الاستراتيجيات البلاغية والإقناعية في قصص النجاح التنموية للمنظمات العاملة في اليمن: دراسة تحليلية لنماذج مختارة

علي عبد الرب ردمان طه
أستاذ مشارك، قسم العلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية والإنسانية
جامعة العلوم والتكنلوجيا عدن
اليمن

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الاستراتيجيات البلاغية والإقناعية المستخدمة في قصص النجاح التنموية المنشورة لدى المنظمات العاملة في اليمن، والكشف عن وظائفها في تمثيل المستفيدين وإبراز أثر المشروعات وبناء صورة المنظمة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والتحليل البلاغي الكيفي لعينة قصدية مكونة من عشر مواد منشورة باللغة العربية في المواقع الرسمية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي واليونيسف. واستند التحليل إلى استمالات أرسطو الثلاث: المصداقية، والعاطفة، والمنطق، إلى جانب تحليل الاستعارة والتضاد والتكرار واللغة التقويمية والشهادات المباشرة والبناء السردي. أظهرت النتائج أن النصوص جمعت بين الاستمالات الثلاث؛ إذ بُنيت المصداقية من خلال ذكر الشركاء والمانحين والخبراء وشهادات المستفيدين، بينما استُخدمت العاطفة في تصوير المعاناة والأمل والصمود والتحول. وظهرت الاستمالة المنطقية في الأرقام والإحصاءات والمقارنات والعلاقات السببية بين التدخل ونتائجه. كما كشفت الدراسة أن معظم القصص اتبعت بناءً سردياً ينتقل من المشكلة إلى التدخل ثم النجاح والتطلع إلى المستقبل. وقد قُدّم المستفيد بوصفه فرداً فاعلاً استطاع استثمار الدعم، مع منح المنظمة دوراً مركزياً في إحداث التحول. وخلصت الدراسة إلى أن قصص النجاح ليست مجرد توثيق محايد للإنجازات، بل خطابات مؤسسية تجمع بين السرد الإنساني والإقناع والترويج التنموي، وتوصي بالموازنة بين التأثير العاطفي والدقة والشفافية واحترام كرامة المستفيدين.

الكلمات المفتاحية :البلاغة، الإقناع، قصص النجاح، الخطاب التنموي، المنظمات، اليمن.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Rhetorical and Persuasive Strategies in Development Success Stories Published by Organizations Operating in Yemen: An Analysis of Selected Texts

Abstract

This study aimed to analyze the rhetorical and persuasive strategies used in development success stories published by organizations operating in Yemen, and to reveal their functions in representing beneficiaries, highlighting the impact of projects, and building the organization's image. The study adopted a descriptive-analytical approach and qualitative rhetorical analysis of a purposive sample of ten articles published in Arabic on the official websites of the United Nations Development Programme (UNDP) and UNICEF. The analysis was based on Aristotle's three appeals: credibility, emotion, and logic, in addition to analyzing metaphor, antithesis, repetition, evaluative language, direct testimonies, and narrative structure. The results showed that the texts combined the three appeals; credibility was built through mentioning partners, donors, experts, and beneficiary testimonies, while emotion was used to portray suffering, hope, resilience, and transformation. Logical appeal appeared in the figures, statistics, comparisons, and causal relationships between the intervention and its results. The study also revealed that most of the stories followed a narrative structure that moved from the problem to the intervention, then to success and future aspirations. The beneficiary was presented as an active individual who successfully leveraged the support, while the organization was given a central role in driving transformation. The study concluded that success stories are not merely neutral documentation of achievements, but rather institutional narratives that combine human storytelling, persuasion, and development advocacy. It recommends balancing emotional impact with accuracy, transparency, and respect for the dignity of beneficiaries.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

المقدمة ومشكلة الدراسة:

أصبحت التنمية في مفهومها الحديث عملية شاملة لا تقتصر على تحسين المؤشرات الاقتصادية، بل تمتد إلى تطوير حياة الإنسان وتعزيز قدرته على المشاركة في بناء مجتمعه والاستفادة من الموارد والخدمات المتاحة. ويتطلب تحقيق التنمية الفاعلة وجود خطاب اتصالي قادر على تعريف المجتمع بالمشكلات التنموية، وشرح أهداف المشروعات، وإقناع الجهات المانحة والجمهور بأهميتها، وتشجيع المستفيدين على المشاركة فيها. ومن هذا المنطلق، يؤدي الخطاب التنموي دوراً مهماً في تشكيل الوعي العام وتوجيه المواقف تجاه قضايا التعليم والصحة والمياه والتمكين الاقتصادي وسبل العيش وغيرها من المجالات المرتبطة بالتنمية المستدامة.

لا يعتمد الخطاب التنموي على تقديم الحقائق والأرقام وحدها، بل يوظف اللغة بطريقة مقصودة لبناء المعاني والتأثير في المتلقين. فالمنظمات العاملة في المجال التنموي تستخدم مجموعة من الاستراتيجيات البلاغية والإقناعية من أجل توضيح حجم المشكلات، وإبراز قيمة التدخلات المنفذة، وإظهار التحولات التي طرأت على حياة المستفيدين. وقد تتجلى هذه الاستراتيجيات في الاستعارة والتشبيه والتكرار والتضاد والوصف العاطفي، إلى جانب توظيف الشهادات الشخصية والأرقام والإحصاءات وعبارات الأمل والصمود والتمكين. ومن ثم، تصبح البلاغة أداة اتصالية تسهم في صياغة الواقع التنموي وتقديمه للجمهور ضمن إطار لغوي وإنساني مؤثر.

وتُعدّ قصص النجاح من أبرز الأشكال التي يتجسد فيها الخطاب التنموي للمنظمات؛ فهي تجمع بين عرض المعلومات وسرد التجارب الإنسانية. وغالباً ما تبدأ هذه القصص بوصف الصعوبات التي واجهها فرد أو أسرة أو مجتمع، ثم تعرض التدخل الذي نفذته المنظمة، وتنتهي بإبراز النتائج الإيجابية والتغير الذي حدث في حياة المستفيدين. وبهذا البناء، لا تكون قصة النجاح مجرد سجل محايد للإنجاز، وإنما رسالة إقناعية تسعى إلى استثارة اهتمام القارئ، وتعزيز ثقته بالمنظمة، وإثبات فاعلية المشروع. ويُظهر عدد من القصص المنشورة في المواقع الرسمية لمنظمات مثل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في اليمن واليونيسف في اليمن اعتماداً واضحاً على ثنائيات المعاناة والأمل، والضعف والتمكين، والماضي الصعب والمستقبل الأفضل.

وتكتسب دراسة هذه القصص أهمية خاصة في السياق اليمني، حيث تعمل المنظمات المحلية والدولية في بيئة تتسم بتحديات اقتصادية واجتماعية وإنسانية متداخلة. وفي ظل هذه الظروف، تنشر المنظمات قصصاً عن مشروعات التعليم والصحة والمياه وتمكين المرأة ودعم الشباب وتحسين سبل العيش. ولا تقتصر وظيفة هذه النصوص على تعريف الجمهور بالأنشطة المنفذة، بل تسهم في تشكيل صورة معينة عن المستفيدين والمجتمعات المحلية والمنظمات نفسها. فقد يُقدَّم المستفيد بوصفه شخصاً ضعيفاً يحتاج إلى المساعدة، أو فرداً فاعلاً استطاع استثمار الدعم وتغيير حياته. كما قد تُقدَّم المنظمة بوصفها الجهة التي أحدثت التحول، وهو ما يعزز صورتها المؤسسية ومصداقيتها أمام الجمهور والمانحين.

ويمكن دراسة هذه الوظائف من خلال الاستمالات الإقناعية الثلاث المرتبطة بالبلاغة الأرسطية: المصداقية، والعاطفة، والمنطق. تتمثل استمالة المصداقية في إبراز خبرة المنظمة وشراكاتها وإنجازاتها، بينما تعتمد الاستمالة العاطفية على إثارة التعاطف والأمل والخوف والإعجاب. أما الاستمالة المنطقية فتظهر من خلال تقديم الأرقام والحقائق والعلاقات السببية والنتائج القابلة للقياس. وقد تجتمع هذه الاستمالات داخل القصة الواحدة لتشكيل رسالة تبدو إنسانية وموثوقة ومدعومة بالأدلة في الوقت نفسه.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

وعلى الرغم من انتشار قصص النجاح على المواقع الرسمية للمنظمات العاملة في اليمن، فإنها غالباً ما تُقرأ بوصفها مواد إعلامية أو تعريفية، دون الاهتمام الكافي ببنيتها البلاغية والإقناعية. كما أن التركيز على مضمون المشروعات ونتائجها قد يحجب دور اللغة في بناء صورة النجاح وتوجيه استجابة الجمهور. ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى الكشف عن الكيفية التي توظف بها المنظمات الاستراتيجيات البلاغية والإقناعية في صياغة قصص النجاح التنموية، والوظائف التي تؤديها هذه الاستراتيجيات في تمثيل المستفيدين وإبراز أثر المشروعات وبناء مصداقية المنظمة.

بناءً على ذلك، تسعى الدراسة إلى تحليل عينة مختارة من قصص النجاح التنموية المنشورة باللغة العربية على المواقع الرسمية لمنظمات تعمل في اليمن. وتركز على تحديد أبرز الوسائل البلاغية، وتحليل استمالات المصداقية والعاطفة والمنطق، وبيان دورها في بناء الانتقال السردي من المعاناة إلى التحسن. ومن المتوقع أن تسهم الدراسة في توسيع فهم العلاقة بين البلاغة والتنمية، وإظهار أن قصص النجاح ليست مجرد وصف للإنجازات، بل خطابات اتصالية منتقاة بعناية لتحقيق أهداف مؤسسية وتنموية وإقناعية.

الدراسات السابقة:

يتصل موضوع الدراسة الحالية بثلاثة مسارات بحثية متداخلة: الدراسات التي تناولت العلاقة بين البلاغة والتنمية، والدراسات التي بحثت اللغة بوصفها أداة لتحقيق التنمية المستدامة، والدراسات التي تناولت أدوار المنظمات وحملاتها التنموية في السياق اليمني. وعلى الرغم من وجود دراسات في كل مسار، فإن الدراسات التي تجمع بين التحليل البلاغي وقصص النجاح التي تنشرها المنظمات العاملة في اليمن ما تزال محدودة، وهو ما يمنح الدراسة الحالية أهميتها.

أولاً: دراسات البلاغة والإقناع

تناولت دراسة Hariyadi et al. (2025) ، بعنوان: «البلاغة العربية وأبعادها الحضارية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة»، مكانة البلاغة العربية ودورها الحضاري في دعم أهداف التنمية المستدامة. اعتمدت الدراسة منهجاً وصفياً تحليلياً ذا طبيعة مكتبية، وربطت بين تطور الدرس البلاغي وقدرته على الاستجابة للقضايا المعاصرة. وأوضحت أن البلاغة لا ينبغي أن تظل محصورة في تحليل المحسنات والأساليب الأدبية، بل يمكن أن تؤدي وظيفة اجتماعية وحضارية من خلال نشر القيم، وبناء الوعي، وتعزيز التواصل المؤثر بشأن القضايا التنموية. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالي في تأصيل العلاقة بين البلاغة والتنمية وإثبات أن الوسائل البلاغية يمكن أن تُوظف لتحقيق غايات اجتماعية وتنموية. ومع ذلك، بقيت معالجتها عامة ونظرية، و لم تطبق نموذجاً تحليلياً مفصلاً على قصص نجاح صادرة عن منظمات تنموية في سياق وطني محدد. وتجدر الإشارة إلى أن صفحة المجلة تُثبت أربعة مؤلفين للدراسة، هم: Hariyadi وNurfida وFarhan و Samsudin، وهو ما ينبغي مراعاته عند إعداد المرجع النهائي.(JALL)

وفي مجال آليات الإقناع، بحثت عمارش (2025) «استراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي: المفهوم والآليات». انطلقت الدراسة من أن الإقناع هو الغاية التي يسعى المرسل إلى تحقيقها من خلال خطابه، وأنه لا يقتصر على الحجج العقلية، بل يشمل أيضاً التأثير النفسي والعاطفي. وركزت بصورة خاصة على الخطاب الأدبي، موضحة أن البعد الجمالي يمكن أن يؤدي وظيفة إقناعية من خلال تشكيل استجابة المتلقي وترسيخ رسائل معينة في ذهنه. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالي في النظر إلى الإقناع

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

باعتباره عملية تجمع بين المنطق والعاطفة والأسلوب، كما تساعد في تفسير تداخل الوظيفة الإخبارية والوظيفة التأثيرية في قصص النجاح. غير أنها تختلف عن الدراسة الحالية من حيث نوع الخطاب؛ إذ تناولت الخطاب الأدبي، بينما يتجه البحث الحالي إلى خطاب مؤسسي تنموي منشور في المواقع الرسمية للمنظمات (عررمارش، 2025) .

أما فليليح (2008)، في دراسته «البعد التربوي للبلاغة والتواصل ورهانات التنمية البشرية»، فقد ربط البلاغة بالتواصل والتربية والتنمية البشرية. وانطلق من تصور يتجاوز التعامل مع البلاغة باعتبارها زخرفة لفظية، ليقدمها بوصفها نشاطاً تواصلياً يسهم في بناء قدرات الإنسان على الفهم والتعبير والتأثير. وتكمن أهمية هذه الدراسة في توسيع الوظيفة الاجتماعية للبلاغة وربطها بتنمية الإنسان؛ فالخطاب الفعال لا ينقل المعلومات فقط، بل يساعد على تكوين الاتجاهات وإنتاج المعنى والمشاركة في التغيير. إلا أن اهتمام الدراسة بالتربية والتواصل العام يجعلها مختلفة عن البحث الحالي، الذي يحلل استراتيجيات محددة داخل قصص نجاح تنموية مرتبطة بالواقع اليمني (فليليح، 2008).

ثانياً: دراسات اللغة والتنمية المستدامة

ناقش طيبي وآخرون (2022)، في دراسة «اللغة العربية والتنمية المستدامة: الجزائر أنموذجاً»، العلاقة بين اللغة ومتطلبات التنمية المستدامة في السياق الجزائري. وأبرزت الدراسة أهمية اللغة الوطنية في نقل المعرفة، وترسيخ الهوية، وتسهيل المشاركة المجتمعية في البرامج التنموية. ويكشف هذا التوجه أن نجاح التنمية لا يعتمد على المشروعات والموارد وحدها، بل يتأثر باللغة التي تُقدَّم بها أهداف التنمية للجمهور. وتتفق الدراسة مع البحث الحالي في اعتبار اللغة عنصراً فاعلاً في تحقيق التنمية، لكنها ركزت على مكانة اللغة العربية في التنمية على المستوى العام، و لم تدرس الاختيارات البلاغية والإقناعية في نصوص مؤسسية محددة.

وفي الاتجاه نفسه، تناولت الجنابي وخليل (2025) حضور اللغة العربية الفصحى وتأثيرها في التنمية المستدامة. وركزتا على قدرة العربية على التعبير عن المفاهيم التنموية المعاصرة، ونشر المعرفة المرتبطة بأهداف التنمية، وتعزيز المشاركة الثقافية والاجتماعية. وتدعم هذه الدراسة الافتراض الذي ينطلق منه البحث الحالي، وهو أن اللغة ليست وعاءً محايداً للمعلومات؛ فهي تشارك في تحديد كيفية فهم التنمية وتلقي رسائلها. ومع ذلك، فإن تركيزها على مكانة الفصحى وحضورها يختلف عن تركيز الدراسة الحالية على وظائف الاستعارة والتكرار والتضاد واللغة التقويمية واستمالات المصداقية والعاطفة والمنطق داخل قصص النجاح.

أما دراسة بن سليمان حول «الصورة البلاغية ودورها في تنمية التعبير الكتابي»، فقد بحثت الأثر التعليمي للصورة البلاغية لدى طلاب السنة الأولى من التعليم الثانوي. وأظهرت أهمية الصورة البلاغية في إثراء القدرة على التعبير وإنتاج نص أكثر تأثيراً وحيوية. وعلى الرغم من ابتعادها عن الخطاب التنموي، فإنها تقدم أساساً لفهم الوظائف التعبيرية للصور البلاغية. غير أن سياقها التعليمي وعينتها الطلابية يجعلان صلتها بالبحث الحالي غير مباشرة؛ ولذلك يمكن الاستفادة منها في تفسير وظيفة الصورة البلاغية، لا بوصفها دراسة أساسية في مراجعة أدبيات الخطاب التنموي.

وبالمثل، تندرج دراسة حمد (2025) عن الرشد الاقتصادي والتنمية المستدامة في إطار الدراسات المفاهيمية المتعلقة بالتنمية من منظور الشريعة الإسلامية. وهي تسهم في توضيح مفهوم التنمية وأبعاده القيمية والاقتصادية، لكنها لا تبحث اللغة أو البلاغة

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

أو اتصال المنظمات؛ ومن ثم يمكن استخدامها في الخلفية المفاهيمية للتنمية، لا باعتبارها من أكثر الدراسات السابقة اتصالاً بالتحليل البلاغي.

ثالثاً: دراسات المنظمات والتنمية في اليمن

تُعد دراسة السقاف وحميد (2023)، «دور الحملات الإعلامية لدى المنظمات المحلية وانعكاسها على تحقيق التنمية المستدامة في اليمن»، من أقرب الدراسات إلى موضوع البحث الحالي. فقد تناولت العلاقة بين النشاط الإعلامي للمنظمات المحلية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة في البيئة اليمنية. وأكدت أهمية الحملات الإعلامية في نشر الوعي بالقضايا التنموية والتعريف بأنشطة المنظمات وحشد المشاركة المجتمعية. وتلتقي هذه الدراسة مع البحث الحالي في اهتمامها بالمنظمات اليمنية والاتصال التنموي، لكنها درست الحملات الإعلامية وأدوارها بصورة أوسع، بينما تركز الدراسة الحالية على جنس خطابي محدد هو قصة النجاح، وعلى بنيته اللغوية والبلاغية ووسائله الإقناعية.

كما تناول عيسى (2025) دور المنظمات الدولية في اليمن خلال المدة 2015–2025 من منظور اجتماعي نقدي، مستعيناً بالمنهجين الوصفي التحليلي والمقارن، وتحليل وثائق وتقارير منظمات مثل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وبرنامج الأغذية العالمي. وخلص إلى أن حضور المنظمات أصبح مؤثراً في تقديم الخدمات والمشروعات، لكنه أثار في الوقت نفسه أسئلة تتعلق بالتبعية، والسيادة، ومدى مراعاة الخصوصية والأولويات المحلية. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالي في فهم السياق المؤسسي الذي تُنتج داخله قصص النجاح، كما تنبه إلى ضرورة عدم التعامل معها بوصفها وصفاً محايداً للواقع، بل خطاباً مؤسسياً يسهم في بناء صورة المنظمة وتبرير تدخلاتها وإظهار فاعليتها. ومع ذلك، لم تتناول دراسة عيسى البنية البلاغية لخطاب المنظمات أو الطريقة التي يُمثَّل بها المستفيدون في قصصها المنشورة .(عيسى، 2025).

الفجوة البحثية:

يتضح من مراجعة الدراسات السابقة أن معظم الدراسات تناولت البلاغة والتنمية على مستوى نظري عام، أو بحثت دور اللغة العربية في التنمية، أو درست أنشطة المنظمات وحملاتها في اليمن من منظور إعلامي أو اجتماعي. و لم تتجه بصورة مباشرة إلى تحليل قصص النجاح التنموية بوصفها نوعاً خطابياً يجمع بين السرد المؤسسي والإقناع البلاغي. كما لم تبحث بصورة متكاملة كيفية توظيف استمالات المصداقية والعاطفة والمنطق، إلى جانب الاستعارة والتكرار والتضاد والشهادات والأرقام، في تمثيل المستفيدين وبناء صورة المنظمة وإظهار أثر المشروع.

ومن هنا تتميز الدراسة الحالية بتحليل عينة من قصص النجاح العربية المنشورة رسمياً لدى منظمات تعمل في اليمن، مثل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ووكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر .وهذه الصفحات ليست دراسات سابقة، وإنما تمثل مصادر أولية لبناء corpus الدراسة. وبذلك تسعى الدراسة إلى سد فجوة تقع عند تقاطع البلاغة والإقناع والاتصال التنموي في السياق اليمني.

الإطار النظري:

تعتمد الدراسة على البلاغة بوصفها ممارسة تواصلية تهدف إلى إنتاج خطاب قادر على التأثير في المتلقي وتوجيه فهمه ومواقفه، وليس بوصفها مجرد مجموعة من المحسنات اللفظية. وفي الخطاب التنموي، تُستخدم البلاغة لاختيار الطريقة التي تُعرض

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

بها المشكلات والمشروعات والمستفيدون والنتائج. ولذلك، فإن قصة النجاح التنموية لا تنقل حدثاً وقع فحسب، بل تعيد تنظيمه ضمن بناء لغوي وسردي يظهر أهمية المشروع، ويبرز التحول الذي أحدثه، ويعزز ثقة القارئ بالمنظمة.

يرتكز الإطار النظري للدراسة أساساً على نظرية أرسطو في الإقناع البلاغي، مع الاستفادة من تحليل الأساليب البلاغية والبناء السردي لقصة النجاح. ويُعد هذا الإطار مناسباً لأن قصص النجاح تجمع بين عرض الوقائع والأرقام، واستثارة مشاعر القارئ، وبناء مصداقية المنظمة. وبدلاً من الجمع بين عدد كبير من النظريات، تستخدم الدراسة نموذجاً موحداً يقوم على استمالات أرسطو الثلاث: المصداقية، والعاطفة، والمنطق، وتتعامل مع الوسائل البلاغية والسردية بوصفها أدوات تتحقق من خلالها هذه الاستمالات.

أولاً: مفهوم البلاغة والإقناع

ترتبط البلاغة بقدرة المتكلم أو الكاتب على اكتشاف الوسائل المناسبة للإقناع في كل موقف تواصلي. ولا يعني الإقناع بالضرورة تغيير موقف المتلقي بصورة مباشرة؛ فقد يتمثل في جعله يتعاطف مع قضية، أو يثق في مؤسسة، أو يعترف بأهمية مشروع، أو يتبنى تفسيراً معيناً للواقع. وبذلك يعمل الخطاب الإقناعي على مستويين: مستوى معرفي يمد المتلقي بالمعلومات والحجج، ومستوى وجداني يؤثر في مشاعره واتجاهاته.

تؤكد عمارش أن الإقناع قد يقوم على آليات عقلية منطقية أو نفسية عاطفية، وأن فاعلية الخطاب تنشأ من تفاعل مضمونه مع طريقة عرضه (عمارش، 2025).(وينطبق ذلك على قصص النجاح؛ إذ تقدم المنظمة معلومات عن المشروع وعدد المستفيدين ونتائجه، لكنها تضع هذه المعلومات داخل قصة إنسانية تتضمن شخصيات وتحديات وأحلاماً وتحولاً إيجابياً. ويصبح الجانب السردي والبلاغي وسيلة لجعل الأرقام أكثر قرباً وتأثيراً في القارئ.

ثانياً: استمالات أرسطو الإقناعية

حدد أرسطو ثلاثة أنواع رئيسة من وسائل الإقناع: المصداقية، والعاطفة، والمنطق، ولا تعمل هذه الوسائل بصورة منفصلة دائماً، بل قد تتداخل داخل الجملة أو الفقرة الواحدة.

1 .استمالة المصداقية:

تتعلق المصداقية بالصورة التي يبنيها منتج الخطاب عن نفسه أمام الجمهور. وكلما ظهر المتحدث أو الكاتب خبيراً ومسؤولاً وموثوقاً، ازدادت قدرة خطابه على الإقناع. وفي قصص النجاح، تسعى المنظمة إلى بناء مصداقيتها من خلال ذكر خبرتها، وشركائها المحليين والدوليين، والجهات المانحة، وطبيعة التدريب أو الدعم الذي قدمته، والنتائج التي حققها المشروع.

وقد تظهر هذه الاستمالة في عبارات مثل «بالتعاون مع السلطات المحلية»، و«بدعم من الاتحاد الأوروبي»، و«ضمن برنامج دعم سبل العيش». كما تُبنى المصداقية من خلال إتاحة المجال للمستفيدين للتحدث عن تجاربهم؛ فالشهادة المباشرة تقدم دليلاً يبدو مستقلاً عن صوت المنظمة. ومع ذلك، تختار المنظمة هذه الشهادة وتضعها داخل بنية القصة، ولذلك تؤدي وظيفة مؤسسية تتمثل في تأكيد نجاح التدخل وبناء الثقة.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

وتشمل مؤشرات المصداقية في الدراسة: ذكر الخبرة المؤسسية، والإحالة إلى الشراكات، وعرض الإنجازات، واستخدام شهادات المستفيدين، وإظهار المسؤولية والاستمرارية، وربط المشروع بقيم مثل: الكرامة والتمكين والاستدامة.

2. *الاستمالة* العاطفية:

تعتمد الاستمالة العاطفية على إثارة مشاعر المتلقي، مثل التعاطف والحزن والخوف والأمل والإعجاب والفخر. وتظهر هذه الاستمالة بوضوح في قصص النجاح التنموية؛ إذ تبدأ كثير من القصص بوصف الفقر أو النزوح أو المرض أو البطالة أو القيود الاجتماعية التي واجهها المستفيد، ثم تنتقل إلى مشاعر الأمل والصمود والنجاح.

تستخدم القصص أوصافاً عاطفية وألفاظاً تقويمية تجعل القارئ يتفاعل مع التجربة الإنسانية، مثل «حياة مليئة بالتحديات»، و«حبل النجاة»، و«مستقبل مشرق». ففي قصة «العسل والأمل»، مثلاً، يربط برنامج الأمم المتحدة الإنمائي مشروع تربية النحل بقدرة المستفيدة على إعالة أسرتها وتحسين تعليم أطفالها، ويستخدم صورة «مستقبل مشرق يرقى إلى حلاوة العسل» لربط النجاح الاقتصادي بالأمل الإنساني (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2024).

وتشمل مؤشرات الاستمالة العاطفية: وصف المعاناة، وإبراز الأحلام، واستدعاء الأمل والخوف، واستخدام الشهادات المؤثرة، وتصوير المستفيد بوصفه شخصية تصارع الصعوبات، والانتقال العاطفي من الضعف إلى القوة.

3. الاستمالة المنطقية:

تقوم الاستمالة المنطقية على استخدام الأدلة والحقائق والأرقام والعلاقات السببية لإقناع المتلقي بصحة الرسالة. وتظهر في قصص النجاح من خلال ذكر عدد المستفيدين، وقيمة المنح، ومدة التدريب، ونسبة تحسن الدخل، وعدد فرص العمل، والنتائج الملموسة للمشروع. كما تظهر في ربط التدخل بالنتيجة؛ مثل القول إن التدريب أدى إلى اكتساب مهارات، وإن المنحة ساعدت على تأسيس مشروع، وإن المشروع أسهم في تحسين دخل الأسرة.

لا يعني وجود الأرقام أن الخطاب محايد تماماً؛ فالمنظمة تنتقي الأرقام التي تدعم رواية النجاح وتضعها داخل سياق إيجابي. ولذلك تحلل الدراسة الأرقام من حيث وظيفتها الإقناعية، وليس من حيث التحقق من دقتها أو تقييم أثر المشروع ميدانياً. وتشمل مؤشرات المنطق: الإحصاءات، والنتائج القابلة للقياس، والتفسير السببي، والمقارنة بين الوضع السابق واللاحق، وتقديم أمثلة واقعية.

ثالثاً: الأساليب البلاغية

تحلل الدراسة عدداً من الأساليب التي تسهم في تحقيق الاستمالات السابقة، وأبرزها: الاستعارة، والتشبيه، والتكرار، والتضاد، والمقابلة، واللغة التقويمية. فالاستعارة تنقل المعنى من المجال المجرد إلى صورة محسوسة، مثل وصف المشروع بأنه «حبل نجاة» أو «شريان حياة». ويعمل التضاد على إبراز التحول من الفقر إلى الاستقلال، ومن اليأس إلى الأمل، ومن البطالة إلى العمل. أما التكرار فيؤكد مفاهيم محورية مثل التمكين والصمود والاستدامة، بينما تُستخدم الألفاظ الإيجابية لتقديم المشروع والمنظمة والمستقبل بصورة مرغوبة.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

وتحلل الدراسة أيضاً صيغ المشاركة، مثل «نحن» و «معاً»، وصيغ الحث، والأسئلة البلاغية، والعناوين المجازية، والشهادات المباشرة. ولا تُدرس هذه الوسائل بوصفها أشكالاً لغوية منعزلة، بل بحسب وظيفتها في بناء المصداقية أو التأثير العاطفي أو تقديم الحجة.

رابعاً: البناء السردي لقصة النجاح

تقوم قصة النجاح غالباً على أربعة عناصر: الوضع الأولي، والمشكلة، والتدخل، والنتيجة. يبدأ النص بتقديم المستفيد وظروفه، ثم يعرض التحدي الذي يواجهه، وبعد ذلك يقدم تدخل المنظمة بوصفه نقطة تحول، وينتهي بصورة النجاح أو الأمل في المستقبل. يسمح هذا البناء بإجراء مقارنة بين «قبل المشروع» و«بعده»، ويمنح التدخل المؤسسي موقعاً مركزياً في حدوث التحول.

وبناءً على ذلك، ستُحلل كل قصة وفق خمسة محاور: الاستمالة الإقناعية، والأسلوب البلاغي، والمرحلة السردية، وصورة المستفيد والمنظمة، والوظيفة التواصلية. ويتيح هذا النموذج تحديد كيفية تفاعل المصداقية والعاطفة والمنطق مع الصور البلاغية وبنية القصة لإنتاج خطاب تنموي مقنع. ولا تهدف الدراسة إلى قياس النجاح الفعلي للمشروعات، بل إلى تفسير الطريقة التي يُبنى بها النجاح لغوياً وبلاغياً داخل النصوص المنشورة.

منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مستفيدةً من التحليل البلاغي الكيفي، للكشف عن الاستراتيجيات البلاغية والإقناعية المستخدمة في قصص النجاح التنموية التي تنشرها المنظمات العاملة في اليمن. ويُعد هذا المنهج مناسباً لطبيعة الدراسة؛ لأنه يسمح بوصف الظواهر اللغوية والبلاغية داخل النصوص، ثم تفسير وظائفها الإقناعية في بناء صورة المستفيد والمنظمة والمشروع التنموي. ولا تهدف الدراسة إلى قياس الأثر الفعلي للمشروعات أو التحقق ميدانياً من نجاحها، وإنما إلى تحليل الكيفية التي يُبنى بها مفهوم النجاح لغوياً وبلاغياً في النصوص المنشورة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من قصص النجاح التنموية المنشورة باللغة العربية على المواقع الرسمية للمنظمات المحلية والدولية العاملة في اليمن. ونظراً إلى كثرة هذه المنظمات وتنوع مجالاتها، تقتصر الدراسة على قصص النجاح المنشورة لدى منظمتين هما :برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في اليمن ووكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر .وقد اختيرت هاتان المنظمتان لأنهما تنشران قصصاً عربية متاحة للجمهور تتناول موضوعات متقاربة، مثل التمكين الاقتصادي، وريادة الأعمال، ودعم المشروعات الصغيرة، وتحسين سبل العيش.

تتكون العينة من عشر قصص نجاح، بواقع خمس قصص من كل منظمة، منشورة خلال المدة من يناير 2023 إلى ديسمبر 2025. وتُعد هذه العينة مناسبة لبحث لا يتجاوز 7000 كلمة؛ إذ تتيح إجراء تحليل كيفي متعمق لكل نص دون توسيع مادة البحث بصورة تؤدي إلى تحليل سطحي. كما يسمح التوازن العددي بين المنظمتين بعقد مقارنات وصفية محدودة عند الحاجة، دون تحويل الدراسة إلى بحث مقارن كامل.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

طريقة اختيار العينة:

تستخدم الدراسة العينة القصدية؛ لأن القصص لا تُختار عشوائياً، وإنما وفق معايير تخدم أهداف البحث. ويتم اختيار النصوص بناءً على المعايير الآتية:

1. أن تكون القصة منشورة على الموقع الرسمي لإحدى المنظمتين.
2. أن تكون مكتوبة باللغة العربية وليست مادة مصورة فقط.
3. أن تتناول مشروعاً تنموياً نُفذ داخل اليمن.
4. أن تركز على التمكين الاقتصادي أو ريادة الأعمال أو سبل العيش.
5. أن تعرض تجربة مستفيد محدد أو أسرة أو مجتمع محلي.
6. أن تتضمن تحولاً واضحاً من مشكلة أو تحدٍّ إلى نتيجة إيجابية.
7. أن تحتوي على مادة لغوية كافية لتحليل الاستمالات والأساليب البلاغية.

وتُستبعد البيانات الصحفية والتقارير الفنية والإعلانات والفيديوهات والنصوص التي تقتصر على سرد معلومات موجزة دون بناء قصصي واضح. كما تُستبعد الصور والتعليقات المصاحبة، باستثناء عناوين الصور إذا كانت جزءاً أصيلاً من القصة وتؤدي وظيفة إقناعية ظاهرة.

جمع البيانات وإعدادها:

تُجمع القصص من المواقع الرسمية للمنظمتين، ويُسجل لكل قصة عنوانها، واسم المنظمة، وتاريخ النشر، والرابط الإلكتروني، والمجال التنموي، واسم المستفيد أو الفئة المستفيدة. وتُحفظ نسخة نصية من كل قصة لضمان ثبات المادة محل التحليل، مع توثيق تاريخ الوصول إليها. وبعد ذلك، تُقرأ النصوص قراءة أولية لتحديد بنائها العام، ثم قراءة تحليلية متعمقة لاستخراج المقاطع التي تتضمن استراتيجيات بلاغية أو إقناعية.

وحدة التحليل وفئاته:

تتمثل وحدة التحليل الأساسية في الجملة أو العبارة التي تحتوي على مؤشر بلاغي أو إقناعي، مع الرجوع إلى الفقرة أو القصة كاملةً لفهم السياق. ويشمل التحليل: العنوان والمقدمة والشهادات المباشرة والخاتمة؛ لأنها أجزاء أساسية في بناء رسالة النجاح.

تستند فئات التحليل إلى استمالات أرسطو الثلاث:

- **المصداقية :** مثل ذكر خبرة المنظمة، والشراكات، والجهات المانحة، والإنجازات وشهادات المستفيدين.
- **العاطفة :** مثل وصف المعاناة والأمل والخوف والصمود والطموح والفرح.
- **المنطق :** مثل الأرقام والإحصاءات والنتائج والعلاقات السببية والمقارنة بين الوضع السابق واللاحق.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

كما تحلل الدراسة الأساليب البلاغية المتمثلة في الاستعارة، والتشبيه، والتكرار، والتضاد، والمقابلة، واللغة التقويمية، وألفاظ المشاركة. ويُحدد لكل مثال نوع الاستراتيجية، والأداة البلاغية المستخدمة، والمرحلة السردية التي ورد فيها، ووظيفته الإقناعية.

خطوات التحليل:

يُجرى التحليل عبر خمس مراحل. تبدأ المرحلة الأولى بالقراءة الشاملة لكل قصة وتحديد بنيتها السردية: الوضع الأولي، والمشكلة، والتدخل، والنتيجة. وفي المرحلة الثانية تُستخرج العبارات البلاغية والإقناعية. ثم تُصنَّف في المرحلة الثالثة وفق المصداقية والعاطفة والمنطق. وفي المرحلة الرابعة تُفسر وظيفة كل استراتيجية في تمثيل المستفيد وبناء صورة المنظمة وإبراز أثر المشروع. أما المرحلة الخامسة فتتضمن مقارنة الأنماط المتكررة في قصص المنظمتين.

وتظل الدراسة كيفية في الأساس، مع استخدام التكرارات والنسب المئوية بصورة وصفية مساندة لإظهار أكثر الاستراتيجيات والأساليب حضوراً. ولا تُعامل هذه الأرقام بوصفها نتائج إحصائية قابلة للتعميم.

الموثوقية والاعتبارات الأخلاقية:

لزيادة موثوقية التحليل، تُحدد فئات الترميز وتعريفاتها قبل بدء التحليل النهائي، ثم يُعاد ترميز جزء من العينة بعد مدة زمنية ومقارنة النتائج للتأكد من ثبات التصنيف. كما تُعرض أمثلة نصية واضحة لدعم كل تفسير وتجنب الأحكام الانطباعية. وتعتمد الدراسة على مواد منشورة ومتاحة للجمهور، مع توثيق مصادرها وعدم تغيير ألفاظها أو إخراجها من سياقها. وتقتصر النتائج على العينة المختارة، ولذلك لا يمكن تعميمها على جميع المنظمات أو جميع أشكال الخطاب التنموي في اليمن.

التحليل والنتائج:

اعتمد التحليل على عشر مواد تنموية واردة في العينة، منها ثماني مواد منشورة في موقع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في اليمن، ومادتان في موقع اليونيسف. وتناولت النصوص موضوعات التمكين الاقتصادي للمرأة، وريادة الأعمال، وسبل العيش، والمياه، والصحة، والتغذية، والبنية التحتية، وبناء السلام. وجرت قراءة النصوص وفق استمالات أرسطو الثلاث: المصداقية، والعاطفة، والمنطق، إلى جانب رصد أبرز الوسائل البلاغية، مثل الاستعارة والتضاد والتكرار واللغة التقويمية، وتحليل البنية السردية التي تنتقل من المشكلة إلى التدخل ثم النتيجة.

1. التوزيع العام للاستراتيجيات الإقناعية:

أظهر التحليل حضور الاستمالات الثلاث في معظم مواد العينة، إلا أن قوة حضورها ووظيفتها اختلفتا من نص إلى آخر.

الاستراتيجية	عدد النصوص التي ظهرت فيها	النسبة
الاستمالة العاطفية	10	100%
الاستمالة المنطقية	9	90%
استمالة المصداقية	10	100%

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

لا تعني هذه النتائج أن الاستمالة العاطفية والمصداقية متساويتان في كثافة الاستخدام، بل إنهما ظهرتا، بدرجات متفاوتة، في جميع النصوص. وقد كانت العاطفة أكثر بروزاً في قصص الأفراد، مثل قصص زهور وأسمهان وزرعة وفرح، في حين ازداد حضور المنطق في النصوص المتعلقة بالمياه والبنية التحتية والزراعة والتغذية. أما المصداقية فظهرت بصورة منتظمة في نهايات القصص أو مقدماتها من خلال ذكر المنظمات المنفذة والشركاء والمانحين.

2. استمالة المصداقية:

اعتمدت المنظمات على عدد من الوسائل لبناء مصداقيتها وإقناع القارئ بفاعلية تدخلاتها. وتمثلت الوسيلة الأولى في ذكر أسماء المؤسسات الشريكة والجهات المانحة. ففي قصة «بناء سبل تحقيق الرخاء»، يوضح النص أن مشروع رصف طريق الغربي نُفذ بواسطة برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بالتعاون مع منظمة ملتقى صناع الحياة، وبدعم من الاتحاد الأوروبي وحكومة السويد. ويسهم هذا التحديد المؤسسي في تقديم المشروع على أنه نتاج شراكة منظمة، لا نشاط عابر أو مبادرة فردية.

وتتكرر هذه الاستراتيجية في قصص «الصمود الريفي 3»، حيث تُذكر الوكالات الأربع المشاركة: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ومنظمة الأغذية والزراعة، ومنظمة العمل الدولية، وبرنامج الأغذية العالمي. ولا يؤدي ذكر هذه الأسماء وظيفة توثيقية فقط، بل يبني سلطة مؤسسية للخطاب؛ إذ يمنح القصة دعماً مستمداً من سمعة المؤسسات وخبرتها. ويقترن ذلك غالباً بذكر الشركاء المحليين، مثل الصندوق الاجتماعي للتنمية ووكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر، بما يوحي بأن التدخل يجمع بين الخبرة الدولية والمعرفة المحلية.

أما الوسيلة الثانية فتتمثل في استخدام شهادات المستفيدين. فبدلاً من أن تعلن المنظمة وحدها نجاح المشروع، يُنقل التقييم على لسان المستفيد. تقول عبير: «لا تتوقف أبداً عن السعي وراء أحلامك»، وتقول دنيا إنها أصبحت تملك دخلاً مستقراً يمكنها من تلبية احتياجات أسرتها، بينما تؤكد أسمهان أن التدريب غيّر مسار حياتها المهني. تعمل هذه الأقوال بوصفها شهادات خبرة شخصية؛ إذ يبدو المستفيد شاهداً مباشراً على أثر المشروع، مما يزيد من قابلية الرسالة للتصديق.

كما تُبنى المصداقية من خلال تقديم تفاصيل محددة عن التدخل، مثل مدة التدريب، ونوع المعدات، ومكان التنفيذ وطبيعة المهارات المكتسبة. ففي قصة أسمهان، يذكر النص أنها تلقت تدريباً مكثفاً لمدة ثلاثة أشهر، وحصلت على الأدوات اللازمة لتأسيس مشروعها. وفي قصة ريم، يحدد النص الأدوات التي حصلت عليها مجموعة إنتاج الألبان، ومنها مخضات الحليب ومقاييس الحرارة. تساعد هذه التفاصيل على جعل القصة أكثر واقعية، وتمنع خطاب النجاح من الظهور في صورة ادعاءات عامة.

وفي قصتي اليونيسف، تُدعّم المصداقية بصوت المختصين. ففي قصة فرح، تُدرج شهادة مديرة قسم التغذية التي تصف حالة الطفلة قبل العلاج وبعده. وهنا لا تعتمد القصة على مشاعر الأم وحدها، بل تضيف إليها رأياً مهنياً يتعلق بوزن الطفلة وحالتها الصحية. وفي قصة «نعمة المياه»، يقدم رئيس المكتب الميداني لليونيسف تفسيراً لأهمية المنظومة المائية وأثرها في المجتمع. وبذلك تجمع القصتان بين الشهادة الإنسانية والصوت المؤسسي المتخصص.

تكشف هذه النتائج أن المصداقية في قصص النجاح تُبنى من خلال ثلاثة أصوات: صوت المنظمة، وصوت الشريك أو الخبير، وصوت المستفيد. ويُنتج تفاعل هذه الأصوات رسالة تبدو موثقة من جهة، وإنسانية من جهة أخرى. غير أن اختيار الشهادات وترتيبها يظلان خاضعين للتحرير المؤسسي؛ ولذلك لا يمكن اعتبارها أصواتاً مستقلة تماماً عن أهداف المنظمة.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

3. الاستمالة العاطفية:

مثلت الاستمالة العاطفية العنصر الأكثر وضوحاً في القصص التي ركزت على تجارب الأفراد. وقد اعتمدت على عرض المعاناة في بداية القصة، ثم الانتقال إلى الأمل والتمكين في نهايتها. ففي قصة زهور، يبدأ السرد بوصف صعوبة إعالة أسرة مكونة من أحد عشر فرداً ومرض أحد أطفالها واضطرار الأسرة إلى الاقتراض. وبعد ذلك ينتقل النص إلى التدريب ومشروع تربية النحل والاستقلال المالي. ويجعل هذا الانتقال نجاح المشروع أكثر تأثيراً، لأن القارئ يقارن النتيجة بحجم المعاناة السابقة.

وتبلغ الاستمالة العاطفية درجة قوية في قصة زرعة؛ إذ يعرض النص حياة أم في الخامسة والستين تعيل أبناءها وتقطع مسافات طويلة تحت أشعة الشمس بحثاً عن المراعي. كما يشير إلى مرض ابنها وعدم قدرتها على تحمل تكاليف علاجه. تتجاوز هذه التفاصيل التعريف بالمشكلة الاقتصادية إلى بناء مشهد إنساني يستثير التعاطف. وبعد التدخل، تتغير الصورة: أصبحت زرعة تملك ماشيتها بدلاً من رعاية ماشية الآخرين. ويتحول امتلاك الماشية إلى رمز للاستقلال واستعادة السيطرة على الحياة.

وفي قصة أسمهان، تُبنى العاطفة حول مواجهة القيود الاجتماعية. ينقل النص سخرية بعض أفراد المجتمع من اختيارها العمل في صيانة الأجهزة المنزلية، ثم يعرض إصرارها على النجاح. ويؤدي الاقتباس: «بعضهم ضحك، وآخرون قالوا إنني لن أنجح» وظيفة مزدوجة؛ فهو يبرز التحدي الاجتماعي ويهيئ القارئ للاحتفاء بالنجاح اللاحق. وبذلك تتحول القصة من مجرد وصف لمشروع صغير إلى سردية عن كسر الصور النمطية المتعلقة بعمل المرأة.

أما قصة فرح التي نشرتها اليونيسف، فتعتمد على علاقة الأم بطفلتها المصابة بسوء التغذية. تذكر الأم أن فرح طفلتها الوحيدة بعد ثلاث حالات إجهاض، وهو تفصيل ذو قوة عاطفية كبيرة؛ لأنه يرفع قيمة التعافي من مستوى العلاج الطبي إلى مستوى الحفاظ على أمل الأسرة. كما يستخدم النص وصف سوء التغذية بأنه «القاتل الصامت»، وهي استعارة تشخص المرض وتقدمه خطراً خفياً يهدد الأطفال. وينتقل السرد بعد ذلك إلى التعافي والأمل والصمود، مما يصنع مساراً عاطفياً يبدأ بالخوف وينتهي بالطمأنينة.

وتظهر العاطفة كذلك في نص طريق الغربي من خلال قصة صالح الذي فقد زوجته أثناء الولادة بسبب تأخر الوصول إلى المرفق الصحي. فقوله: «لو كان الطريق معبداً، لما خسرت زوجتي» يربط مشكلة البنية التحتية بخسارة إنسانية مباشرة. وبهذه الطريقة، لا يُقدَّم الطريق باعتباره إسمنتاً وحجارة، بل ضرورة مرتبطة بالحياة والصحة والكرامة. ويعزز النص هذا المعنى بقول المعلمة فاطمة: "هذا الطريق أكثر من مجرد إسمنت؛ إنه المسار الذي حلمنا به ".

تشير هذه الأمثلة إلى أن القصص لا تقدم المستفيدين باعتبارهم متلقين سلبيين للمساعدة فقط، بل تصفهم غالباً بالصمود والمثابرة والشجاعة. ومع ذلك، تبدأ معظم النصوص بإبراز الضعف والمعاناة، مما يجعل تدخل المنظمة نقطة التحول الرئيسة. وهنا تؤدي العاطفة وظيفة مؤسسية أيضاً؛ لأنها تجعل أثر المشروع أكثر وضوحاً وتمنح التدخل قيمة أخلاقية وإنسانية.

4. الاستمالة المنطقية:

اعتمدت الاستمالة المنطقية على الأرقام والحقائق والتفاصيل القابلة للقياس والعلاقات السببية. وقد كانت أكثر حضوراً في النصوص التي تناولت المشروعات الجماعية أو الصحية أو المتعلقة بالبنية التحتية.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

في قصة دنيا، يقدم النص تقديرات عن أعداد الأطفال والنساء الذين يعانون سوء التغذية، ثم يشرح العلاقة بين الفقر وسوء التغذية وترك الدراسة وضعف النمو الجسدي والعقلي. ويقوم البناء المنطقي على سلسلة سببية: ضعف دخل الأسرة يؤدي إلى نقص الغذاء والرعاية، ثم يؤثر سوء التغذية في صحة الأطفال وتعليمهم، وهو ما يهدد رأس المال البشري والتنمية الاقتصادية. بعد ذلك يقدم النص التدخل المتكامل الذي يجمع بين التحويلات النقدية والتثقيف الصحي والادخار والتمويل الريفي والمحافظ الإلكترونية. وهكذا يظهر المشروع بوصفه استجابة متعددة الأبعاد لمشكلة متعددة الأسباب.

وفي قصة «عبق الفل العربي»، يكثر استخدام الأرقام لإثبات القيمة الاقتصادية للنشاط؛ إذ يذكر النص مدة الموسم، ومتوسط كمية الإنتاج اليومية، وأسعار الكيلوغرام، وعدد العمال الذين يحتاج إليهم كل هكتار، والمساحة المزروعة. تحول هذه البيانات الفل من رمز ثقافي إلى قطاع اقتصادي يمكن قياس أثره. كما يشرح النص العلاقة السببية بين توفير معدات التقطير وتقليل الهدر وخلق مصدر جديد للدخل.

وتتجلى الاستمالة المنطقية بوضوح في قصة طريق الغربي. يذكر النص تعبيد أربعة آلاف متر من الطريق، ومشاركة أربعين امرأة، وخسارة صانع الفخار نحو 30% من منتجاته سابقاً بسبب الطريق الوعر. ثم يقارن ذلك بالوضع بعد الرصف، عندما أصبحت المنتجات تصل إلى السوق دون تلف. تقدم هذه المقارنة دليلاً ملموساً على الأثر الاقتصادي للمشروع؛ فلا يكتفي النص بالقول إن الطريق حسّن حياة السكان، بل يبين آلية التحسن.

وفي قصة «النساء يقدن إدارة المياه»، توظف الأرقام المتعلقة بطول قناة الري وعدد ساعات العمل وحجم الأراضي لتوضيح أثر البنية التحتية. ويعتمد الإقناع على بيان العلاقة بين نظام الري التقليدي و«فقر الوقت» الذي تعانيه النساء، ثم إظهار أن القناة المنظمة تقلل العمل اليدوي وتتيح لهن رعاية الأطفال وتحسين الإنتاج الزراعي. وبهذا يربط النص بين مشروع هندسي ونتائج اجتماعية وتعليمية واقتصادية.

أما قصة فرح، فتستخدم مؤشرات طبية، مثل محيط منتصف أعلى الذراع وتناسب الوزن مع الطول، لإثبات تحسن الحالة الصحية. وتقدم قصة «نعمة المياه» رقماً يتعلق بأكثر من عشرة آلاف مستفيد، إضافة إلى تواريخ تدمير المنظومة وإعادة بنائها. تساعد هذه التفاصيل على بناء تسلسل زمني منطقي يبين المشكلة والاستجابة والنتيجة.

تكشف النتائج أن الأرقام لا تُعرض بصورة منفصلة، بل توضع داخل قصة إنسانية. وهذا الدمج بين المنطق والعاطفة يجعل الرسالة أكثر تأثيراً: تمنح الأرقام القصة المصداقية، بينما تمنح الشخصية الإنسانية الأرقام معنى قريباً من القارئ.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

5. الأساليب البلاغية:

أظهر التحليل تنوعاً في الوسائل البلاغية المستخدمة، كما يوضح الجدول الآتي:

الأسلوب أو المؤشر	عدد النصوص	أبرز وظائفه
اللغة التقويمية والعاطفية	10	تقديم التدخل والنتيجة بصورة إيجابية
شهادات المستفيدين	9	تعزيز المصداقية والتأثير الإنساني
التضاد والمقارنة	9	إبراز الفرق بين ما قبل المشروع وما بعده
الاستعارة	8	تجسيد أثر المشروع وتقريب المعنى
التكرار الدلالي	10	تأكيد مفاهيم الأمل والصمود والتمكين
الأرقام والحقائق	9	إثبات حجم المشكلة وأثر التدخل
عناوين التحول	8	توجيه قراءة القصة منذ البداية

كانت الاستعارة من أبرز الوسائل، ولا سيما استعارات الطريق والحياة والإنقاذ والنمو. فقد وُصف المشروع بأنه «حبل النجاة»، والطاحونة ومنظومة المياه بأنهما «شريان حياة»، والمركز الصحي بأنه «منارة أمل». وتحول هذه التعبيرات المشروعات من أدوات أو خدمات مادية إلى مصادر للحياة والأمان. كما تستخدم قصة دنيا استعارة «كسر حلقة سوء التغذية»، فتقدم الفقر وسوء التغذية في صورة دائرة مغلقة لا يمكن الخروج منها إلا بتدخل متكامل.

وتتميز قصة الفل العربي بكثافة الصور الاستعارية. فالفل «يحمل ذكريات اليمن وتاريخها»، ومستقبله «يستعد ليزهر»، وهو «يملأ الأجواء بالأمل». تربط هذه الصور بين النمو الطبيعي للنبات والنمو الاقتصادي والاجتماعي. وبذلك يصبح ازدهار الفل رمزاً لازدهار المجتمع، وتتداخل الهوية الثقافية مع التنمية الاقتصادية.

أما التضاد، فقد ظهر من خلال المقارنة بين الماضي والحاضر: من هاتف بسيط إلى تصوير احترافي، ومن الأرباح الضئيلة إلى مشروع ناجح، ومن الإغاثة إلى الاعتماد على الذات، ومن الخوف إلى الثقة، ومن الطريق الوعر إلى طريق يفتح الفرص. وتظهر هذه الثنائية أحياناً في العناوين نفسها، مما يوجه القارئ إلى تفسير النص باعتباره قصة تحول. ويؤدي التضاد وظيفة مركزية؛ لأنه يجعل نجاح المشروع قابلاً للملاحظة من خلال الفرق بين مرحلتين.

كما تكرر استخدام ألفاظ «الأمل»، و«الصمود»، و«التمكين»، و«الاستدامة»، و«المستقبل»، و«النجاح». ولا يعد هذا التكرار مجرد إعادة لغوية، بل يؤسس معجماً تنموياً مشتركاً يقدم المستفيدين بوصفهم قادرين على تجاوز الأزمات، ويقدم المشروعات بوصفها استثمارات طويلة الأجل، لا مساعدات مؤقتة.

6 .البناء السردي وتمثيل المستفيدين:

كشفت القراءة أن معظم القصص اتبعت بنية رباعية تتكون من: الوضع الأولي، والمشكلة، والتدخل، والنتيجة. ففي البداية تُعرّف القصة بالشخصية ومكانها وظروفها، ثم تصف التحدي، وبعد ذلك تدخل المنظمة أو البرنامج بوصفه عامل التحول، وتنتهي بإظهار النجاح أو التطلع إلى المستقبل.

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

المرحلة	مضمونها الغالب
الوضع الأولي	التعريف بالمستفيد والأسرة والمكان
المشكلة	الفقر، البطالة، المرض، نقص المياه أو القيود الاجتماعية
التدخل	التدريب، المنحة، المعدات، العلاج أو البنية التحتية
النتيجة	تحسن الدخل أو الصحة، والاستقلال، والأمل والتوسع

لا تنتهي القصص عادة عند تحقق النتيجة الحالية، بل تمتد نحو مستقبل متوقع. فعبير تريد مواصلة مسيرتها المهنية، وزهور ترغب في تعليم أطفالها، وعدنان يسعى إلى توسيع مشروعه، ودنيا تخطط للادخار، وأسمهان تسعى إلى إثبات قدرة النساء. هذا التوجه المستقبلي يوسع معنى النجاح من إنجاز فردي مكتمل إلى مسار تنموي مستمر.

وقد ظهر المستفيد في صورتين متداخلتين. الصورة الأولى هي الإنسان المتضرر الذي يواجه ظروفاً تتجاوز قدرته، مثل الفقر أو المرض أو الحرب. أما الصورة الثانية فهي الإنسان الفاعل الذي يستفيد من التدريب أو التمويل ويوظفه لإحداث تغيير. وتحرص النصوص على الانتقال من الصورة الأولى إلى الثانية، إلا أن المنظمة تحتفظ غالباً بموقع «المُمكّن» الذي وفر نقطة التحول.

7. خلاصة النتائج:

أظهرت الدراسة أن قصص النجاح التنموية تعتمد على تكامل المصداقية والعاطفة والمنطق. فقد بُنيت المصداقية من خلال ذكر الشركاء والمانحين والخبراء وشهادات المستفيدين، واستُخدمت العاطفة عبر عرض المعاناة والأمل والصمود، بينما ظهر المنطق في الأرقام والمقارنات والعلاقات السببية. كما كانت الاستعارة والتضاد والتكرار واللغة التقويمية من أهم الأدوات البلاغية.

وتبين أن البناء الأكثر شيوعاً هو الانتقال من الأزمة إلى التدخل ثم التحول والنجاح. ويمنح هذا البناء المنظمة دوراً مركزياً، لكنه لا يلغي فاعلية المستفيد، الذي يُقدَّم غالباً بوصفه شخصاً مثابراً استثمر الدعم لتحقيق الاستقلال. وعليه، لا تعمل قصص النجاح بوصفها تقارير محايدة عن نتائج المشروعات، بل بوصفها خطابات مؤسسية تسعى إلى إثبات الأثر، وبناء الثقة، واستثارة التعاطف، وتعزيز استمرار الدعم للعمل التنموي في اليمن.

مناقشة النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة أن قصص النجاح التنموية للمنظمات العاملة في اليمن لا تؤدي وظيفة إخبارية محايدة، بل تشكل خطاباً مؤسسياً منظماً يهدف إلى إقناع الجمهور بأهمية التدخلات وفاعليتها. فقد اعتمدت النصوص على الجمع بين المصداقية والعاطفة والمنطق، مع توظيف الاستعارة والتضاد والتكرار والشهادات المباشرة والألفاظ التقويمية. ويؤكد ذلك أن بلاغة الخطاب التنموي لا تقوم على وسيلة منفردة، بل على تفاعل الأدلة المؤسسية والوقائع القابلة للقياس مع التجربة الإنسانية للمستفيد.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة: Hariyadi et al. (2025)، التي ترى أن البلاغة العربية يمكن أن تتجاوز وظيفتها الجمالية التقليدية لتؤدي أدواراً حضارية واجتماعية مرتبطة بأهداف التنمية المستدامة. وقد قدمت الدراسة الحالية تطبيقاً عملياً لهذا التصور؛ إذ بينت أن الاستعارة والتضاد واللغة العاطفية تُستخدم لتقريب المشكلات التنموية إلى القارئ وتقديم المشروعات باعتبارها وسائل لإحداث التغيير. ومع ذلك، تختلف الدراسة الحالية عن دراسة Hariyadi et al. في انتقالها من الطرح النظري العام إلى تحليل نصوص مؤسسية مرتبطة بالسياق اليمني.(Hariyadi et al., 2025)

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

كما تدعم النتائج ما ذهبت إليه عمارش (2025) من أن الإقناع يجمع بين البعدين العقلاني والنفسي؛ إذ لم تعتمد القصص على الأرقام وحدها، كما لم تكتفِ بإثارة العواطف. ففي قصة طريق الغربي، مثلاً، اقترنت الخسارة الإنسانية الناتجة عن صعوبة الوصول إلى المرافق الصحية بأرقام تتعلق بطول الطريق ونسبة تلف المنتجات قبل رصفه. وفي قصة فرح، جُمعت معاناة الأم مع مؤشرات صحية تثبت تحسن حالة الطفلة. ويبين ذلك أن قوة قصة النجاح تنشأ من دمج الدليل القابل للقياس مع الشخصية الإنسانية التي تمنح هذا الدليل معنى عاطفيا (عمارش، 2025).

وأظهر التحليل أن المصداقية تُبنى من خلال تعدد الأصوات داخل القصة؛ إذ يظهر صوت المنظمة إلى جانب أصوات الشركاء والمانحين والخبراء والمستفيدين. ويمكن تفسير ذلك في ضوء مفهوم ؛ فالمنظمة لا تكتفي بإعلان نجاحها، وإنما تستعين بشهادة المستفيد أو المختص لتقوية ادعائها. غير أن هذه الأصوات تُختار وتُرتب داخل نص تنتجه المؤسسة نفسها، ولذلك ينبغي التعامل معها بوصفها جزءاً من استراتيجية الاتصال المؤسسي، لا أدلة مستقلة تماماً على نجاح المشروع. ولا يقلل ذلك من قيمتها، لكنه يوضح أن هدف الدراسة هو تحليل تمثيل النجاح، وليس التحقق ميدانياً من أثر التدخلات.

كذلك أظهرت النتائج أن الاستمالة العاطفية كانت أكثر وضوحاً في القصص الفردية، خصوصاً تلك التي تناولت النساء والأطفال. فقد بدأت هذه القصص عادة بوصف المرض أو الفقر أو البطالة أو القيود الاجتماعية، ثم انتقلت إلى الأمل والتمكين. وسمح هذا البناء بإنشاء تضاد بين مرحلتي «قبل المشروع» و«بعده». وتؤدي هذه الثنائية وظيفة إقناعية قوية، لكنها قد تختزل الواقع التنموي المعقد في مسار خطي يبدأ بالمعاناة وينتهي بالنجاح. فقد تستمر بعض المشكلات بعد التدخل، وقد لا تكون النتائج واحدة لدى جميع المستفيدين. ومع ذلك، تميل قصص النجاح بحكم طبيعتها المؤسسية إلى اختيار الحالات الإيجابية وإبراز التحول المنجز.

وتنسجم مركزية اللغة في النتائج مع الدراسات التي ربطت العربية بالتنمية المستدامة، مثل دراسة طيبي وآخرين (2022) ودراسة الجنابي وخليل (2025). غير أن الدراسة الحالية توضح أن أهمية اللغة لا تقتصر على استخدامها في نشر المعرفة أو تسهيل وصول الرسالة إلى الجمهور؛ بل تشمل الطريقة التي تنتقي بها المنظمة الألفاظ والصور لتشكيل فهم معين للتنمية. فتكرار كلمات مثل «الصمود» و«التمكين» و«الاستدامة» و«الأمل» يكوّن معجماً مؤسسياً يقدم التنمية باعتبارها انتقالاً من الاعتماد إلى الاستقلال ومن الهشاشة إلى القدرة على الفعل.

وتتقاطع النتائج أيضاً مع دراسة السقاف وحميد (2023) بشأن دور الحملات الإعلامية للمنظمات المحلية في دعم الوعي بالتنمية المستدامة في اليمن. فقصص النجاح يمكن عدّها جزءاً من الاتصال التنموي الذي يعرّف الجمهور بالمشروعات ويشجع المشاركة والدعم. إلا أن الدراسة الحالية تكشف المستوى اللغوي الدقيق الذي لم يكن محوراً مركزياً في تلك الدراسة، وتبين كيف تؤدي الشهادات والاستعارات والأرقام والعناوين دوراً في تحقيق أهداف الاتصال التنموي.

ومن منظور نقدي، تتصل النتائج بدراسة عيسى (2025)، التي ناقشت اتساع دور المنظمات الدولية في اليمن والأسئلة المرتبطة بالفاعلية والتبعية والخصوصية المحلية. فقد أظهر التحليل أن القصص تمنح المنظمة والشركاء موقعاً مركزياً بوصفهم صانعي التحول، بينما يظهر المستفيد في البداية محتاجاً إلى الدعم. إلا أن الخطاب لا يصوره دائماً ضحية سلبية؛ ففي معظم القصص ينتقل المستفيد إلى موقع الفاعل الذي يتعلم ويعمل ويؤسس مشروعاً ويخدم مجتمعه. وهذا التوازن بين «المساعدة» و«الفاعلية المحلية» مهم؛ لأنه يحد من تصوير المجتمع بوصفه متلقياً دائماً للإغاثة، ويعزز مفهوم التمكين (عيسى، 2025).

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

وبوجه عام، تجيب النتائج عن أسئلة الدراسة الثلاثة. فقد تمثلت أبرز الاستراتيجيات في استمالات المصداقية والعاطفة والمنطق، مدعومة بالاستعارة والتضاد والتكرار واللغة التقويمية. واستُخدمت المصداقية لبناء الثقة، والعاطفة لإثارة التعاطف والأمل، والمنطق لإثبات أثر التدخل. أما وظائفها فتمثلت في تقديم المستفيد بوصفه شخصية قادرة على التحول، وإبراز المشروع نقطةً فاصلة في هذا التحول، وبناء صورة المنظمة باعتبارها جهة موثوقة ومؤثرة. وبذلك تؤكد الدراسة أن قصة النجاح التنموية خطاب إقناعي يجمع بين السرد الإنساني والترويج المؤسسي والتوعية التنموية.

الخاتمة والتوصيات:

سعت هذه الدراسة إلى تحليل الاستراتيجيات البلاغية والإقناعية في نماذج مختارة من قصص النجاح التنموية التي نشرتها منظمات عاملة في اليمن. واعتمد التحليل على استمالات أرسطو الثلاث: المصداقية، والعاطفة، والمنطق، إلى جانب عدد من الوسائل البلاغية، مثل الاستعارة والتضاد والتكرار واللغة التقويمية والشهادات المباشرة. وأظهرت النتائج أن هذه القصص لا تقتصر على توثيق نتائج المشروعات، بل تعمل بوصفها خطابات مؤسسية تهدف إلى بناء الثقة وإبراز أثر التدخلات واستثارة اهتمام الجمهور والجهات الداعمة.

بينت الدراسة أن استمالة المصداقية تحققت من خلال ذكر الشركاء والمانحين والخبراء وشهادات المستفيدين، بينما اعتمدت الاستمالة العاطفية على عرض المعاناة والأمل والصمود والتحول. أما الاستمالة المنطقية فظهرت في الأرقام والإحصاءات والمقارنات والعلاقات السببية بين التدخل والنتيجة. كما كشفت الدراسة أن معظم القصص اتبعت بناءً سردياً ينتقل من الوضع الصعب إلى التدخل، ثم إلى النجاح والتطلع إلى المستقبل. وأسهمت هذه البنية في تقديم المستفيد بوصفه فرداً فاعلاً استطاع استثمار الدعم، مع منح المنظمة موقعاً مركزياً بوصفها الجهة التي أتاحت التحول.

وتوصي الدراسة بما يأتي:

1. أن تراعي المنظمات التوازن بين إبراز دورها وإظهار فاعلية المستفيدين والمجتمعات المحلية.
2. تجنب المبالغة العاطفية التي قد تختزل المستفيدين في صور الضعف والمعاناة.
3. دعم قصص النجاح ببيانات دقيقة ومؤشرات قابلة للتحقق، مع توضيح مصادر الأرقام.
4. تقديم نتائج المشروعات وتحدياتها بصورة متوازنة بدلاً من التركيز على الجوانب الإيجابية وحدها.
5. إتاحة مساحة أوسع لأصوات المستفيدين كي يعبروا عن تجاربهم وتصوراتهم بلغتهم الخاصة.
6. إجراء دراسات لاحقة تقارن بين قصص المنظمات المحلية والدولية، أو بين النسختين العربية والإنجليزية.
7. توسيع الأبحاث المستقبلية لتشمل الصور ومقاطع الفيديو والتقارير السنوية، ودراسة أثر هذه القصص فعلياً في مواقف الجمهور والمانحين.

وتخلص الدراسة إلى أن البلاغة تؤدي دوراً جوهرياً في الاتصال التنموي، إذ تحول المعلومات والإنجازات إلى سرديات إنسانية مقنعة. غير أن فاعلية هذه السرديات أخلاقياً واتصالياً تعتمد على قدرتها على الجمع بين التأثير العاطفي والدقة والشفافية واحترام كرامة المستفيدين.

© المؤلفون. مرخّص بموجب Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 (CC BY-NC 4.0) — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

المراجع والمصادر:

أولاً: المراجع العلمية

- أرسطو .(2007) *الخطابة*. (ترجمة عبد الرحمن بدوي). وكالة المطبوعات.
- الجنابي، سميرة خطاف عبد الكريم، وخليل، خديجة إسماعيل. (2025). اللغة العربية الفصحى والتنمية المستدامة: قراءة في الحضور والتأثير *Genç Müteфekkirler Dergisi*، *(1)*، 304 .319–https://dergipark.org.tr/en/pub/gemder/article/1813341
- السقاف، محمد عبد الولي، وحميد، صالح محمد. (2023). دور الحملات الإعلامية لدى المنظمات المحلية وانعكاسها على تحقيق التنمية المستدامة في اليمن. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، *7*(3)، 85.100–
- ابن سليمان،(2014). سميرة. (د.ت.) *الصورة البلاغية ودورها في تنمية التعبير الكتابي: دراسة ميدانية للسنة الأولى ثانوي*]أطروحة دكتوراه غير منشورة.جامعة أسدي مرباح ورقلة.
- حسون، عبد الله، وصالح، مهدي، ودواي، إسراء عبد الرحمن .التنمية المستدامة المفهوم والعناصر والأبعاد .(2022) *مجلة ديالى للبحوث الانسانية* *1*(67), 338–356. https://doi.org/10.57592/djhr.v1i67.1997 ,
- حمد، إيناس ناجي. (2025). الرشد الاقتصادي وأهميته في تحقيق التنمية المستدامة في ضوء الشريعة الإسلامية. *مجلة العلوم الأساسية*، *19*(30)، 635.670–
- طيبي، أحمد، وبوشيبة، بوعافية جيلالي. (2022). اللغة العربية والتنمية المستدامة: الجزائر أنموذجاً. *الإشعاع*، *8*(3)، 15– 40. https://asjp.cerist.dz/en/article/213147
- عمارش، فاطمة. (2025). استراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي: المفهوم والآليات. *ضاد: مجلة لسانيات العربية وآدابها*، *2*(4)، 438. https://www.daadjournal.com/index.php/daad/article/view/13413–
- عيسى، عبد الملك محمد. (2025، 23 ديسمبر). المنظمات الدولية ودورها التنموي: دراسة تحليلية على الحالة اليمنية . *المركز التأسيسي للدراسات والبحوث*–https://csr . yemen.com/journals/osus/articles/InternationalOrganizationsandTheirDevelop mentalRole
- فليليح، إبراهيم. (2008، 16 سبتمبر). البعد التربوي للبلاغة والتواصل ورهانات التنمية البشرية. *مجلة الكلمة*، *(60)*. https://www2.kalema.net/article/view/844
- Hariyadi, S., Nurfida, A., Farhan, M., & Samsudin. (2025). البلاغة العربية وأبعادها الحضارية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة, *JALL: Journal of Arabic Linguistics and Literature*. *7*(1), 25–58. https://doi.org/10.59202/jall.v7i1.1385

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

- Kennedy, G. A. (Trans.). (2007). *Aristotle: On rhetoric: A theory of civic discourse* (2nd ed.). Oxford University Press.

ثانياً: مصادر عينة الدراسة

- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2021). *انتشال النساء من الفقر من خلال مشاريع الثروة الحيوانية في اليمن*. https://www.undp.org/ar/yemen/stories/antshal-alnsa-mn-alfqr-mn-khlal-mshary-althrwt-alhywanyt-fy-alymn
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2024، 24 أبريل). *صياغة مسارات للسلام: النهج الترابطي بين العمل الإنساني والتنمية والسلام في اليمن*. https://www.undp.org/ar/yemen/blog/syaght-msarat-llslam-alnhj-altrabty-byn-alml-alansany-waltnmyt-walslam-fy-alymn
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2024، 5 مايو). *بناء سبل تحقيق الرخاء: طريق «الغربي» في اليمن يفتح آفاقاً جديدة للفرص والازدهار*. https://www.undp.org/ar/yemen/erry-jp/stories/bna-subl-thqyq-alrkha-tryq-alghrby-fy-alymn-yfth-afaqaan-jdydt-llfrs-walazdhar
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2024، 1 يوليو). *قصص صمود وريادة أعمال ناجحة من اليمن*. https://www.undp.org/ar/yemen/stories/qss-smwd-wryadt-amal-najht-mn-alymn
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2024، 8 أغسطس). *إطلاق الإمكانيات: دعم الشباب والنساء في اليمن*. https://www.undp.org/ar/yemen/erry-jp/stories/atlaq-alamkanyat-dm-alshbab-walnsa-fy-alymn
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2025، 9 مارس). *أسمهان: قصة نجاح في عالم صيانة الأجهزة المترلية*. https://www.undp.org/ar/yemen/stories/asmhan-qst-njah-fy-alm-syant-alajhzt-almnzlyt
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (د.ت.). *من الإغاثة إلى الاعتماد على الذات: تمكين المرأة في الريف اليمني اقتصادياً*. https://www.undp.org/ar/yemen/stories/mn-alaghatht-aly-alatmad-ly-aldhat-tmkyn-almrat-fy-alryf-alymny-aqtsadyaan
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (د.ت.). *عبق الفل العربي يدعم حركة العمل والتجارة في اليمن*. https://www.undp.org/ar/yemen
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2026، 11 مارس). *النساء يقدن إدارة المياه*. https://www.undp.org/ar/yemen/stories/alnsa-yqudn-adart-almyah

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

- منظمة الأمم المتحدة للطفولة. (2019، 11 ديسمبر). *نعمة المياه: إيصال إمدادات المياه النظيفة والآمنة للمجتمعات المحلية في محافظة صعدة*. https://www.unicef.org/yemen/ar/قصص/نعمة-المياه.
- منظمة الأمم المتحدة للطفولة. (2024، 31 أكتوبر). *إنعاش الصحة: رحلة فرح في مكافحة سوء التغذية*. https://www.unicef.org/yemen/ar/قصص/إنعاش-الصحة-رحلة-فرح-في-مكافحة-سوء-التغذية
- وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر. (د.ت.). *قصص النجاح*. https://smeps.org.ye/ar/inspirations/humanstories

© المؤلفون. مرخّص بموجب (CC BY-NC 4.0) Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 — يُسمح بإعادة الاستخدام غير التجاري مع نسبة المصدر
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/