



دانشگاه کاشان

پردیس خاوران

گروه زبان و ادبیات عربی

پایان نامه

جهت اخذ کارشناسی ارشد

رشته زبان و ادبیات عربی

عنوان:

بررسی شیوه‌های اقناع زبانی امام علی(ع) در فراخوانی و تشویق مخاطبان به

جنگ

استاد راهنما:

دکتر روح الله صیادی نژاد

استاد مشاور:

دکتر عباس اقبالی

توسط:

فرزانه شیخ حسینی

شهریور ۱۳۹۶

چکیده

اقناع تکنیکی زبانی - بلاغی و غایت هر گفتمانی محسوب می‌شود. ارسطو نخستین کسی است که دو مفهوم اقناع و خطابه را ملازم یکدیگر دانست از نظر وی خطابه کشف تمام راه‌های ممکن برای اقناع در هر موضوعی از طرف خطیب است. این تکنیک در نزد «پیرلمان» و «تینکا» نیز بررسی شگردهای خطاب‌گونه‌ای است که منجر به پذیرش ذهن در برابر اندیشه یا موضوع ارائه‌شده؛ می‌گردد.

نگارنده در این تحقیق سر آن دارد که با در پیش گرفتن روش توصیفی - تحلیلی تکنیک‌های اقناع زبانی امام علی (ع) را در خطبه‌های جهادی (۱۲۴-۱۱۸-۳۴-۲۷) مورد بررسی قرار دهد. دستاورد پژوهش بیانگر آن است که امام علی (ع) از تمامی سطوح و ظرفیت‌های زبانی، آوایی، واژگانی، نحوی و بلاغی برای برانگیختن و تهییج مخاطب بهره برده‌اند. امام علی (ع) در سطح آوایی با کاربست حروف هماهنگ با محتوا، توازن، سجع و جناس از طریق موسیقی ایجاد شده، توجه مخاطب را جلب نموده و در سطح نحوی با بهره‌گیری از اسلوب تأکید (قسم)، استثناء، استفهام، شرط، تکرار به تثبیت موضوع جهاد و اهمیت آن در ذهن مخاطب پرداخته‌اند. در سطح بلاغی تشبیه و کنایه نسبت به دیگر شگردهای بلاغی از تأثیرگذاری و قابلیت اقناعی بیشتری برخوردار است؛ چرا که بیان مجازی معنا نسبت به بیان حقیقی و تصریحی و ادغام ساختن معنا در صورت‌های ملموس، به لحاظ زیباشناختی و معناشناختی از قابلیت اثرگذاری بیشتری در به بار نشستن انگیزه‌های مورد نظر امام (ع) دارد.

کلمات کلیدی: کاربردشناسی، اقناع زبانی، جنگ (جهاد)، نهج البلاغه، امام علی (ع).

الملخص

إنّ الإقناع من التقنيات اللغوية والبلاغية وغاية كل كلام وخطاب ويعدّ "أرسطو" أوّل من اعتبر الإقناع والخطابة ملازمين ومرتبطين معاً وفي رأيه: إنّ الخطابة تكشف الستار عن كل الطرق لإقناع كل موضوع مستخدم من قبل الخطيب. وهذه التقنية عند "بيرلمان وتيتكا" هي دراسة أنواع التقنيات الخطابية المختلفة حيث تؤدي إلى قبول خلد المخاطب واذعانه أمام الأفكار والأهداف والقضايا والمواضيع المطروحة.

يتطرّق هذا البحث إلى دراسة تقنيات الإقناع اللغوي عند الإمام علي(ع) في الخطب الجهادية(١٢٤-١١٨-٣٤-٢٧) بإتباع المنهج الوصفي_التحليلي. هذه الدراسة تمّ أنّ الإمام علي(ع) قد استفاد من أنواع المستوى اللغوية والمستوى الصوتية والمستوى النحوية والمستوى البلاغية في خطبه هذه لإثارة والتهميم المخاطب والمتلقي، حيث في المستوى الصوتية عبر توظيف الحروف المتناسبة والمنسجمة مع المضمون والمحتوى الرئيسي والتوازن والسجع والجناس و... جذب شدّ انتباه المخاطب والمتلقي بالتركيز على الموسيقى المميزة المستخدمة في أرجاء الخطب. وفي المستوى النحوية قد استخدم زائد أساليب القسم والتأكيد والاستثناء والاستفهام والشرط والتكرار و... لتشريح موضوع الجهاد وأهميته وثبته في ذهن المتلقي، كما وظف التشبيه والكناية في المستوى البلاغية بما يلعبان دوراً هاماً وبارزاً في التأثير والإقناع أكثر من التقنيات الأخرى؛ لأنّ التعابير الكنائية واندماج المعنى والمضمون في الصور البيانية من حيث دلالة الألفاظ والجمال تشارك في تبين دواعي وأهداف الإمام علي(ع) أكثر بكثير من التعابير المباشرة.

ت الرئيسية: براغماتية، الإقناع اللغوي، المحاربة، نهج البلاغة، الإمام علي(ع).

فهرست مطالب

عنوان..... صفحه

فصل اول: کلیات و مفاهیم

- ۱-۱- مقدمه..... ۲
- ۲-۱- پیشینه پژوهش..... ۶
- ۳-۱- ضرورت پژوهش..... ۸
- ۴-۱- اهداف پژوهش..... ۹
- ۵-۱- سؤال‌های تحقیق..... ۹
- ۶-۱- فرضیه‌های تحقیق..... ۹
- ۷-۱- روش تحقیق..... ۱۰

فصل دوم: زبان و ارتباط آن با گفتمان

- ۱-۲- زبان..... ۱۲
- ۲-۲- مفهوم متن..... ۱۴
- ۳-۲- مفهوم گفتمان..... ۱۵
- ۴-۲- رابطه متن و گفتمان..... ۱۸
- ۵-۲- عناصر گفتمان..... ۱۸
- ۱-۵-۲- متکلم..... ۱۹

۲۰ ۲-۵-۲-مخاطب

۲۱ ۲-۵-۳-پیام

۲۳ ۲-۵-۴-مقتضی حال

فصل سوم: اقناع

۲۶ ۳-۱- مفهوم اقناع

۲۸ ۳-۲- اقناع در میراث غربی

۲۹ ۳-۳- اقناع در میراث عربی

۳۰ ۳-۴- رابطه اقناع با اقتناع

۳۱ ۳-۵- رابطه اقناع با جدل، استدلال، مناظره

۳۳ ۳-۶- رابطه اقناع با کاربردشناسی

۳۳ ۳-۷- رابطه اقناع با بلاغت

۳۴ ۳-۸- اقناع در قرآن

۳۵ ۳-۹- اقناع در شعر

۳۶ ۳-۱۰- اقناع در خطابه

فصل چهارم: ابزارهای اقناع زبانی امام علی (ع) در گفتمانهای جنگی

۴۰ ۴-۱- درآمدی بر اقناع در نهجالبلاغه

۴۲ ۴-۲- خطبه "۲۷" نهجالبلاغه و شگردهای اقناع زبانی در آن

۴۳ ۴-۲-۱- مناسبت خطبه جهاد "۲۷"

- ۴۴.....۲-۲-۴-۲-۴ اقناع آوایی خطبه جهاد
- ۴۵.....۱-۲-۲-۲-۴ تکرار حروف
- ۴۷.....۲-۲-۲-۲-۴ توازن
- ۴۹.....۳-۲-۲-۲-۴ سجع
- ۵۱.....۴-۲-۲-۲-۴ جناس
- ۵۱.....۳-۲-۴-۳-۴ اقناع واژگانی خطبه جهاد
- ۵۲.....۱-۳-۲-۲-۴ مترادفات
- ۵۳.....۴-۲-۴-۴-۴ اقناع نحوی خطبه جهاد
- ۵۳.....۱-۴-۲-۲-۴ جمله‌های فعلیه و اسمیه
- ۵۵.....۲-۴-۲-۲-۴ کنش‌های گفتاری
- ۵۸.....۳-۴-۲-۲-۴ حذف
- ۶۰.....۴-۴-۲-۲-۴ حرف عطف
- ۶۰.....۵-۴-۲-۲-۴ تقدیم و تأخیر
- ۶۱.....۶-۴-۲-۲-۴ خیریه / انشائیه
- ۶۲.....۷-۴-۲-۲-۴ شرط
- ۶۳.....۸-۴-۲-۲-۴ استثناء
- ۶۴.....۹-۴-۲-۲-۴ منادا
- ۶۴.....۱۰-۴-۲-۲-۴ تحضیض
- ۶۵.....۱۱-۴-۲-۲-۴ معرفه

- ۶۶ تکرار. ۱۲-۴-۲-۴
- ۶۷ اقناع بلاغی و بدیعی خطبه جهاد. ۵-۲-۴
- ۶۸ تشبیه. ۱-۵-۲-۴
- ۷۰ استعاره. ۲-۵-۲-۴
- ۷۳ کنایه. ۳-۵-۲-۴
- ۷۵ مجاز. ۴-۵-۲-۴
- ۷۶ طباق. ۵-۵-۲-۴
- ۷۷ مراعات نظیر. ۶-۵-۲-۴
- ۷۸ بینامتنیت. ۷-۵-۲-۴
- ۷۸ استشهاد به آیات قرآن و احادیث. ۱-۷-۵-۲-۴
- ۷۹ ضربالمثل. ۲-۷-۵-۲-۴
- ۸۰ استشهاد به گذشته. ۳-۷-۵-۲-۴
- ۸۱ نتیجه بحث. ۶-۲-۴
- ۸۳ خطبه "۳۴" و شگردهای اقناع زبانی در آن. ۳-۴
- ۸۴ مناسبت خطبه "۳۴". ۱-۳-۴
- ۸۴ مضمون خطبه "۳۴". ۲-۳-۴
- ۸۵ اقناع آوایی خطبه "۳۴". ۳-۳-۴
- ۸۵ تکرار حروف و واژه. ۱-۳-۳-۴
- ۸۶ توازن نحوی. ۲-۳-۳-۴

- ۸۷..... ۳-۳-۳-۴ سجع
- ۸۸..... ۴-۳-۳-۴ جناس
- ۸۹..... ۴-۳-۴ شیوه‌های اقناع نحوی در خطبه "۳۴"
- ۸۹..... ۱-۴-۳-۴ جمله فعلیه و اسمیه
- ۹۰..... ۲-۴-۳-۴ استفهام
- ۹۰..... ۳-۴-۳-۴ قسم
- ۹۱..... ۴-۴-۳-۴ تقدیم و تأخیر
- ۹۲..... ۵-۴-۳-۴ ضمیر
- ۹۳..... ۶-۴-۳-۴ کنش‌های گفتاری
- ۹۴..... ۵-۳-۴ شیوه‌های اقناع بلاغی و بدیعی خطبه "۳۴"
- ۹۵..... ۱-۵-۳-۴ تشبیه
- ۹۶..... ۲-۵-۳-۴ استعاره
- ۹۷..... ۳-۵-۳-۴ کنایه
- ۹۷..... ۴-۵-۳-۴ مجاز
- ۹۸..... ۵-۵-۳-۴ طباق
- ۹۸..... ۶-۵-۳-۴ تقابل
- ۹۹..... ۷-۵-۳-۴ تفریع
- ۹۹..... ۸-۵-۳-۴ استشهاد به آیات قرآن
- ۱۰۰..... ۶-۳-۴ نتیجه بحث

- ۴-۴-۴ خطبه "۱۱۸" و شگردهای اقناع زبانی در آن ۱۰۲
- ۴-۴-۱-۴ مناسبت و مضمون خطبه ۱۰۳
- ۴-۴-۲-۴ اقناع آوایی خطبه "۱۱۸" ۱۰۳
- ۴-۴-۱-۲-۴ تکرار حروف ۱۰۳
- ۴-۴-۲-۲-۴ سجع ۱۰۴
- ۴-۴-۳-۲-۴ جناس ۱۰۴
- ۴-۴-۳-۴ شیوه‌های اقناع نحوی خطبه "۱۱۸" ۱۰۵
- ۴-۴-۱-۳-۴ جمله فعلیه ۱۰۵
- ۴-۴-۲-۳-۴ استفهام ۱۰۵
- ۴-۴-۳-۳-۴ قسم ۱۰۶
- ۴-۴-۴-۳-۴ استثناء ۱۰۶
- ۴-۴-۵-۳-۴ تکرار ۱۰۷
- ۴-۴-۶-۳-۴ صیغه مبالغه ۱۰۸
- ۴-۴-۷-۳-۴ کنش گفتاری ۱۰۸
- ۴-۴-۴-۴ شگردهای اقناع بلاغی و بدیعی خطبه "۱۱۸" ۱۰۹
- ۴-۴-۱-۴-۴ تشبیه ۱۰۹
- ۴-۴-۲-۴-۴ تضاد و تقابل ۱۱۰
- ۴-۴-۳-۴-۴ مراعات نظیر ۱۱۱
- ۴-۴-۵-۴-۴ نتیجه بحث ۱۱۱

- ۱۱۲ ۵-۴ خطبه "۱۲۴" و شگردهای اقناع زبانی در آن
- ۱۱۳ ۱-۵-۴-۴ مناسبت و مضمون خطبه "۱۲۴"
- ۱۱۳ ۲-۵-۴-۴ شگردهای اقناع آوایی خطبه "۱۲۴"
- ۱۱۳ ۱-۲-۵-۴-۴ تکرار حروف
- ۱۱۴ ۲-۲-۵-۴-۴ توازن نحوی
- ۱۱۶ ۳-۲-۵-۴-۴ سجع
- ۱۱۷ ۳-۵-۴-۴ شیوه‌های اقناع نحوی خطبه "۱۲۴"
- ۱۱۷ ۱-۳-۵-۴-۴ جمله فعلیه و اسمیه
- ۱۱۸ ۲-۳-۵-۴-۴ استثناء
- ۱۱۹ ۳-۳-۵-۴-۴ قسم
- ۱۱۹ ۴-۳-۵-۴-۴ تکرار
- ۱۲۰ ۵-۳-۵-۴-۴ افعال تفضیل
- ۱۲۱ ۶-۳-۵-۴-۴ حذف
- ۱۲۱ ۴-۵-۴-۴ شگردهای اقناع بلاغی و بدیعی خطبه "۱۲۴"
- ۱۲۱ ۱-۴-۵-۴-۴ تشبیه
- ۱۲۲ ۲-۴-۵-۴-۴ کنایه
- ۱۲۲ ۳-۴-۵-۴-۴ استشهاد به آیات قرآن و احادیث
- ۱۲۳ ۴-۴-۵-۴-۴ طباق
- ۱۲۳ ۵-۵-۵-۴-۴ نتیجه بحث

١٢٥٤-٦- نتائج

١٢٩٤-٧- خلاصة البحث باللغة العربية

١٣٨٤-٨- منابع و مأخذ

فصل اول: کلیات و مفاهیم

اقناع از جمله مباحث مهم حوزه زبان‌شناسی و بلاغی است که هدف و غایت هر گفتمان می‌باشد. واژه اقناع بر وزن افعال از ریشه «قَنَع-يَقْنَعُ» گرفته شده از «رضی النفس» به معنای متقاعد شدن، قانع شدن است (ابن منظور، د.ت، ۳۲۱). این واژه در فرهنگ‌نامه‌های غربی از جمله انگلیسی و فرانسوی از واژه (Persuasion) تعبیر شده است که در بر دارنده معنای «تشویق، تحریک، متقاعد سازی» می‌باشد. (قبیعه، ۱۹۹۹م، ماده (Persuader)). اقناع در فرهنگ قدیم غرب نزد افلاطون به بیان سفسطه‌ها و ادله‌های عاطفی تأثیرگذار از جانب متکلم بر قوه خیال و احساسات مخاطب که عقل و قوه تفکر او را شامل نشود؛ اشاره دارد (بلنجر، ۲۰۱۰، ۹۲). ارسطو اولین پایه‌گذار تئوری اقناع است. وی ارتباط عمیقی میان مفهوم اقناع و نحوه گفتمان قائل است. با این اعتقاد که اقناع را سازه اصلی و اساسی خطاب می‌داند (الدردیدی، ۲۰۰۸، ۱۷). در فرهنگ جدید غرب این واژه نزد عالمان غربی دارای تعاریف متعددی است. «هنریک بلیث»^۱ اقناع را کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش‌ها، باورها، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فردی و گروهی می‌داند (امیری، ۱۳۹۳، ۳۸). در فرهنگ عربی اسلامی، حازم قرطاجنی در کتاب منهج-البلغاء و سراج‌الادباء در تعریف اقناع بیان می‌دارد که «اقناع، ایجاد انگیزش در ذهن و عملکرد هر شخص است» (قرطاجنی، ۱۹۸۱، ۲۰). در فرهنگ معاصر عرب، محمدطاهر درویش اقناع را سوق دادن اذهان عمومی به پذیرش بیانات اظهار شده و خشنودی احساسات و ارضاء عقل با استدلالی منطقی تعریف می‌کند (درویش، ۲۰۰۷، ۱).

مهم‌ترین حوزه استفاده از اقناع در ابتدا حوزه سیاسی است و سیاست‌مداران بر این باورند که رسانه‌ها قدرتی دارند که هرگز صاحبان قدرت نداشته‌اند و مهم‌ترین و کاربردی‌ترین ابزار در دنیای جدید به شمار می‌آید و از طریق آن می‌توان در عمق ذهن و دل مخاطبان نفوذ کرد و آنها را به اقناع رساند (ساروخانی، ۱۳۸۳، ۹۷-۹۶).

«چهارچوب‌های نظری فنون اقناع را نخستین بار ارسطو پی ریخت و در کتاب «خطابه» اصول اولیه اقناع مخاطب را تجزیه و تحلیل کرد. پس از وی، دیگر خطیبان و نظریه‌پردازان چون

^۱ Heinrich F.Plett

«سیسرون»^۱ و «کوئنتیلیان»^۲ در این زمینه تحقیق کردند و نظریه اقناع ارسطو را شرح و بسط دادند. به تدریج این مباحث در غرب مورد توجه نظریه پردازان بلاغت قرار گرفت و بخش اساسی از مطالعات آنان را به خود اختصاص داد، و رفته رفته نوع خاصی از بلاغت با عنوان «رتوریک»^۳ مطرح شد که به دنبال توضیح و تبیین کلام مخیل اقناعی بود. با وارد شدن مباحث رتوریک در بلاغت فرنگی، به فرآیند اقناع در مطالعات ادبی نیز بسیار توجه شد و در نتیجه مکتب‌ها و رهیافت‌های تازه‌ای در دنیای ادبیات به وجود آمد» (مؤذنی و احمدی، ۱۳۹۳، ۱۰۹).

«اقناع در ادبیات در درجه اول یک ویژگی ذاتی است و از فن و هنر دیگری به عاریه گرفته نشده است. غایت اقناع در ادبیات هدفی عینی نیست که در خارج وجود داشته باشد، بلکه غایتی ذهنی است که در اعماق نفوس مخاطبان تأثیر می‌کند. با توجه به اینکه کودکان به تصنیف‌ها و ترانه‌های متداول علاقه نشان می‌دهند و به تقلید و تکرار آنها می‌پردازند و یا اینکه شعر بسیاری از مردم افسرده را به هیجان می‌آورد یا خشم و التهاب مردم خشمگین را فرو می‌نشاند و آنان را به آرامش و آشتی وادار می‌کند؛ به این نتیجه می‌رسیم که ادبیات در نفوس تأثیر می‌کند و ذاتاً ویژگی اقناعی دارد. همچنین شواهد تاریخی و مستندات آماری، از دیگر منابعی اند که با استفاده از آنها می‌توانیم اقناع را با ادبیات پیوند دهیم. براساس همین مستندات، هنوز هم عامه مردم، آثار ارزنده ادبیات جهان و آثار بزرگان ادبیات فارسی را می‌خوانند و هنوز هم آثار ایشان پس از گذشت چندین قرن، لذت و انگیزشی که ممکن بود در فرد قرن ششم و هفتم یا هشتمی به وجود آورند، در انسان قرن بیست و یکمی ایجاد می‌کنند و عواطف و احساسات را چنان که باید، همانند گذشته بر می‌انگیزند» (همان، ۱۰۸-۱۰۷).

خطابه و سخنرانی از کهن‌ترین شیوه‌های تبلیغات و اقناع بوده‌اند، در طول تاریخ بشر، دانشمندان و نخبگان و حاکمان هر عصری با خطابه‌های خود، مردم را به اهداف مورد نظر خویش متمایل کرده‌اند (رهبر، ۱۳۷۱، ۱۲۸-۱۲۹). خطابه کلام مشوری است که هدف آن توضیح امری یا قضیه‌ای

^۱ Cicero

^۲ Kuyyntylyan

^۳ Rhetoric

جهت فهم مردم و توجیه آنها و مایل گرداندن عقل و ذهن آنها به سمت آن موضوعی که هدف خطیب است، توسط برانگیختن عواطف آنها می- باشد (هواریه، ۲۰۱۵، ۴۲).

برای شناخت زبان و ویژگی‌های آن که پدیده‌ای پیچیده و در حال تحول است نیازمند ژرف‌کاوی در شاخه‌ها و زیر مجموعه‌های آن هستیم که تحلیل گفتمان و زبان‌شناسی کاربردی از شاخه‌های آن محسوب می‌شوند. «اصطلاح گفتمان نخستین بار در سال ۱۹۵۲ توسط «زلیک- هریس»^۱ تحت عنوان «تحلیل گفتمان» به کار رفته است» (امیری، ۱۳۹۳، ۱۰). گفتمان به عنوان واسطه کلامی میان متکلم و مخاطب همان متن یا سازه اصلی است و ارتباط که مهم‌ترین وظیفه زبان است را میسر می‌سازد و همچنین با زبان رابطه متقابل دارد یعنی گفتمان زبان را و زبان، گفتمان را می‌سازد (همان، ۹). زبان‌شناسی کاربردی نیز تمام جنبه‌های زبان را به عنوان مهم‌ترین ابزار ارتباطی در فرآیند محاوره‌ای یا گفتمان مورد بررسی قرار می‌دهد و برای عناصر اصلی گفتمان ضوابط و شرایطی را عنوان کرده است. از آنجا که پراگماتیسیم یا زبان‌شناسی کاربردی تمام ابعاد زبان را مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهد، از این رو خطبه نیز در مدار پراگماتیسیم قرار می‌گیرد.

به طور کلی اقناع به سه دسته‌ی اقناع زبانی، بلاغی، منطقی تقسیم می‌شود. اقناع زبانی شامل تکرار، حذف، تقدیم و تاخیر، اسلوب استثناء، شرط می‌باشد. اقناع بلاغی شامل «تشبیه، استعاره، کنایه، مجاز، طباق، تقابل» است و کاربرد هر کدام در اقناع و ترغیب مخاطب به امر جهاد بررسی می‌شود. خطبه جهاد امام علی (ع) با توجه به موقعیت تاریخی آن که پس از حمله‌ی سپاهیان معاویه به شهر انبار ایراد شده است. بیانگر دیدگاه حضرت علی (ع) پیرامون رخداد واقع شده و پیامدهای ناشی از آن است و همچنین بیانگر ارزش فضیلت جهاد در باور امام (ع)، نکوهش سستی مردم در رویارویی با دشمن و بیان مظلومیت امام (ع) و علل شکست کوفیان می‌باشد، که در این خطبه امام علی (ع) با توجه به غرض اصلی خود از تکنیک‌های سجع، «یا أشباه الرجال و لا رجال، خلوهم الأطفال، وعقول ربّات الحجال» «لقد ملأتم قلوبی قیحاً، و شحنتم صدري غیظاً، و

^۱ Z.Harris

جَرَعْتُمُونِي نُعَبِ التَّهْمَامِ أَنْفَاساً» استثناء، «فَوَاللَّهِ مَا غَزِي قَوْمٌ قَطُّ فِي عَقْرِ دَارِهِمْ إِلَّا ذُلُّوا» تقدیم و تأخیر، «وَاللَّهِ يُمِيتُ الْقَلْبَ، وَ يَجْلِبُ الْهَمَّ اجْتِمَاعُ هَوْلَاءِ الْقَوْمِ عَلَى بَاطِلِهِمْ، وَ تَفَرُّقُكُمْ عَنْ حَقِّكُمْ» تکرار ضمیر، «فَتَوَاكَلْتُمْ وَ تَخَاذَلْتُمْ حَتَّى شُنَّتْ عَلَيْكُمْ الْغَارَاتُ، وَ مُلِكْتَ عَلَيْكُمْ الْأَوْطَانُ» حذف، «فَمَنْ تَرَكَهُ رَغْبَةً عَنْهُ أَلْبَسَهُ اللَّهُ ثُوبَ الذَّلِّ وَ شَمَلَةَ الْبِلَاءِ» شرط، (دلالت بر پیوستگی و استمرار دعوت حضرت (ع) بر امر جهاد و نیز سستی مردم کوفه در پیروی از فرمایشات امام علی (ع) دارد) «وَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي الشِّتَاءِ قُلْتُمْ: هَذِهِ صَبَاةٌ الْقُرَى، أَمَهَلْنَا يَنْسَلِخُ عَنَّا الْبَرْدُ» استفاده نموده، که کاربست این تکنیک ها در نهایت بیانگر احساسات امام علی (ع) در قالب خشم و اندوه از نافرمانی آنان در مقابله با دشمن، عدم اهتمام به رهنمود های ایشان و نکوهش و سرزنش آنان به جهت بی تفاوتی نسبت به جهاد در راه خدا و نادیده گرفتن حق امام (ع) در امر زمامداری جامعه اسلامی است. کاربست دو صنعت بلاغی، تشبیه، «فَإِنَّ الْجِهَادَ بَابٌ مِنْ أَبْوَابِ الْجَنَّةِ، فَتَحَهُ اللَّهُ لِمَنْ أَحْبَبَهُ، وَ هُوَ لِبَاسُ التَّقْوَى وَ دِرْعُ اللَّهِ الْحَصِينَةُ وَ جُنَّتُهُ الْوَثِيقَةُ» و استعاره، «وَاللَّهِ يُمِيتُ الْقَلْبَ، وَ يَجْلِبُ الْهَمَّ اجْتِمَاعُ هَوْلَاءِ الْقَوْمِ عَلَى بَاطِلِهِمْ، وَ تَفَرُّقُكُمْ عَنْ حَقِّكُمْ» بیانگر فضیلت جهاد و نقش تاثیر گذار آن در زندگی فردی و اجتماعی افراد، نقد عملکرد مردم کوفه و یا ترسیم احساسات و عواطف درونی امام (ع) است که در قالب صنایع بدیعی موجب برجسته شدن کلام و تاثیرگذاری واقناع مخاطب می شود. در خطبه «۳۴» که امام مردم را برای جنگ با شامیان تشویق نموده و کسانی را که از جنگ دوری می کنند سرزنش و نصیحت کرده است، از شگردهای زبانی سجع، «وَاللَّهِ إِنَّ أَمْرَاءَ أَيْمُنٍ عَدُوَّهُ مِنْ نَفْسِهِ يَعْرِقُ لِحْمَهُ، وَ يَهْشِمُ عَظْمَهُ، وَ يَقْرِي جِلْدَهُ، لِعَظِيمِ عَجْزِهِ، ضَعِيفُ مَا ضَمَّتْ عَلَيْهِ جَوَانِحُ صَدْرِهِ» قسم، «لَيْسَ لَعَمْرُ اللَّهِ سَعْرُ نَارِ الْحَرْبِ أَنْتُمْ، تُكَادُونَ وَ لَا تَكِيدُونَ» استثناء، «مَا أَنْتُمْ إِلَّا كِبَابِلٌ ضَلَّ رُعَاتُهَا، فَكُلَّمَا جُمِعَتْ مِنْ جَانِبٍ انْتَشَرَتْ مِنْ آخَرَ» تکرار ضمیر، «فَأَمَّا حَقُّكُمْ عَلَيَّ فَالْنَّصِيحَةُ لَكُمْ، وَ تَوْفِيرُ فَيْئِكُمْ عَلَيْكُمْ، وَ تَعْلِيمُكُمْ كَيْلًا تَجْهَلُوا، وَ تَأْدِيبُكُمْ كَيْمًا تَعْلَمُوا» طباق، «تُكَادُونَ وَ لَا تَكِيدُونَ» / «لَا يُنَامُ عَنْكُمْ وَ أَنْتُمْ فِي غَفْلَةٍ سَاهُونَ» و شگرد بلاغی تشبیه «مَا أَنْتُمْ إِلَّا كِبَابِلٌ ضَلَّ رُعَاتُهَا، فَكُلَّمَا جُمِعَتْ مِنْ جَانِبٍ انْتَشَرَتْ مِنْ آخَرَ» استفاده نموده که علاوه بر خلق تصاویر زیبا باعث انتقال آسان پیام به مخاطب می شود. در خطبه «۱۱۸» نیز که با هدف تشویق مردم به جهاد و سرزنش آنان است به دلیل پیشنهاد غیر معقولانه به امام (ع)، از تکنیک های زبانی سجع، «طَعَانِينَ عَيَّابِينَ حَيَّادِينَ رَوَّاعِينَ» استثناء،

«لقد حَمَلْتُمْ عَلَى الطَّرِيقِ الواضِحِ، الَّتِي لَا يَهْلِكُ عَلَيْهَا إِلَّا هَالِكٌ» قسم، «وَاللَّهِ لَوْ لَا رَجَائِي الشَّهَادَةَ عِنْدَ لِقَائِي الْعَدُوِّ - لَوْ قَدْ حُمَّ لِي لِقَاؤُهُ - لَقَرَّبْتُ رِكَابِي، ثُمَّ شَخَّصْتُ عَنْكُمْ» استفاده نموده و با ذکر عیوب آنها به سرزنش آنان پرداخته و با بیان علاقه خود به جهاد و شهادت در راه خدا آنان را نیز به این امر دعوت و راه درست و حقیقی را به آنان نشان داده است. در خطبه «۱۲۴» نیز امیر مؤمنان (ع) تکنیک‌های زبانی سجع، «فَقَدَّمُوا الدَّارِعَ، وَ أَحْرَوُا الحَاسِرَ، وَ عَضُّوا عَلَى الْأَصْرَاسِ فَإِنَّهُ أُنْبَى لِلسُّيُوفِ عَنِ الهَامِ، وَ التَّوَوُّا فِي أَطْرَافِ الرِّمَاحِ فَإِنَّهُ أَمُورٌ لِأَسِنَّةٍ، وَ عُضُّوا الْأَبْصَارَ فَإِنَّهُ أَرْبَطُ لِلجَاشِ وَ أُسْكَنَ لِلْقُلُوبِ» قسم، «وَاللَّهِ لَأَنَا أَشَوْقٌ إِلَيْبِ لِقَائِهِمْ مِنْهُمْ إِلَى دِيَارِهِمْ» تکرار ضمیر، «اللَّهُمَّ فَإِنْ رَدَّوْا الْحَقَّ فَاغْضُضْ جَمَاعَتَهُمْ، وَ شَتَّ كَلِمَتَهُمْ، وَ أَبْسِلْهُمْ بِخَطَايَاهُمْ» را جهت تشویق یارانش در جنگ صفین به کار گرفته است و درباره ضرورت‌های جنگ و کیفیت نبرد دستورهایی صادر فرموده و طرح جنگی برای سپاهیان‌ش مشخص کرده که آنان را به پیروزی نزدیک‌تر می‌کند. به طور کلی به نظر می‌رسد امیر مؤمنان (ع) در این خطبه‌ها برای بیان فضیلت جهاد و تشویق به جهاد در راه خدا از نظر کاربست شیوه‌های اقناعی جهت اقناع مخاطب، تکنیک‌های زبانی و بلاغی را بیشتر به کار بسته‌اند که این تکنیک‌ها با حیات بخشیدن و پویایی و حرکت به متن باعث جذابیت تصویر و انتقال آسان پیام‌ها به مخاطب و اقناع وی می‌شود. ضمن اینکه امام به تناسب اهمیت موضوع و نیاز مفهوم به تقریر و تفهیم و توضیح، در به کارگیری تکنیک‌ها توجه دارند.

۱-۲- پیشینه پژوهش

با توجه به اینکه اقناع زیر مجموعه ارتباطات است و از اساس بر مبنای غرب شکل گرفته است؛ کتابی که به طور اختصاصی و به طور مفصل به این موضوع پرداخته باشد؛ در دسترس نیست؛ لابه‌لای کتاب‌ها به طور کلی به این مسئله اشاره شده یا شیوه‌های آن مورد بررسی قرار گرفته است. به عنوان مثال کتاب «ارتباط متقاعد گرانه و تبلیغ» از محمد علی حکیم‌آرا، «اقناع غایت ارتباطات» از باقر ساروخانی، «پژوهشی در تبلیغ» از محمدتقی رهبر، «ارتباط‌شناسی» از مهدی محسنیان‌راد به طور موجز و خلاصه به این موضوع پرداخته‌اند. کتاب مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع از دکتر علی اصغر کیا و دکتر رحمان سعیدی هم در سه بخش پیرامون اقناع و چگونگی فرآیند آن توضیح داده است.