

إستراتيجيات الإقناع في الخطاب الديني مع الإشارة لكتاب ديدات

الاختيار: الإسلام والمسيحية

آمال علي الناشر

د. أميرة قشقري

المستخلص

تهدف هذه الدراسة الى تحليل ثلاثة أوجه لغوية لعدد من النصوص الجدلية، وهذه الأوجه هي:

١ - تركيب الخطاب وبنائه،

٢ - السمات اللغوية الإقناعية،

٣ - والأدوات النصية الموظفة في النصوص.

ومادة الدراسة هي ٣٠ نص جدلي منتقى من المجلد الأول لكتاب ديدات الاختيار: الإسلام والمسيحية. وتطبق الدراسة عدد من النظريات المختلفة لتغطية أهدافها. نظرية كونور ولور (١٩٨٥) لتحليل بناء الخطاب، ونظرية سالمي تولينين (٢٠٠٥) و دافوز ميلين (٢٠٠٧) لتحليل السمات اللغوية والنصية. وقد كشفت نتائج الدراسة عن عدم دقة فرضية فوجلين وأرمسترونج (١٩٩٦) والتي تقضي بأن استراتيجيات الإقناع تميل إلى مخاطبة العاطفة أكثر من العقل. إذ أظهرت الدراسة أن النصوص الدينية الجدلية تميل الى محاوره العقل والى إبراز مصداقية الحديث من خلال استخدام المنطق والأدلة الدامغة بينما لم تُوظف استراتيجيات مخاطبة العاطفة إلا قليلا جدا. كما أبرز تحليل السمات اللغوية التأثير الإقناعي لخصائص النص اللغوية وأدواته النصية. حيث انها وظفت بنجاح لإظهار النبوة الجادة للخطاب، تعزيز مستوى المصداقية، الحفاظ على العلاقة بين المتلقي والمقنع وعرض المعلومة بشكل أكثر فاعلية ووضوح. أما التحليل التقابلي للجوانب الثلاثة فقد أبان التوافق الكبير في تمثيل عناصر الإقناع الثلاثة (المنطق، المصداقية، والعاطفة) كما انها اشتركت جميعها في إبراز عقلانية الخطاب ودرجة مصداقيته. وبهذا فالدراسة تثبت خصوصية الخطاب الديني في بنيته على المستويين.

Persuasion Strategies in Religious Discourse with Reference to

Deedat's

The Choice Islam and Christianity

Amaal Ali Al-Nasher

Dr. Amira Kashgary

Abstract

This study aims at exploring three facets of selected argumentative texts:

- (1) the organizational structure;
- (2) the persuasive metadiscourse markers, and
- (3) the textual devices employed there.

The data of the study is 30 argumentative texts derived from the first volume of Deedat's *The Choice: Islam and Christianity*. The model designed for the study is eclectic. It applies Connor and Lauer's (1985) model (for the structure) and Salmi-Tolonen's (2005) and Dafouz-Milne's (2007) models (for the linguistic manifestation). The findings at the macro level proves the falsity of Fogelin and Armstrong's (1996) assumption of the emotional nature of persuasion. The analysis records the prevalence of the rational appeal over the rest while the emotional one is the lowest in presenting the religious persuasive message. At the micro level, the study points out the vital roles of the linguistic and textual elements in enhancing the persuasive impact of the arguments. They are successfully manipulated to bring out the authoritative tone of the discourse, enhance the degree of certainty, maintain the persuader-receiver relation and reinforce the comprehensibility of the negotiated propositions. The contrastive analysis between macro and micro levels shows the homogeneous representation of persuasive appeals (rationality, credibility and affective). Both correspond in foregrounding the rational nature of religious arguments and their credible stamp. Thus, the study's findings confirm the specificity of religious argumentative discourse at the two levels.