (1983). بحار الأنوار. بيروت: مؤسسة الوفاء.
- برش صونية. (2021). استراتيجيات الإقناع في الخطاب الإعلامي الجزائري. المدونة.
- جمعة الجبوري. (2019). المضامين التراثية في الشعر الأندلسي في عهد المرابطين والموحدين. عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع.
- حازم القرطاجني. (1986). مناهج البلاغ وسراج الأدباء. بيروت: دار الغرب الإسلامي.
- حازم طارش حاتم. (2020). استراتيجيات الإقناع في الصورة التشبيهية في الخطاب القرآني. مجلة كلية التربية، الجامعة المستنصرية.
- حبيب أعراب. (2001). الحجاج والاستدلال الحجاجي. مجلة عالم الفكر (1ع).
- د. إبراهيم بن صالح الحميدان. (2005). الإقناع والتأثير دراسة تأصيلية دعوية. مجلة جامعة الإمام.
- د. أحمد حسين حيال. (2016). استراتيجيات الإقناع في الخطاب الحسيني مقارنة في الإنجاز والتأثير. مجلة كلية الآداب، الجامعة المستنصرية.
- د. حسن الكريطي. (2020). مرجعيات التناس الحجاجي في خطب الإمام الحسين في مسيره إلى كربلاء. مجلة السبب.
- د. حسن عماد مكوي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- د. صبيحة حسن طعيس. (نيسان، 2024). آليات الحجاج اللغوية في ديوان (أمجادنا تتكلم وقصائد أخرى للشاعر مفدي زكريا (الاستفهام أنموذجا). مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية.
- د. طه عبدالرحمن. (1998). اللسان والميزان والتكوثر العقلي. بيروت: المركز الثقافي العربي.
- د. طه عبدالرحمن. (2000). في أصول الحوار وتجديد علم الكلام. الدار البيضاء – بيروت: المركز الثقافي العربي.
- د. عبد الكاظم الياسري. (2009). الخطاب الحسيني في معركة الطف دراسة لغوية وتحليل. كربلاء المقدسة: قسم الشؤون الفكرية في العتبة الحسينية المقدسة.
- د. لمى عبد القادر خنياب. (2019). التناس القرآني دراسة نصية من خلال آيات الرد. مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية.
- د. معتصم بابكر مصطفى. (2003). من أساليب الإقناع في القرآن الكريم. قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- رائد حاكم الكعبي. (2014). بلاغة الإقناع قراءة حجاجية في خطب الإمام الحسين. مجلة العميد.
- عامر مصباح. (2005). الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عبد الله، مفلح. (2015). آليات الإقناع عند النبي. مجلة اللغة العربية.
- عبد الهادي الشهري. (2004). استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية. بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- عبد الواحد المرابط. (2000). السيمياء العامة وسيمياء الأدب. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.

- عمّاريّة حاكم. (2007). الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي. الجزائر: جامعة أبي بكر بلقايد.
- لؤي صيهود فواز. (2011). التعالق النصي (التناص) في شعر ابن حزم الأندلسي. مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية.
- مجمع اللغة العربية بالقاهرة. (2004). المعجم الوسيط. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- محسن الأمين. (1996). لواعج الأشجان في مقتل الحسين. بيروت: دار الأمير للثقافة والعلوم.
- محمد السماوي. (1998). إِبصار العين في أنصار الحسين. إيران: مركز الدراسات الإسلامية.
- محمد بن جرير الطبري. (1967). تاريخ الطبري. بيروت: دار التراث.
- محمد مكرم ابن منظور. (2009). لسان العرب. بيروت: دار الكتب العلميّة.
- مريم الشنفيطي. (2018). الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية. الفِصل الثقافيّ.

References

- Ibn Hazm Al-Andalusi. ((n.d.)). Al-Ahkam fi Usul Al-Ahkam. Beirut: Dar Afaq Al-Jadida.
- Abu Al-Baqa Al-Kafwi. ((n.d.)). Al-Kulliyat. Beirut: Al-Risala Foundation.
- Abu Mukhnaf. (1978). The killing of Al-Hussein. Holy Qom: Scientific Kitchen.
- Ahmed Mazouai. (2012). Methods of persuasion in Surat Yusuf, a linguistic and communicative study. Algeria: University of Oran.
- Aristotle. (1979). Rhetoric. Beirut: Dar Al-Qalam.
- Ismail Ezz El-Din Ibn Al-Athir. (1997). Al-Kamil fi Al-Tarikh. Beirut: Dar Al-Kitab Al-Arabi.
- Al-Jahiz. (2011). Al-Bayan wa Al-Tabyeen. Beirut: Dar and Library of Al-Hilal.
- Al-Jurjani. ((n.d.)). Secrets of Rhetoric. Cairo - Jeddah: Al-Madani Press.
- Al-Jurjani. (1992). Evidence of the Miracle. Cairo - Jeddah: Al-Madani Press.
- Al-Hassan Al-Hatimi. (1979). The Ornament of the Lecture. Baghdad: Dar Al-Rasheed for Publishing.
- Al-Khwarizmi. ((n.d.)). Keys to Sciences. Cairo: Dar Al-Kitab Al-Arabi.
- Al-Suyuti. ((n.d.)). Al-Durr Al-Manthur. Beirut: Dar Al-Fikr.
- Al-Majlisi. (1983). Bihar Al-Anwar. Beirut: Al-Wafa Foundation.
- Barsh Sonia. (2021). Strategies of persuasion in Algerian media discourse. Al-Mudawwana.
- Jumaa Al-Jabouri. (2019). Heritage contents in Andalusian poetry during the Almoravid and Almohad eras. Amman: Dar Al-Radwan for Publishing and Distribution.
- Hazem Al-Qartajani. (1986). Methods of Eloquence and Siraj Al-Udaba. Beirut: Dar Al-Gharb Al-Islami.

- Hazem Taresh Hatem. (2020). The strategy of persuasion in the metaphorical image in the Qur'anic discourse. Journal of the College of Education, Al-Mustansiriya University.
- Habib A'rab. (2001). Argumentation and argumentative reasoning. Journal of the World of Thought (Issue .(1
- Dr. Ibrahim bin Saleh Al-Humaidan. (2005). Persuasion and Influence: An Authentic Advocacy Study. Imam University Journal.
- Dr. Ahmed Hussein Hayal. (2016). Persuasion Strategies in Hussein Discourse: An Approach to Achievement and Influence. Journal of the College of Arts, Al-Mustansiriya University.
- Dr. Hassan Al-Kraiti. (2020). References to Argumentative Intertextuality in the Sermons of Imam Hussein on His March to Karbala. Al-Sabt Journal.
- Dr. Hassan Imad Makkawi. (1998). Communication and its Contemporary Theories. Cairo: Dar Al-Masryia Al-Lubnania.
- Dr. Sabiha Hassan Tais. (April, 2024). Linguistic argumentation mechanisms in the collection (Our glories speak and other poems by the poet Mufdi Zakaria (questioning as a model). Journal of the College of Basic Education, Al-Mustansiriya University.
- Dr. Taha Abdul Rahman. (1998). The tongue, the balance, and the mental multiplication. Beirut: The Arab Cultural Center.
- Dr. Taha Abdul Rahman. (2000). In the origins of dialogue and the renewal of the science of theology. Casablanca - Beirut: The Arab Cultural Center.
- Dr. Abdul Kadhim Al-Yasiri. (2009). The Hussein discourse in the Battle of Karbala, a linguistic study and analysis. Holy Karbala: The Department of Intellectual Affairs at the Holy Shrine of Imam Hussein.
- Dr. Lama Abdul Qader Khanyab. (2019). Quranic intertextuality, a textual study through the verses of response. Journal of the College of Basic Education, Al-Mustansiriya University.
- Dr. Moatasem Babiker Mustafa. (2003). From the methods of persuasion in the Holy Quran. Qatar: Ministry of Endowments and Islamic Affairs.
- Raed Hakim Al-Kaabi. (2014). The Rhetoric of Persuasion: An Argumentative Reading of the Sermons of Imam Hussein. Al-Ameed Magazine.
- Amer Misbah. (2005). Social Persuasion: Its Theoretical Background and Practical Mechanisms. Algeria: Diwan of University Publications.
- Abdullah, Muflih. (2015). Mechanisms of Persuasion in the Prophet. Arabic Language Magazine.

- Abdul Hadi Al-Shahri. (2004). Discourse Strategies: A Pragmatic Linguistic Approach. Beirut: Dar Al-Kitab Al-Jadeed United.
- Abdul Wahid Al-Morabit. (2000). General Semiotics and Literary Semiotics. Beirut: Arab House for Science Publishers.
- Ammaria Hakim. (2007). Persuasive Discourse in the Light of Linguistic Communication. Algeria: Abu Bakr Belkaid University.
- Louay Sayhoud Fawaz. (2011). Textual Interrelation (Intertextuality) in the Poetry of Ibn Hazm Al-Andalusi. Journal of the College of Basic Education, Al-Mustansiriya University.
- The Arabic Language Academy in Cairo. (2004). The Intermediate Dictionary. Cairo: Al-Shorouk International Library.
- Mohsen Al-Amin. (1996). The Pangs of Sorrow in the Murder of Al-Hussein. Beirut: Dar Al-Amir for Culture and Science.
- Mohammed Al-Samawi. (1998). The Sight of the Eye in the Supporters of Al-Hussein. Iran: Center for Islamic Studies.
- Mohammed bin Jarir Al-Tabari. (1967). Al-Tabari's History. Beirut: Dar Al-Turath.
- Mohammed Makram bin Manzur. (2009). Lisan Al-Arab. Beirut: Dar Al-Kotob Al-Ilmiyyah.
- Maryam Al-Shanfiti. (2018). Advertising Discourse in Literary Text: A Pragmatic Study. Al-Faisal Cultural.

**The speech of the companions of Imam Hussein (peace be upon him) in
the Karbala incident: a persuasive approach**
Karar Rahim Habib

Al-Mustansiriya University / College of Arts / Department of Media

Abstract

Discourse, any discourse, produces an intellectual interaction that influences and is influenced in a process that includes the elements of the transmitter and the receiver. Discourse, especially among groups, relies on persuasion as a dangerous mechanism for influencing the receiver and the possibility of changing his ideas, beliefs and perceptions, wherever they may be. Since the Karbala incident revolved around the paths of truth and falsehood, religion and disbelief, reform and corruption, persuasion was an important essence in the broadcasting process that Imam Hussein (peace be upon him) and his companions resorted to in order to cast an argument in the mind and heart of the other, and to try to dissuade him from his erroneous doctrinal, historical and religious perceptions. Various studies have been devoted to addressing Imam Hussein's speech in the Karbala incident, and we decided to read the speech of his companions in the incident from a persuasive point of view, according to multiple strategies and images whose goal was to influence Yazid's army. We briefly discussed the nature of discourse and its elements, the reality of persuasion in discourse, and then explained the most important persuasive strategies and their parts in those discourses, whether social, historical, or literary.

Keywords: Discourse, Persuasion, Karbala Incident, Persuasion Strategy, Imam Hussein.