

Persuasive Techniques in the Letters of Nahj al-Balagha

Gholamreza Parhizkar¹, Seyyed Morteza Marashi²

¹ Assistant Professor, Department of Sociology, Imam Khomeini Educational and Research Institute, Qom, Iran (**Corresponding author**). parhizkar@iki.ac.ir

² Master's degree, Department of Social Communication Sciences, Imam Khomeini Educational and Research Institute, Qom, Iran. marashi52190@gmail.com

Abstract

A persuasive message is a type of communication designed to influence the cognitive, affective, or behavioral domains of the audience, while persuasive techniques refer to the methods, patterns, or strategies employed to structure such messages to fulfill their persuasive function. This study seeks to utilize existing Islamic heritage in this field by identifying the persuasive techniques in the letters of *Nahj al-Balagha* (Peak of Eloquence). The primary research question examines which techniques were employed in the two categories of letters within *Nahj al-Balagha*—political and ethical—to persuade their respective audiences. To address this, two subsidiary questions were considered: (1) What persuasive message-framing techniques are discussed in communication science and propaganda studies? and (2) Do the persuasive techniques in *Nahj al-Balagha* replicate those in contemporary communication or differ from them? The study employed qualitative content analysis and Blumer's sensitizing concepts. Findings indicate that diverse persuasive techniques were utilized in both political and ethical letters of *Nahj al-Balagha*. Techniques such as incitement and encouragement (*tahrik va targhib*), message bias (*janib-dari dar payam*), virtuous debate (*jid-al-ahsan*), narrative exposition (*bayan-e revayat*), and belittlement (*tahqir va kuchak shemordan*) of the enemy were prominent in political letters, whereas methods like questioning (*tarh-e soal*), reasoning (*estedlal-avari*), and admonition (*mow'eza*) were prevalent in ethical letters. Some techniques were common to both categories, including references to historical experiences (*ejray-e tajrobat va tarikh*), message reinforcement via authoritative sources (*ta'yid ya taqviyat-e payam ba manba'e mo'tabar*), and literary embellishments (*arayeh-ha-ye adabi*). Overall, the techniques in *Nahj al-Balagha* resemble those in modern persuasive communication, though differences arise due to variations in message nature, objectives, or the communicators' perspectives.

Keywords: *Nahj al-Balagha* (Peak of Eloquence), Persuasion, Ethics, Enemy, Admonition (*mow'eza*), Message.

Cite this article: Parhizkar, Gh. & Marashi, S.M. (2025). Persuasive Techniques in the Letters of Nahj al-Balagha. *Hawzah culture and social studies*. 9(1), p. 83-102.

Received: 2024-11-20 ; **Revised:** 2025-01-01 ; **Accepted:** 2025-02-04 ; **Published online:** 2025-04-09

© The Author(s).

Article type: Research Article

<https://gnoe.bou.ac.ir/>

Published by: The Scientific Association for Social Studies of the Seminary



شیوه‌های اقناع‌گری در نامه‌های نهج‌البلاغه

غلامرضا پرهیزکار^۱، سید مرتضی مرعشی^۲

^۱ استادیار، گروه جامعه‌شناسی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، قم، ایران (نویسنده مسئول). parhizkar@iki.ac.ir

^۲ کارشناسی ارشد، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، قم، ایران.

marashi52190@gmail.com

چکیده

پیام اقناعی، نوعی از پیام است که با هدف تأثیرگذاری بر حوزه شناختی، عاطفی یا رفتاری مخاطب ارائه می‌شود و شیوه‌های اقناع‌گری، روش‌ها، الگوها و یا ترفندهایی برای تنظیم پیام است؛ به طوری که پیام بتواند نقش اقناعی خود را ایفاء کند. این تحقیق با هدف بهره‌گیری از میراث اسلامی موجود در این زمینه، درصدد شناسایی شیوه‌های اقناع‌گری در نامه‌های نهج‌البلاغه بوده و سوال اصلی آن است که با لحاظ دو نوع نامه سیاسی و اخلاقی در نهج‌البلاغه، در هر یک از این دو نوع نامه از چه شیوه‌هایی برای اقناع مخاطب استفاده شده است. برای پاسخ به این پرسش، دو پرسش دیگر مورد توجه قرار گرفت: در علم ارتباطات و در حوزه تبلیغات، چه شیوه‌هایی برای تنظیم پیام اقناع‌گرانه مطرح است؟ و آیا شیوه‌های اقناعی به کار رفته در نهج‌البلاغه، تکرار همان شیوه‌های مطرح در ارتباطات بوده یا با آنها متفاوت است؟ برای این مطالعه از روش تحلیل محتوای کیفی و مفاهیم حساس بلومر استفاده گردید. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که در دو نوع نامه سیاسی و اخلاقی نهج‌البلاغه، شیوه‌های گوناگون اقناع‌گری به کار رفته است. برخی از این شیوه‌ها مانند تحریک و ترغیب، جانب‌داری در پیام، جدال احسن، بیان روایی، تحقیر و کوچک شمردن (دشمن)، در نامه‌های سیاسی و برخی دیگر که عبارتند از: طرح سؤال، استدلال‌آوری و موعظه، در نامه‌های اخلاقی استفاده شده است. شیوه‌هایی نیز در هر دو نوع قابل مشاهده بود. این مشترکات عبارتند از: ارجاع به تجربیات و تاریخ، تأیید یا تقویت پیام با منبع معتبر، آرایه‌های ادبی. در مجموع، شیوه‌های به کار رفته در نامه‌ها با شیوه‌هایی که در ارتباطات اقناعی امروزی به کار می‌رود، شباهت دارند، ولی در مواردی نیز به دلیل تفاوت در ماهیت پیام‌ها یا اهداف یا نوع نگاه پیام‌رسان‌ها، با هم متفاوت تفاوت دارند.

واژه‌های کلیدی: نهج‌البلاغه، اقناع‌گری، اخلاق، دشمن، موعظه، پیام.

استاد به این مقاله: پرهیزکار، غلامرضا؛ مرعشی، سید مرتضی (۱۴۰۴). شیوه‌های اقناع‌گری در نامه‌های نهج‌البلاغه. مطالعات فرهنگی اجتماعی

حوزه، ۱۹(۱)، ص ۸۳-۱۰۲.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۰/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۱۶؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۱/۲۰

https://gnoe.bou.ac.ir/

ناشر: انجمن علمی مطالعات اجتماعی حوزه

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.





۱. مقدمه

پیام، شامل هرگونه فکر و ایده‌ای است که در قالب بیانی قابل انتقال، در یکی از اشکال کلامی یا غیرکلامی تنظیم می‌شود. به بیان دیگر، پیام شامل میزان سازمان‌یافته‌ای از اطلاعات است که از فرد یا گروهی به قصد انتقال به فرد یا گروه دیگر در قالب زبان کلامی یا غیرکلامی تنظیم می‌شود (حکیم آرا، ۱۳۸۴، ص ۲۷۴). بسیاری اوقات، پیام با هدف اقناع یا متقاعد کردن مخاطب تولید و ارسال می‌شود و متقاعدسازی، عبارت است از کوشش به‌منظور تغییر باورها، نگرش‌ها و رفتارهای آدمی؛ و در یک بیان کلی، متقاعدسازی با مطالعه تشکیل و تغییر نگرش‌ها سروکار دارد (همان، ص ۱۱۹). بر این اساس، یک پیام متقاعدگرانه شامل اطلاعاتی می‌شود که با دستاویز قرار دادن یکی از سه ویژگی شناختی، عاطفی و رفتاری، می‌کوشد نگرش مردم را نسبت به موضوعی تغییر دهد (همان، ص ۲۷۵)؛ یا نگرش جدیدی را به‌وجود آورد و مخاطب را احیاناً آماده رفتار جدید نماید. با این توضیح می‌توان این پرسش را مطرح کرد که یک پیام، چطور باید تنظیم شود که احتمال تأثیرگذاری و اقناع‌گری آن افزایش یابد و به بیان دیگر، وجود چه ویژگی‌هایی در پیام، آن را به یک پیام مؤثر و متقاعدکننده تبدیل می‌کند؟ بر این اساس، این پرسش اساسی قابل طرح است که از چه روش‌ها و شیوه‌هایی می‌توان برای تنظیم و ارائه پیام استفاده کرد تا پیام، قدرت متقاعدکنندگی مخاطب را داشته باشد؟

حال در ذیل همین پرسش کلی، می‌توان مسئله اصلی این پژوهش را مطرح کرد. در این پژوهش، نامه‌های نهج‌البلاغه که بخشی از سرمایه اسلامی و فرهنگی است، به‌مثابه مجموعه‌هایی از پیام در نظر گرفته شده و در آنها به شناسایی و استخراج شیوه‌هایی پرداخته شده است که عملاً در تنظیم پیام‌ها به‌کار رفته و به آنها قدرت اثرگذاری و اقناع‌کنندگی مخاطب را داده است. بنابراین به‌طور خلاصه، مسئله این پژوهش، شناسایی شیوه‌های تنظیم اقناع‌گرانه پیام در نامه‌های نهج‌البلاغه است. اهمیت این پژوهش از آن‌رو است که نهج‌البلاغه و نامه‌های آن، همواره مورد توجه قرار داشته و اگر به‌عنوان یک رسانه، واجد ویژگی تأثیرگذاری نبود، به این حد از پایداری و پذیرش نمی‌رسید. بنابراین، شناسایی ویژگی پیام‌های آن و روش‌های تنظیم پیام‌ها می‌تواند راهگشا و مفید باشد و کاربرد امروزی آن، محدود به رسانه نامه یا رسانه‌های نوشتاری نمی‌ماند؛ بلکه در کلیت آن، برای انواع پیام می‌تواند سودمند واقع شود. از سویی، این نوع مطالعات، از منظر جست‌وجو و شناسایی شیوه‌های مشروع یا مرجح انتقال پیام از منظر دین نیز با ارزش محسوب می‌شود و می‌توان آن را در ذیل فقه ارتباطات یا فقه تبلیغات جای داد و دنبال کرد.

اما برای تکمیل مقدمات بحث، طرح دو پرسش مهم است. اول اینکه: در علم ارتباطات، چه شیوه‌هایی برای تنظیم پیام اقناع‌گرانه مطرح است؟ دوم: این شیوه‌ها با شیوه‌هایی که قرار است در نامه‌های نهج‌البلاغه شناسایی شود، چه نسبتی دارند؟

پرسش نخست را چنین می‌توان پاسخ داد: وقوع یک ارتباط موفق و ارسال یک پیام اقناع‌گر به عوامل مختلفی بستگی دارد. ویژگی‌های منبع پیام، ویژگی‌های مخاطب، شرایط محیطی، ویژگی‌های خود پیام و



شیوه‌های تنظیم آن، بر موفقیت پیام‌فرستی و برقراری ارتباط موفق، اثرگذار است. درباره ویژگی‌های پیام و شیوه‌های تنظیم آن در کتب و منابع مرتبط از جمله منابع مربوط به تبلیغات، بحث شده است. برخی شیوه‌ها و نکاتی که رعایت آن در اثرگذار شدن آن نقش‌آفرین است، عبارتند از: ارسال دفعی و یکجا یا ارسال تدریجی و قطره‌چکانی پیام، ارسال همه یا بخشی از پیام، کوتاه یا بلند بودن پیام، مثبت یا منفی بودن پیام (کاویانی، ۱۳۸۷، ص ۳۲۹)، معرفی منبع در ابتدا یا انتهای پیام، ترتیب ارائه پیام، تکرار پیام و تنوع در تکرار آن، روشنی و قابلیت فهم پیام، شمار استدلال‌ها، آهنگ هیجانی پیام همچون ایجاد ترس، پیام‌های یک‌جانبه در برابر پیام‌های دوجانبه، نتیجه‌گیری از پیام و چگونگی آن و یا عدم نتیجه‌گیری (حکیم آرا، ۱۳۸۴، ص ۲۷۶-۳۰۸؛ پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹، ص ۱۲۳-۲۲۸). اما پاسخ اولیه به پرسش دوم در یک جمله، لزوم توجه به تفاوت‌ها و شباهت‌های این دو دسته با لحاظ تفاوت نگاه، تفاوت اهداف، تفاوت ابزارهای ارتباطی و غیره است.

۲. ادبیات نظری

موضوع این نوشتار، اقناع‌گری و بررسی شیوه‌هایی است که امام معصوم (ع) برای ایجاد اقناع به‌کار می‌برد. بی‌تردید به دلیل تفاوت‌های کاملاً آشکار و جدی بین امام و صاحبان رسانه و در سطح پایین‌تر، بین تبلیغات دینی و تبلیغات رسانه‌ای و تجاری، نمی‌توان انتظار داشت از شیوه‌های لزوماً یکسانی برای اقناع استفاده کنند. اما نباید از روش‌های مشترک انسانی در تبلیغ و اقناع غفلت کرد. برای مثال، در استفاده از زبان متفاهم بلکه رسا و اثرگذار در اقناع، تفاوتی بین امام و غیرامام وجود ندارد؛ لکن زمینه‌های تفاوت نیز اندک نیست. تفاوت در هدف، اخلاق تبلیغ، ماهیت پیام، وجود معانی متعالی تنزیل یافته و موجود در نزد امام و برخی امور دیگر، قطعاً بر محتوای پیام و شیوه تنظیم آن مؤثر است. در حین چنین مطالعاتی، باید نسبت به چنین تفاوت‌هایی، هشیاری نظری و روش‌شناسانه داشت. برای لحاظ این نکته و توجه توأمان به اشتراکات و تمایزات، از مفاهیم حساس بلومر استفاده گردید که توضیح آن، در ادامه و در بخش روش پژوهش خواهد آمد. اما یک بحث نظری مبنایی‌تر، الگوی ارتباطی است که در چارچوب آن، پیام دین و نبی یا امام معصوم به انسان‌ها یا مؤمنان عرضه می‌شود. در علم ارتباطات، جان فیسک از دو مکتب یا دو الگوی انتقال و تبادل معنا یاد می‌کند. در الگوی انتقال، سخن از انتقال پیام از فرستنده به گیرنده و اثرگذاری بر ذهنیت و رفتار و احساسات او است. در این الگو، مراحل و فرآیندی را که طی می‌شود تا پیام بتواند با اثر خاص خود به گیرنده منتقل شود، مطالعه می‌کنند. اما در الگوی تبادل، فرستنده و پیامی که ارسال می‌کند، اصالت ندارد. گیرنده نیز به همان نسبت و با نحوه مشارکت و مواجهه، در تولید معنا نقش‌آفرین است. طرف‌های ارتباط، در یک فضای فرهنگی به کنش متقابل و تبادل پیام می‌پردازند. خروجی این تبادل‌ها، تولید معنا و نه انتقال آن است (فیسک، ۱۳۸۸، ص ۱۰-۱۳).

این دو الگو، با وجود روشن‌گرایی‌هایی که نسبت به ماهیت ارتباط دارند، لزوماً برای فهم ماهیت



ارتباطی که امام معصوم برقرار می‌کند، مناسب نیست و در کل، نیازمند یک نظریهٔ متناسب با ویژگی‌های این نوع خاص از ارتباط هستیم. برای مثال، برخی از ارتباطات امام یا نبی در قالب گفت‌وگو برقرار شده است؛ اما پذیرش تولید معنا در گفت‌وگو، مستلزم انکار وجود معانی متعالی و حیانی و محدود ساختن آن به فضای بین‌الذهانی فرهنگی رایج است. از سویی، پذیرش الگوی انتقال می‌تواند مستلزم انکار نقش فعال مخاطب امام در دریافت و درونی کردن پیام و معانی متعالی گردد. چنانکه در هر حال، گفت‌وگو در یک شرایط اجتماعی و فرهنگی رخ می‌دهد و نمی‌توان نقش این زمینه‌ها را بر نحوهٔ دریافت یا بر تغییر معنا منکر شد. بهترین حالت، در اختیار داشتن یک الگوی نظری خاص و متناسب برای فهم ارتباطات امام است. اما در صورت فقدان، با لحاظ ارتباطات خاصی که در این نوشتار مدنظر است؛ یعنی ارتباطات نامه‌ای و شرایط بعضاً جدلی که بر بخش زیادی از گفت‌وگوها حاکم است و همچنین، با لحاظ اینکه هدف این نوشتار، بررسی شیوه‌های اقناع‌گری و اثرگذاری است؛ به نظر می‌رسد اصل مدعای الگوی انتقال، در اینجا بیشتر بتواند توضیح‌دهندهٔ این نوع از ارتباطات باشد. بر این اساس، می‌توان گفت موضع نظری پژوهش حاضر به الگوی انتقال نزدیک است.

۳. روش پژوهش

در این تحقیق، گردآوری اطلاعات، از متن و مشخصاً نامه‌های نهج‌البلاغه انجام شده است. بنابراین، یکی از بهترین روش‌ها برای مطالعهٔ آن، روش تحلیل محتوا است و به دلیل لزوم شناسایی و معرفی مقوله‌های دال بر شیوه‌های اقناع‌گری، روش تحلیل محتوای کیفی، مناسب خواهد بود. با لحاظ توضیحاتی که در پایان مقدمه گذشت که نمی‌توان شرایط و ویژگی‌های اقناع‌گری در ارتباطات امروزی را که به‌طور ویژه در تبلیغات سیاسی و بازرگانی نمود می‌یابد، با شرایط و ویژگی‌های اقناع‌گری در نامه‌های نهج‌البلاغه یکسان انگاشت؛ بنابراین، نمی‌توان شیوه‌های متداول در علم ارتباطات را به‌مثابه چارچوب نظری برای مطالعهٔ نهج‌البلاغه در نظر گرفت و به اصطلاح، از روش تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰) استفاده کرد. اما به دلیل وجود شباهت‌های احتمالی، کنار زدن آنها و استفاده از روش تحلیل محتوای عرفی (همان) یا استقرائی نیز می‌تواند سبب محرومیت از برخی مفاهیم نظری و از دست دادن حساسیت نظری گردد. از این‌رو، در یک راه میانه و برای جمع بین هر دو، از روش بلومر که مبتنی بر مفاهیم حساس است، استفاده گردید. بلومر از اصطلاح مفاهیم حساس استفاده می‌کند (ادیبی و انصاری، ۱۳۵۸، ص ۱۸۸) و منظورش آن است که بدون قطعی دانستن این مفاهیم و در حدی که این مفاهیم، ما را نسبت به شیوهٔ خاصی از بودن واقعیت حساس کند، آن را پذیرفته و سپس آن را به واقعیت عرضه می‌کنیم. اگر در عالم خارج نیز همین وجود داشت، آن را می‌پذیریم، و الاً براساس واقع، آن را بازسازی می‌نماییم یا مفهوم خاص بیانگر واقعیت را اختراع می‌کنیم. بنابراین، شیوه‌هایی که در علم ارتباطات برای ارائهٔ پیام مورد توجه قرار گرفته‌اند را شناسایی می‌کنیم؛ اما این شیوه‌ها را قطعی قلمداد



نمی‌کنیم. آنها را به متن عرضه می‌کنیم و از طریق تلاش برای برقراری ارتباط با متن و فهم آن، اگر ظواهر متن آن را تأیید کرد، می‌پذیریم، وگرنه رد می‌کنیم و در عوض، به دنبال شیوه‌های جدیدتری می‌گردیم که متن برای اقناع مخاطب از آنها استفاده می‌کند.

اما در خصوص متن مورد مطالعه، یعنی نامه‌های امام علی (ع)، عمدتاً محتوای نامه‌ها در زمان حکومت امام علی (ع) به نگارش درآمده است؛ از این رو، بیشتر آنها سیاسی است. بخشی از نامه‌ها نیز اخلاقی است. گاه در متن نامه‌های سیاسی، محتواهای اخلاقی مطرح شده است. با لحاظ این نکته که تغییر در محتوا (سیاسی و اخلاقی) و یا تغییر در مخاطب آنها و یا تغییر در شرایط محیطی، که معمولاً در این دو گونه نامه وجود دارد، می‌تواند شیوه‌های تنظیم پیام را عوض کند؛ از این رو، شیوه‌های مورد بررسی در دو دسته نامه‌های سیاسی و اخلاقی، به صورت جداگانه بررسی شده‌اند؛ تا زمینه فهم تفات‌های احتمالی شیوه‌ها در این دو سنخ از نامه روشن گردد. البته به شیوه‌های مشترکی که در هر دو نوع نامه به کار رفته نیز پرداخته شده است. نکته پایانی آنکه، ذکر نامه‌ها در این تحقیق، عموماً با استفاده از ترجمه محمد دشتی که از ترجمه‌های مشهور در ایران است، صورت گرفته و در عین حال در مواردی معدود که ترجمه دشتی با ابهام همراه بود، از ترجمه عبدالمحمد آیتی استفاده گردید. این موارد، در متن مشخص شده است.

۴. پیشینه پژوهش

بهادری (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «مؤلفه‌های ارتباطی پیام در نامه‌های حضرت رسول اکرم (ص)» به مؤلفه‌های ارتباطی نامه‌های پیامبر اکرم (ص) می‌پردازد. ویژگی‌های ذکر شده در مؤلفه‌های پیام در این پژوهش می‌تواند الهام‌بخش پژوهش حاضر باشد؛ اما هدف در اینجا شیوه‌های تنظیم پیام در راستای اثربخشی و متقاعدگری است.

بلادر (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان «بررسی ویژگی‌های پیام‌فرست و پیام دینی از منظر امام علی (ع) با تأکید بر نهج‌البلاغه و غررالحکم» کوشش نموده، ویژگی‌های پیام‌فرست و پیام دینی را با توجه به کلمات امام علی (ع) که اعم از نامه‌ها است، مورد بررسی قرار دهد. براساس این تحقیق، ویژگی‌های پیام دینی که با پژوهش حاضر قرابت می‌یابد، به این شرح است: هماهنگی تبشیر و انذار، مطابق حق بودن، مطابق فهم مخاطب، بیدارکننده فطرت و عقول انسانی، عدم بدعت و تحریف، حافظ وحدت و همبستگی. اما پژوهش حاضر به دنبال ویژگی‌های عام پیام نیست؛ بلکه به دنبال ویژگی‌هایی است که ناظر به شیوه‌های ارائه متقاعدگرانه پیام باشد. با این حال، این موارد نیز در کلیت خود بر نحوه اثرگذاری پیام، نقش‌آفرین است. تقوی (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «تدوین اصول مخاطب‌شناسی براساس تحلیل محتوای نامه‌های امیرالمؤمنین (ع) در نهج‌البلاغه» موضوع مطالعه خود را نامه‌های نهج‌البلاغه قرار داده است؛ اما مخاطب را محور قرار داده و از این جهت با تحقیق حاضر متفاوت است.



پژوهش اسلامی (۱۳۹۴) نیز با عنوان «روش‌های اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه» هرچند محدود به نامه‌ها نیست؛ اما شباهت‌هایی با تحقیق پیش رو دارد. ازجمله روش‌هایی که در این پژوهش بیان شده عبارتند از: تجربه، حکمت و موعظه است؛ که در این تحقیق نیز مورد توجه قرار گرفته است. حسومی (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «نگاهی تازه به فن بیان حضرت علی(ع) در نهج‌البلاغه»، به‌طور عام به ویژگی‌های بیانی حضرت علی(ع) پرداخته است. ویژگی‌هایی مثل رعایت اصل اقناع، استفاده از روش تصویرگری، حس‌انگیزی، از نتایج این پژوهش می‌باشد. نتایج این پژوهش می‌تواند در ذیل یکی از شیوه‌های تنظیم مؤثر پیام مورد استفاده قرار گیرد.

۵. شیوه‌های به‌کار رفته در نامه‌های سیاسی

نامه‌های سیاسی، خود به سه بخش نامه‌های سیاسی به عموم مردم که برای مردم شهرهای مصر، بصره و کوفه به نگارش درآمده، و نامه‌های سیاسی به کارگزاران و نامه‌های سیاسی به مخالفان، قابل تقسیم است. با وجود این، به دلیل شباهت‌ها و عدم تفاوت آشکار در شیوه‌های تنظیم پیام در این سه بخش، همه در یک دسته قرار داده شده‌اند؛ اما مصادیق هر دسته در متن به سادگی قابل تشخیص است.

۵-۱. تحریک و ترغیب

یکی از روش‌هایی که امیرالمؤمنین(ع) برای ارائه پیام به مخاطبین خود به‌کار برده‌اند، روش تحریک و ترغیب است. نمونه آن، نامه ۶۲ نهج‌البلاغه است که مردم را برای رویارویی با دشمن، تحریک و چشم آنها را بر روی تصرفاتی که دشمن در سرزمین‌هایشان انجام داده، باز می‌کند؛ تا بدان وسیله، غیرت آنها را برانگیزاند و آنگاه با ذکر پیامدهای مثبت آمادگی برای جنگ با دشمن و بیان پیامدهای منفی ترک جهاد، آنها را ترغیب به قتال می‌کند (ابن میثم، ۱۳۷۵، ج ۵، ص ۳۴۰). امام(ع) در این نامه می‌فرماید: «لکن از این اندوهناکم که بی‌خردان و تبه‌کاران این امت، حکومت را به دست آورند. آنگاه مال خدا را دست به دست بگردانند و بندگان او را به بردگی کشند، با نیکوکاران در جنگ و با فاسقان همراه باشند؛ زیرا از آنان کسی در میان شما است که شراب نوشید و حد بر او جاری شد و کسی که اسلام را نپذیرفت، اما به ناحق بخشش‌هایی به او عطا گردید. آیا نمی‌بینید که مرزهای شما را تصرف کردند و شهرها را گشودند و دستاوردهای شما را غارت کردند و در میان شهرهای شما آتش جنگ را برافروختند. برای جهاد با دشمنان کوچ کنید، خدا شما را رحمت کند، در خانه‌های خود ننماید، که به ستم گرفتار و به خواری دچار خواهید شد و بهره زندگی شما از همه پست‌تر خواهد بود و همانا برادر جنگ، بیداری و هوشیاری است. هر آن‌کس که به خواب رود، دشمن او نخواهد خوابید» (نهج‌البلاغه، نامه ۶۲).

۵-۲. جانبداری در پیام

جانبداری در پیام، یعنی استدلال‌های پیام، یک‌سره در موافقت یا در مخالفت از موضع نهایی پیام



باشد. در مقابل، پیام‌های دوجانبه، دربردارنده هر دو نوع استدلال‌های موافق و مخالف است (حکیم‌آرا، ۱۳۸۴، ص ۲۸۷). کاربست این روش در تنظیم پیام را در نامه‌های حضرت می‌توان مشاهده کرد. امیرالمؤمنین (ع) درجایی که مخاطب به راه خود اطمینان دارد و دچار شک و تردید نشده است، پیام خود را به صورت یک جانبه ارسال می‌کند. ایشان در نامه‌ای به سپاه خود، چهره منافقانه دشمن (معاویه) را افشاء و خیلی صریح او را از مسلمانان جدا می‌سازد و می‌فرماید: «به خدایی که دانه را شکافت و پدیده‌ها را آفرید، آنها اسلام را نپذیرفتند؛ بلکه به ظاهر تسلیم شدند و کفر خود را پنهان داشتند و آنگاه که یاورانی یافتند، آن را آشکار ساختند» (نهج البلاغه، نامه ۱۶). اما ایشان، در ارسال نامه به مردم شهرهای مختلف که بعد از جنگ صفین مورد تبلیغات سوء دشمنان قرار گرفته بودند و همراه با خوارج، امیرالمؤمنین (ع) را مقصر حوادث می‌دانستند؛ پیامش را به صورت غیرجانبدارانه و غیرقاطع ارسال می‌کند. این گروه از مخاطبان، یا در شک و تردیدند و یا نسبت به عملکرد حضرت منتقدند و معتقدند که هردو گروه، مسلمانند و نباید در مقابل یکدیگر قرار می‌گرفتند. ایشان برای اینکه واقعیت جنگ صفین را برای مخاطب خود روشن کند، برطبق اعتقاد مخاطب سخن می‌گوید، خود و دشمن را به ظاهر، مسلمان معرفی کرده و مخاطب را با خود همراه و در نهایت، نظر خود را بیان می‌کند: «آغاز کار چنین بود که ما با مردم شام دیدار کردیم. در ظاهر، پروردگار ما یکی و پیامبر ما یکی و دعوت ما در اسلام یکی بود و در ایمان به خدا و تصدیق کردن پیامبرش، هیچ کدام از ما بر دیگری برتری نداشت و با هم وحدت داشتیم، جز در خون عثمان که ما از آن برکناریم. پس به آنان گفتیم: بیایید با خاموش ساختن آتش جنگ و آرام کردن مردم، به چاره‌جویی و درمان پردازیم تا کار مسلمانان استوار شود و به وحدت برسند و ما برای اجرای عدالت نیرومند شویم. اما شامیان پاسخ دادند: «چاره‌ای جز جنگ نداریم». پس (از پیشنهاد حق ما) سر باز زدند و جنگ درگرفت و تداوم یافت و آتش آن، زبانه کشید» (نهج البلاغه، نامه ۵۸). در این نامه، شیوه دیگری نیز برای ارائه مؤثر پیام به کار رفته و آن، بیان تفصیلی و با ذکر جزئیات استدلال‌های درست و به حق خود و در مقابل، بیان پاسخ صریح و کوتاه و البته واضح‌البطلان دشمن است که بر طبل جنگ می‌کوبد. این شیوه، کمک می‌کند حق بودن حضرت و ناحق بودن دشمن، به وضوح آشکار گردد.

۵-۳. جدال احسن

استفاده از انواع استدلال، از شیوه‌های مهم برای متقاعدسازی مخاطب برای پذیرش پیام است. یکی از شیوه‌های استدلال، جدال احسن است که در مواردی، مورد استفاده حضرت قرار گرفته است. امام علی (ع) در نامه‌هایی که به معاویه نوشته‌اند، برای اسکات خصم، از روش جدال احسن بهره جسته‌اند. برای مثال در یکی از نامه‌ها به همین شیوه، به مسئله شورا استدلال می‌کند. شورایی که خلفای پیشین براساس آن، انتخاب شدند؛ همان کسانی که معاویه از طرف آنها به خلافت شام نصب شده بود. «همانا کسانی با من بیعت کرده‌اند که با ابابکر و عمر و عثمان، با همان شرایط بیعت کردند؛ پس آنکه در



بیعت حضور داشت، نمی‌تواند خلیفه‌ای دیگر انتخاب کند و آن‌کس که غایب بود، نمی‌تواند بیعت مردم را نپذیرد» (نهج‌البلاغه، نامه ۶). نمونه‌های دیگر جدال احسن را می‌توان در ادامه و در ذیل عنوان «تحقیر و کوچک شمردن»، مشاهده کرد که برای اجتناب از تکرار، در اینجا آورده نمی‌شود.

۵-۴. بیان روایی

نقل روایت‌گونه یک پیام و بیان جزئیات، به باورپذیری بیشتر آن پیام کمک می‌کند و مخاطب را نسبت به محتوای پیام متقاعد می‌سازد. نمونه استفاده از چنین شیوه‌ای را می‌توان در نامه امام علی (ع) به اشعث بن قیس مشاهده کرد: «بسم الله الرحمن الرحيم، نامه‌ای است از بنده خدا، علی، فرمانروای مؤمنان به جانب اشعث بن قیس. پس از حمد خدا و نعت پیامبر، اگر خصلت‌های زشتی در تو نبود، تو در این امر، که حکمرانی آذربایجان است، بر دیگران مقدم بودی و اگر تقوای الهی داشته باشی، امید است عاقبت به‌خیر باشی. ماجرای بیعت مردم با مرا شنیده‌ای. طلحه و زبیر نخستین بیعت‌کنندگان با من بودند؛ اما بدون هیچ دلیلی بیعت را شکستند. عایشه را از خانه بیرون کشیدند و او را به‌منظور جنگ با من به بصره آوردند. پس من با مهاجران و انصار به جانب آنان رفتم. هنگام برخوردمان، از آنها خواستم که از جنگ دست بردارند و به خانه‌هایشان برگردند. آنها نپذیرفتند و نبرد را آغاز کردند؛ اما من پیوسته ایشان را نصیحت می‌کردم و سرانجام، نسبت به باقی‌مانده آنها کمال نیکویی را انجام دادم»^۱ (موسوی، ۱۳۷۶، ص ۸۰۳). امام (ع) اشعث را به‌خاطر برخی خصلت‌های ناپسند نکوهش می‌کند؛ در عین حال، روحیه خیرخواهی خود را با ذکر مثال تاریخی پیمان‌شکنی طلحه و زبیر و بیان روایی آن، یادآوری می‌کند. این روایت که همراه با ذکر جزئیات است، می‌تواند زمینه باورپذیری و متقاعد شدن بیشتر اشعث را نسبت به پذیرش نحوه عملکرد حضرت -آن‌طور که می‌گوید- فراهم سازد. در این نامه، گویا حضرت می‌خواهد با روایت داستان طلحه و زبیر، این پیام را نیز به اشعث بن قیس منتقل سازد که اگر خصلت‌های نادرست را کنار بگذاری؛ من با حکومت تو مشکلی ندارم و با تو کنار می‌آیم. نمونه دیگر آن، در نامه ۵۸ آمده است. آنجا که به شرح جنگ صفین می‌پردازند (نهج‌البلاغه، نامه ۵۸) و برای اجتناب از طولانی شدن، از ذکر آن خودداری می‌شود.

۵-۵. تحقیر و کوچک شمردن

هرچند تحقیر کردن، کاری ناپسند بوده و از آن نهی شده است؛ در مواردی مجاز می‌شود. یافتن موارد مجاز و گفت‌وگو درباره آن، ازجمله مسائل اخلاقی است که در جای خود باید از آن بحث کرد. امروزه این شیوه، به‌صورت گسترده‌ای در پیام‌های رسانه‌ای استفاده می‌شود. اما درباره تعیین مصادیق اخلاقی و غیراخلاقی آن در حوزه رسانه، کمتر گفت‌وگوی نظری انجام می‌شود. در اینجا به ذکر برخی موارد کاربرد

۱. این نامه در کتاب «تمام نهج‌البلاغه» آمده است.



این شیوه در نهج البلاغه که در مواجهه با معاویه به عنوان دشمن صورت گرفته، اشاره می‌گردد:

تحقیق شیوه نامه نگاری دشمن: در اواخر جنگ صفین، معاویه از يك موضع بالا به خلیفه مسلمین نامه می‌نویسد و با قرار دادن خود در موضع موعظه گر، سعی در فریبکاری و گرفتن قیافه حق به جانب دارد؛ اما حضرت با هدف روشنگری و آشکار کردن چهره حقیقی معاویه، به گونه‌ای به تحقیق معاویه برای اثر انداختن نقشه‌هایش می‌پردازد؛ از جمله شیوه نگارش او را تحقیق می‌کند: «نامه پندآمیز تو به دستم رسید که دارای جملات به هم پیوسته، و زینت داده شده بود و با گمراهی خود، آن را آراسته و با بداندیشی خاص خود آن را امضاء کرده بودی» (نهج البلاغه، نامه ۷).

تحقیق شخص دشمن: حضرت در ادامه همین نامه به تحقیق شخص معاویه که به جنگ حضرت آمده می‌پردازد و می‌گوید: «... مردی که نه خود، آگاهی لازم دارد تا رهنمودش باشد و نه رهبری دارد که هدایتش کند. تنها دعوت هوس‌های خویش را پاسخ گفته و گمراهی، عنان او را گرفته و او اطاعت می‌کند. سخن بی‌ربط می‌گوید و در گمراهی سرگردان است» (نهج البلاغه، نامه ۷).

تحقیق سابقه و جایگاه کوچک دشمن: امام (ع) در نامه ۲۸، درباره تشخیص بهترین افراد در اسلام و مسئله جانشینی پیامبر (ص) به معاویه می‌نویسد: «و پنداشتی که برترین انسان‌ها در اسلام، فلان کس و فلان شخص است (ابوبکر و عمر). چیزی را یاد آورده‌ای که اگر اثبات شود هیچ ارتباطی به تو ندارد و اگر دروغ هم باشد، به تو مربوط نمی‌شود. تو را با انسان‌های برتر و غیر برتر، سیاستمدار و غیر سیاستمدار چه کار است! اسیران آزاد شده و فرزندان‌شان را چه رسد به تشخیص امتیازات میان مهاجران نخستین و ترتیب درجات و شناسایی منزلت و مقام آنان» (نهج البلاغه، نامه ۲۸). در همین نامه که بعد از جنگ جمل به نگارش درآمده، حضرت ضمن بیان فضایل خود، به تحقیق ویژگی‌های معاویه - که به دنبال اثبات برتری خود و اصل و نسبش برای خلافت است - و منسوبان به او، می‌پردازد: «شما چگونه با ما برابرید که پیامبر (ص) از ما است، و دروغگوی رسوا از شما. حمزه شیر خدا (اسدالله) از ما است و ابوسفیان (اسدالاحلاف) از شما، دو سید جوانان اهل بهشت از ما و کودکان در آتش افکنده شده از شما و بهترین زنان جهان از ما و زن هیزم‌کش دوزخیان از شما. از ما این همه فضیلت‌ها و از شما آن همه رسوایی‌ها است». امام (ع) نه تنها به تحقیق و ستاندن موقعیت خیالی معاویه می‌پردازد، بلکه برتری‌ها و فضایل خود را نیز نشان می‌دهد؛ تا هم معاویه نتواند در نبرد کلامی، خود را مستحق خلافت نشان دهد و هم شایستگی خود حضرت (ع) برای خلافت به اثبات برسد و اهداف پیام به صورت کامل، دنبال شود.

۵-۶. تهدید

برای مؤثر ساختن تبلیغ (پیام)، ناچار باید توجه مردم را به پیام جلب کرد. برانگیختن هیجان، از روش‌های متداول برای این منظور است (حکیم آرا، ۱۳۸۴، ص ۲۸۲). آهنگ هیجانی پیام، از طرق مختلفی مثل ایجاد ترس یا انجام تهدید یا القاء یک امر اندوهناک و غیره، صورت می‌گیرد. روش تهدید،



به‌ویژه در شرایط جنگی و در مقابله با دشمن، از شیوه‌های ایجاد هیجان و جلب توجه به پیام و آماده کردن مخاطب برای متقاعد شدن است. تهدید از طریق ایجاد ترس می‌تواند نوع نگرش، نحوه تصمیم‌گیری و کنش طرف مقابل را تغییر دهد. استفاده از روش تهدید در نامه‌های امام(ع) را در مواردی مانند مواجهه با دشمن یا کارگزاران متخلف می‌توان مشاهده کرد:

پاسخ تهدید معاویه به تهدیدی بسیار قاطع‌تر: در حالی که معاویه، امیرالمؤمنین(ع) را به شمشیر تهدید می‌کند؛ امام(ع) در آغاز و با این ضرب‌المثل که «در اوج گریه مرا خنداندی»، تهدید او را به سخره می‌گیرد. این تحقیر و به سخره گرفتن تهدید، راهی برای بی‌اثر کردن و بی‌اهمیت نشان دادن آن است و در ادامه، با انواعی از روش‌ها، از جمله ذکر سابقه شجاعت فرزندان عبدالمطلب، استفاده از ضرب‌المثل و تشبیه خود به یکی از شجاعان و جنگجویان بزرگ عرب، توصیف و تصویرگری از لشکر آماده و شجاع خود و در پایان با یادآوری شکست‌ها و کشته شدن‌های نزدیکان معاویه به دست حضرت، او را تهدید و در او القاء ترس می‌کند؛ تا از این طریق، او را به عمل مطابق با نظر امام(ع) متقاعد سازد: «نوشته‌ای که نزد تو برای من و یاران من چیزی جز شمشیر نیست. در «اوج گریه، انسان را به خنده وامی‌داری». فرزندان عبدالمطلب را در کجا دیدی که پشت به دشمن کنند و از شمشیر بهراسند؟ پس «کمی صبر کن که حَمَل^۱ به میدان آید». آن را که می‌جویی، به‌زودی تو را پیدا خواهد کرد و آنچه را که از آن می‌گریزی، در نزدیکی خود خواهی یافت و من در میان سپاهی بزرگ، از مهاجران و انصار و تابعان، به‌سرعت به‌سوی تو خواهم آمد. لشکریانی که جمعشان به هم فشرده و به هنگام حرکت، غبارشان آسمان را تیره و تار می‌کند. کسانی که لباس شهادت بر تن و ملاقات دوست داشتنی آنان، ملاقات با پروردگار است. همراه آنان، فرزندان از دلاوران بدر و شمشیرهای هاشمیان می‌آیند که خوب می‌دانی لبه تیز آن، بر پیکر برادر و دایی و جد و خاندان چه کرد. می‌آیند، «و آن عذاب از ستمگران چندان دور نیست» (نهج‌البلاغه، نامه ۲۸). امیرالمؤمنین(ع) در نامه‌های متعددی از جد و برادر و دایی معاویه یاد می‌کند که همگی به دست حضرت، به هلاکت رسیدند و این، جدیت علی(ع) را در برخورد قاطعانه با او در صورت وقوع جنگ، به معاویه یادآوری می‌کند و او را به تأمل برای انصراف از کارزار وامی‌دارد. «من ابوالحسن، کشته جد و دایی و برادر تو در روز نبرد بدر هستم؛ که سر آنان را شکافتم، امروز همان شمشیر با من است» (نهج‌البلاغه، نامه ۱۰). «و در نزد من همان شمشیری است که در جنگ بدر بر پیکر جد و دایی و برادرت زدم» (نهج‌البلاغه، نامه ۶۴).

تهدید مخالفین در بصره: در سال ۳۸ هجری، زمانی که گروهی از اهل بصره به معاویه نامه نوشتند و پرچم مخالفت با علی(ع) بلند کردند؛ امام(ع) نامه‌ای به آنها نوشت و از این طریق، مخالفان را تهدید و در آن‌ها القاء ترس کرد، تا دستگاه محاسباتی آنها را دچار اخلال نموده و از همکاری با معاویه منصرف

۱. این جمله ضرب‌المثل است و اشاره به جنگ یکی از شجاعان عرب دارد.



سازد. «شما از پیمان شکستن و دشمنی آشکارا با من آگاهید. با این همه جرم، شما را عفو کردم و شمشیر از فراریان برداشتم و استقبال کنندگان را پذیرفتم و از گناه شما چشم پوشیدم. اگر هم اکنون کارهای ناروا و اندیشه‌های نابخردانه، شما را به مخالفت و دشمنی با من بکشاند؛ سپاه من آماده و پا در رکابند و اگر مرا به حرکت دوباره مجبور کنید؛ حمله‌ای بر شما روا دارم که جنگ جمل در برابر آن بسیار کوچک باشد. با اینکه به ارزش‌های فرمانبردارانتان آگاهم و حق نصیحت کنندگان شما را می‌شناسم و هرگز به جای شخص متهمی، انسان نیکوکاری را نخواهم گرفت و هرگز پیمان وفاداران را نخواهم شکست» (نهج البلاغه، نامه ۲۹).

تهدید کارگزاران متخلف: برخی کارگزاران امیرالمؤمنین (ع) که ضوابط اسلامی را در حکمرانی مراعات نمی‌کردند، گاه با تذکر و یا حتی تهدیدات امیرالمؤمنین (ع) مواجه می‌شدند. یک نمونه آن، زیاد بن ابیه، حاکم بصره است که قصد نداشت همهٔ خراج را برای حکومت مرکزی ارسال کند. امام (ع) چنین به او نامه نوشت: «همانا من، به‌راستی به خدا سوگند می‌خورم، اگر به من گزارش کنند که در اموال عمومی خیانت کردی، کم یا زیاد؛ چنان بر تو سخت گیرم که کم‌بهره شده و در هزینهٔ عیال، درمانده و خوار و سرگردان شوی» (نهج البلاغه، نامه ۲۰). مثال دیگر، نامهٔ حضرت به ابوموسی اشعری است (نهج البلاغه، نامه ۶۳).

۶. شیوه‌های به‌کار رفته در نامه‌های اخلاقی

۶-۱. طرح سؤال

یکی از روش‌های تعلیم و تربیت، شیوهٔ طرح سؤال برای فراگیران است. طرح سؤال، فراگیر را به تفکر و یافتن پاسخ وامی‌دارد. در نتیجه، پاسخ بیشتر برایش ماندگار می‌شود. قرآن مجید این روش را برای تشویق مشرکان و کافران به تفکر و بازگشت دادن آنان به فطرتشان، به کار برده است. بسیاری از موارد به‌کارگیری این روش در قرآن برای بیدار کردن فطرت خفتهٔ منکران در دعوت به توحید است (واقعیه، ۶۴؛ شعراء، ۷۲-۷۳؛ حیدری، بی‌تا، ص ۹۹). امیرالمؤمنین (ع) نیز از همین روش برای اقناع و تأثیر بر عواطف و شناخت مخاطب استفاده می‌کند. برای مثال، حضرت در یکی از نامه‌های سیاسی خود که جنبه اخلاقی دارد^۱ و «زیاد» از کارگزاران خود را به رعایت اخلاق دعوت می‌کند، سؤالی پیش روی او قرار می‌دهد تا وی را تذکر دهد و حجت را بر او تمام کند: «آیا امید داری خداوند، پاداش فروتنان را به تو بدهد، در حالی که از متکبران باشی و آیا طمع داری ثواب انفاق کنندگان را دریابی، در حالی که در ناز و نعمت قرار داری و تهی‌دستان و بیوه‌زنان را از آن نعمت‌ها محروم می‌کنی؟ همانا انسان به آنچه پیش فرستاده و نزد خدا ذخیره ساخته، پاداش داده خواهد شد. با درود» (نهج البلاغه، نامه ۲۱). امام (ع) در

۱. این نامه، سیاسی و خطاب به یک کارگزار متخلف است، اما به دلیل محتوای اخلاقی آن، در ذیل دسته اخلاقی ذکر گردید.



ادامه به سؤال پاسخ می‌دهد و بیان می‌کند که پاداش الهی در چه حالتی، به فرد تعلق می‌گیرد. بنابراین، نتیجه‌گیری و پاسخ به سؤال را به مخاطب واگذار نمی‌کند. این شیوه از جمله روش‌های تنظیم این نوع از پیام‌ها است.

۶-۲. استدلال‌آوری

استدلال‌آوری، از جمله روش‌های مناسب برای اقناع و تأثیرگذاری بر حوزه ادراکی و شناختی است. یک نمونه استفاده از استدلال برای ارائه پیام، نامه امام (ع) به فرزندشان امام حسن (ع) است که برای انتقال این پیام که خدا شریکی ندارد، در ابتدای پیام، استدلال و سپس، مدعای خود را مطرح می‌کند؛ تا مخاطب را به نبود شریک متقاعد سازد. «پسرم، اگر خدا شریکی داشت، پیامبران او نیز به‌سوی تو می‌آمدند و آثار قدرت‌ش را می‌دید و کردار و صفاتش را می‌شناختی؛ اما خدا، خدایی است یگانه، همان‌گونه که خود توصیف کرده و هیچ‌کس در مملکت‌داری او نزاعی ندارد» (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱). در جای دیگر، وقتی حضرت (ع) می‌خواهد به فرزندش این پیام را منتقل سازد که قدرت در اختیار خدا است و هرچیز در این عالم رخ می‌دهد، از سوی خدا است، از روش استدلال استقرایی استفاده می‌کند و به شمارش و بیان متعدد برخی نمونه‌ها و مصادیق قدرت خدا می‌پردازد؛ تا با ذکر مصادیق، مفهوم مورد نظر منتقل شود. امام (ع) در ادامه، به دفع و دخل مقدر می‌پردازد و برای تأثیرگذاری کامل‌تر پیام خود، با افزودن این استدلال که دانش انسان تدریجی است و ما از جهل به علم حرکت می‌کنیم، به فرزند توجه می‌دهد که برخی امور، به تدریج برایت روشن و تثبیت خواهد شد و از این طریق، پیام خود را بیشتر قابل پذیرش می‌سازد. «ای فرزند، وصیت مرا نیکو دریاب و بدان که مرگ در دست همان کسی است که زندگی در دست او است و آنکه می‌آفریند، همان است که می‌میراند و آنکه فناکننده است، همان است که باز می‌گرداند و آنکه مبتلاکننده است، همان است که شفا می‌بخشد و دنیا استقرار نیافته، مگر بر آن حال که خداوند برای آن مقرر داشته؛ از نعمت‌ها و آزمایش‌ها و پاداش روز جزا یا امور دیگری که خواسته و ما را از آنها آگاهی نیست. اگر درک بعضی از این امور بر تو دشوار آمد، آن را به حساب نادانی خود گذار؛ زیرا تو در آغاز، نادان آفریده شده‌ای، سپس، دانا گردیده‌ای و چه بسیارند چیزهایی که تو نمی‌دانی و اندیشه‌ات در آن حیران است و بصیرتت بدان راه نمی‌جوید؛ ولی بعدها می‌بینی و می‌شناسی. پس چنگ در کسی زن که تو را آفریده است و روزی داده و اندامی نیکو بخشیده و باید که پرستش تو خاص او باشد و گرایش تو به او و ترس تو از او» (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱).

۶-۳. موعظه

حضرت در کنار استفاده از استدلال و به یک تعبیر، حکمت، از موعظه نیز به‌ویژه در نامه‌های اخلاقی برای انتقال مؤثر پیام استفاده می‌کند. «تفاوت موعظه و حکمت در این است که حکمت، تعلیم است و موعظه، تذکار. حکمت برای آگاهی است و موعظه برای بیداری. حکمت، مبارزه با جهل است و موعظه،



مبارزه با غفلت. سروکار حکمت با عقل و فکر است و سروکار موعظه با دل و عاطفه. حکمت، یاد می‌دهد و موعظه، یادآوری می‌کند» (مطهری، ۱۳۸۵، ص ۱۹۲). برای نمونه، امام(ع) وقتی می‌خواهد به فرزند خود امام حسن(ع) این پیام را، که زندگی آن جهان را آباد کن و آخرت را به دنیا بفروش، به نحو مؤثری منتقل کند؛ از روش موعظه استفاده می‌کند. برای این کار، فرزند خود را به تأمل و یادآوری و توجه پیدا کردن به برخی امور دعوت می‌کند؛ تا پیامش اثرگذار گردد و به دل فرزند بنشیند: «اخبار گذشتگان را بر نفست عرضه دار و از آنچه بر سر پیشینیان تو رفته است، آگاهش ساز. بر خانه‌ها و آثارشان بگذر و در آنچه کرده‌اند و آن جاها که رفته‌اند و آن جاها که فرود آمده‌اند، نظر کن. خواهی دید که از جمع دوستان بریده‌اند و به دیار غربت رخت کشیده‌اند و تو نیز، یکی از آنها خواهی بود. پس منزلگاه خود را نیکو دار و آخرت را به دنیا بفروش» (نهج البلاغه، نامه ۳۱). یا آنجا که امام(ع) می‌خواهد به معاویه بگوید تو با فریب و شبهه افکنی باعث گمراهی گروه زیادی از مردم شدی، از این کارها دست بشوی؛ از روش موعظه و تذکر دادن به نزدیکی مرگ، او را تشویق به تأمل برای دست کشیدن از کارهای خود می‌کند. «ای معاویه گروهی بسیار از مردم را به هلاکت کشاندی و با گمراهی خود فریشان دادی، و در موج سرکش دریای جهالت خود غرقشان کردی و تاریکی‌ها آنان را فراگرفت و در امواج انواع شبهات غوطه‌ور گردیدند. ... ای معاویه در کارهای خود از خدا بترس و اختیارت را از کف شیطان درآور، که دنیا از تو بریده و آخرت به تو نزدیک شده است» (نهج البلاغه، نامه ۳۲).

۶-۴. استفاده از مثال

امام(ع) در ضمن سخن و برای انتقال معنا، گاه از مثال استفاده می‌کنند و اتفاقاً خود بر استفاده‌شان از این شیوه برای تربیت و انتقال پیام اخلاقی تصریح می‌کنند. حضرت(ع) در نامه‌اش به امام حسن(ع)، بر استفاده از این روش و دلیلش؛ یعنی تأثیرگذاری و پندپذیری، تأکید و در ادامه نیز به ذکر مثال می‌پردازند: «ای پسر من تو را از دنیا و تحولات گوناگونش و نابودی و دست‌به‌دست گردیدنش آگاه کردم و از آخرت و آنچه برای انسان‌ها در آنجا فراهم است، اطلاع دادم و برای هر دو، مثال‌ها زدم؛ تا پند پذیری و راه و رسم زندگی بیاموزی. همانا داستان آن‌کس که دنیا را آزمود، چونان مسافرانی است که در سرمزلی بی‌آب و علف و دشوار اقامت دارند و قصد کوچ کردن به سرزمینی را دارند که در آنجا آسایش و رفاه فراهم است. پس مشکلات راه را تحمل می‌کنند و جدایی دوستان را می‌پذیرند و سختی سفر و ناگواری غذا را با جان و دل قبول می‌کنند؛ تا به جایگاه وسیع و منزلگاه امن با آرامش، قدم بگذارند و از تمام سختی‌های طول سفر احساس ناراحتی ندارند و هزینه‌های مصرف‌شده را غرامت نمی‌شمارند و هیچ چیز برای آنان دوست داشتنی نیست؛ جز آنکه به منزل امن و محل آرامش برسند. اما داستان دنیاپرستان همانند گروهی است که از جایگاهی پر از نعمت‌ها می‌خواهند به سرزمین خشک و بی‌آب و علف کوچ کنند، پس در نظر آنان، چیزی ناراحت‌کننده‌تر از این نیست که از جایگاه خود جدا می‌شوند و ناراحتی‌ها را باید تحمل



کنند» (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱). از جمله ویژگی‌های مثال‌های استفاده شده، سادگی و قابلیت فهم آن برای مخاطب است که به تأثیرگذاری بیشتر آن در مخاطب و متقاعد ساختن او کمک می‌کند.

۷. شیوه‌های مشترک در نامه‌های اخلاقی و سیاسی

برخی شیوه‌های به‌کار رفته در نامه‌های نهج‌البلاغه، در هر دو نوع نامه سیاسی و اخلاقی، قابل مشاهده است. اگر برخی شیوه‌ها مثل تهدید، با نامه سیاسی و برخی مثل موعظه، با نامه اخلاقی تناسب دارد؛ برخی شیوه‌ها مثل استفاده از آرایه‌های ادبی، برای هر دو نوع مناسب است. در ادامه نمونه‌هایی معرفی می‌شوند.

۷-۱. ارجاع به تجربیات (و تاریخ)

یکی از روش‌هایی که حضرت(ع) در ارائه پیام‌های اخلاقی و سیاسی از آن بهره برده‌اند، ارجاع مخاطب به تجارب، به‌ویژه تجربه‌های تاریخی است. تأکید حضرت بر استفاده از تجربیات و عبرت‌آموزی از آن، به‌صراحت در سخنان حضرت(ع) مطرح است. برخی نمونه‌های آن بدین شرح‌اند: ایشان در وصیت به فرزندش امام حسن(ع) می‌فرماید: «با آنچه در گذشته دیده‌ای و شنیده‌ای، بر آنچه هنوز نیامده است، استدلال کن؛ به‌درستی که امور، شبیه یکدیگرند» (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱).

«پسرم درست است که من به‌اندازه پیشینیان عمر نکرده‌ام؛ اما در کردار آنها نظر افکندم و در اخبارشان اندیشیدم و در آثارشان سیر کردم، تا آنجا که گویا یکی از آنان شده‌ام؛ بلکه با مطالعه تاریخ آنان، گویا از اوّل تا پایان عمرشان با آنان بوده‌ام. پس قسمت‌های روشن و شیرین زندگی آنان را از دوران تیرگی شناختم و زندگانی سودمند آنان را با دوران زیان‌بارش شناسایی کردم. سپس از هر چیزی، مهم و ارزشمند آن را و از هر حادثه‌ای، زیبا و شیرین آن را برای تو برگزیدم و ناشناخته‌های آنان را دور کردم» (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱). «من به تعلیم تو مبادرت ورزیدم، پیش از آنکه قلبت سخت شود و عقل و فکرت به امور دیگری مشغول گردد؛ تا با تصمیم جدی به استقبال اموری بشتابی که اندیشمندان و اهل تجربه، زحمت آن را کشیده‌اند و تو را از تلاش بیشتر بی‌نیاز ساخته‌اند. بنابراین، آنچه از تجربیات آنها نصیب ما شده، نصیب تو هم خواهد شد؛ بلکه شاید پاره‌ای از آنچه بر ما مخفی مانده، بر تو روشن گردد» (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱). امیرالمؤمنین(ع) معاویه را نیز به عبرت‌پذیری از گذشته برای اصلاح و حفظ آینده فرامی‌خواند: «اگر از آنچه گذشته عبرت‌گیری، آنچه را که باقی مانده، می‌توانی حفظ کنی» (نهج‌البلاغه، نامه ۴۹). اما دو مورد که حضرت، این شیوه را عملاً به‌کار برده‌اند: امیرالمؤمنین(ع) در یکی از نامه‌ها با زنده کردن یک حادثه پیشین برای معاویه، او را شبیه به برخی بستگان کافر و کشته شده‌اش معرفی می‌کند و سپس، با یادآوری سرنوشت آنها، معاویه را به عبرت‌گیری از تجربه آنها دعوت می‌کند: «چقدر به عموها و دایی‌های کافرت شباهت داری. شقاوت و آرزوی باطل، آنها را به انکار نبوت محمد(ص) واداشت و چنانکه می‌دانی، در گورهای خود غلتیدند. نه در برابر مرگ توانستند دفاع کنند و نه آن‌گونه که



سزاوار بود از حریمی، حمایت و نه در برابر زخم شمشیرها خود را حفظ کردند» (نهج البلاغه، نامه ۶۴). نمونه دیگر آن را در نامه ۱۴ می‌توان مشاهده کرد، که پیش از جنگ صفین، لشکریان خود را از تعرض به زنان برحذر می‌دارد و برای تثبیت این پیام، سوابق عرب در این نحوه برخورد را یادآوری می‌کند. «در روزگاری که زنان مشرک بودند، مأمور بودیم دست از آزارشان برداریم و در جاهلیت اگر مردی با سنگ یا چوب‌دستی، به زنی حمله می‌کرد، او و فرزندانش را سرزنش می‌کردند» (نهج البلاغه، نامه ۱۴). نمونه‌های استناد به تجربیات تاریخی در مسائل اخلاقی را در خطبه‌های امیرالمؤمنین (ع) بیشتر می‌توان مشاهده کرد؛ اما به دلیل اینکه موضوع مطالعه، نامه‌ها است، از ذکر آنها اجتناب می‌شود. برای مشاهده نمونه آن، به خطبه ۱۸۲، آنجا که درباره حضرت سلیمان سخن می‌گوید، رجوع شود.

۷-۲. تأیید یا تقویت پیام با منبع معتبر

استفاده از روش تأیید اجتماعی ازجمله روش‌های متداول در تبلیغات سیاسی یا تجاری برای انتقال پیام و فراهم کردن زمینه پذیرش بیشتر آن از سوی مخاطب است. مثال آن، جایی است که تعداد زیادی از مردم مصرف یک کالا را در پیام بازرگانی تأیید می‌کنند و یا حضور زیاد طرفداران یک نامزد انتخاباتی در فیلم تبلیغاتی، دلیل بر پذیرش عمومی آن نامزد و دریافت تأیید اجتماعی تلقی می‌گردد. افزون بر تأیید اجتماعی، گاه تأیید از طریق نقل نظر نخبگان یا متن‌های معتبر، صورت می‌گیرد. مشابه چنین شیوه‌ای در نامه‌های نهج البلاغه نیز قابل مشاهده است. حضرت برای دریافت تأیید یا تقویت پیام خود، از قرآن یا سخن پیامبر (ص) که در نزد مخاطبان، دارای اعتبار است، استفاده می‌کند. مستند ساختن سخن خود به قرآن یا روایت در هنگام سخن با همچون معاویه، می‌تواند جنبه جدلی داشته باشد. ولی برای دیگری به جز معاویه که این نامه را می‌بیند؛ علاوه بر بُعد جدلی، می‌تواند بُعد تأییدی برای محتوای پیام نیز داشته باشد. امام علی (ع) بعد از جنگ نهروان، در نامه‌ای خطاب به معاویه (نهج البلاغه، نامه ۶۵)، در بیان علل گمراهی‌اش، او را پیرو پیشینیان باطلش معرفی می‌کند. ایشان معاویه را از دنبال کردن راه باطل برحذر می‌دارد و تأکید می‌کند که اگر از راه حق خارج شدی؛ یقیناً در راه باطل قرار گرفته‌ای و این بیان را به کمک آیه قرآن مطرح می‌کند که: «بعد از حق، چیزی جز گمراهی وجود دارد؟» (یونس، ۳۲). ایشان در نامه‌ای دیگر به محمد بن ابی‌بکر در هنگام انتصاب او به استانداری مصر می‌نویسد: «امام هدایتگر و زمامدار گمراهی، هیچ‌گاه مساوی نخواهند بود؛ چنان‌که دوستان پیامبر (ص) و دشمنانش برابر نیستند. پیامبر اسلام (ص) به من فرمود: «بر امت اسلام، نه از مؤمن و نه از مشرک هراسی ندارم؛ زیرا مؤمن را ایمانش بازداشته و مشرک را خداوند به جهت شرک او نابود می‌سازد. من بر شما از مرد منافقی می‌ترسم که درونی دو چهره و زبانی عالمانه دارد؛ گفتارش دلپسند و رفتارش، زشت و ناپسند است» (نهج البلاغه، نامه ۲۷). اینگونه تأیید یا تقویت محتوای پیام، در نامه‌های اخلاقی نیز قابل مشاهده است. برای مثال در نامه ۲۳ که وصیت حضرت در هنگام ضربت خوردن است، در دو جای سخن، نظر خود را با آیه قرآن



تقویت و تثبیت می‌کند. «من دیروز یار و مصاحب شما بودم و امروز، مایهٔ عبرت شما هستم و فردا از میان شما می‌روم. اگر زنده بمانم، خود اختیار خون خود را دارم و اگر بمیرم، مرگ میعادگاه من است. اگر عفو کنم، موجب تقرب من به خدا است و برای شما حسنه است. پس عفو کنید: «آیا دوست ندارید که خدا پیام‌رزدتان». به خدا سوگند، چون بمیرم، چیزی که آن را ناخوش دارم، به سراغم نخواهد آمد، یا کسی که دیدارش را نخواستہ باشم، بر من آشکار نخواهد شد. من همانند تشنه‌ای هستم که به طلب آب می‌رود و آب می‌یابد. «آنچه نزد خداوند است، برای نیکان بهتر است» (نهج‌البلاغه، نامه ۲۳). نمونه دیگر آن، جایی است که امیرالمؤمنین (ع) در وصیت به فرزندان‌شان و در بیان توصیه‌های اخلاقی، از جمله توصیه به اصلاح ذات‌البین، به کلامی از پیامبر (ص) استناد می‌کند و می‌فرماید: «شما را و تمام فرزندان و خاندانم را و کسانی را که این وصیت به آنها می‌رسد، به ترس از خدا و نظم در امور زندگی و ایجاد صلح و آشتی در میان‌تان سفارش می‌کنم؛ زیرا من از جدّ شما پیامبر (ص) شنیدم که می‌فرمود: «اصلاح دادن بین مردم، از نماز و روزهٔ یک سال، برتر است» (نهج‌البلاغه، نامه ۴۷).

۷-۳. آرایه‌های ادبی

یکی از اصول اولیه برای ارائه مؤثر پیام، قابل فهم، ساده و روشن بودن محتوای پیام است. افزون بر آن، استفاده از آرایه‌های ادبی در زیبایی، گیرایی و پذیرش هرچه بیشتر پیام، اثر شایانی دارد. در این باره، نهج‌البلاغه، یکی از آثار فاخر و ماندگار اسلامی و عربی محسوب می‌شود. چنانکه نام آن نهج و روشش بلاغت است و این اثر بزرگ اسلامی و حتی ترجمهٔ آن، به گونه‌ای است که هم ادیبان و هم مخاطبان عادی به دلیل آنکه گرفتار زیبایی و بلاغت و فصاحت آن می‌شوند، از پیام‌های آن دوجندان تأثیر می‌پذیرند. با لحاظ این ویژگی بارز نهج‌البلاغه که در نامه‌ها نیز ساری و جاری است، آوردن شاهد مثال دشوار می‌گردد و هر نامه، خود، مصداقی برای مدعا است. آثاری در باب این بُعد از نهج‌البلاغه وجود دارد که یک مورد، در پیشینه پژوهش بیان شد. نمونه دیگر قابل مراجعه، پژوهشی با عنوان «بررسی آرایه‌های ادبی (بدیع) در نامه‌های نهج‌البلاغه» (لطفی، ۱۳۹۲) است. یک نمونه از این موارد در بخش نامه‌های سیاسی و در ذیل تهدید، از نامه ۲۸ نقل گردید. در نامه‌های اخلاقی نیز از جمله می‌توان به نامه مشهور امام (ع) به فرزندش امام حسن (ع)، یعنی نامه ۳۱، مثال زد و برای یافتن شاهد مثال می‌توان به هر بخشی از این نامه طولانی مراجعه کرد.

۸. نتیجه‌گیری

در این پژوهش، کوشش شد تا شیوه‌های اقناع‌گری به کار رفته در نامه‌های نهج‌البلاغه شناسایی و معرفی شوند. بی تردید، به دلیل عمق نامه‌ها و زوایه‌دها و حساسیت‌های نظری متفاوت پژوهشگران، همچنان می‌توان شمار شیوه‌های اقناعی استفاده شده در نهج‌البلاغه و نامه‌های آن را به میزان زیادی افزایش داد. کما اینکه موارد جدید دیگری نیز شناسایی شده و یا در حد فرضیه برای نویسندگان مطرح بود؛



اما در این نوشتار، فرصت طرح آنها فراهم نشد. شیوه‌های اقتناع‌گری شناسایی شده با لحاظ دو نوع نامه سیاسی و اخلاقی در سه دسته سیاسی، اخلاقی و مشترک، جای گرفت؛ که بیشترین شیوه‌های شناسایی شده مربوط به نامه‌های سیاسی است. البته، حجم نامه‌های سیاسی نیز بیش از نامه‌های اخلاقی است. در پیام‌های سیاسی، شش شیوه اقتناع‌گری و در پیام‌های اخلاقی، سه شیوه یافت شد. سه شیوه نیز در هر دو نوع، مشترک بود که موارد یافت شده در جدول (۱) آمده است. براین اساس، در کل، ۱۲ شیوه شناسایی گردید که صرف‌نظر از اشتراکات، ۹ شیوه در نامه‌های سیاسی و شش شیوه در نامه‌های اخلاقی به کار رفته‌اند. از سویی، تناسب برخی شیوه‌ها با نوع نامه‌ها نیز روشن است. مثلاً شیوه اقتناعی جدال احسن و دو شیوه تحقیر و تهدید، تناسب زیادی با نامه‌های سیاسی دارند؛ اما شیوه‌ای مثل بیان روایی که در پیام‌های سیاسی استفاده شده، در پیام‌های اخلاقی نیز قابل استفاده است؛ هرچند در این تحقیق مصداقی برای آن یافت نشد و یا شیوه‌های طرح سؤال و موعظه، با نامه‌ها و پیام‌های اخلاقی تناسب دارد.

جدول ۱- شیوه‌های اقتناع‌گری در نامه‌های نهج البلاغه

نامه‌های سیاسی	نامه‌های اخلاقی	مشترک بین نامه‌های اخلاقی و سیاسی
۱. تحریک و ترغیب	۱. طرح سؤال	۱. ارجاع به تجربیات و تاریخ
۲. جانبداری در پیام	۲. استدلال‌آوری	۲. تأیید یا تقویت پیام با منبع معتبر
۳. جدال احسن	۳. موعظه	۳. آرایه‌های ادبی
۴. بیان روایی		
۵. تحقیر و کوچک شمردن (دشمن)		
۶. تهدید		

در این میان و با لحاظ بهره‌گیری از مفاهیم حساس بلومر می‌توان گفت: برخی شیوه‌ها همچون دریافت تأیید از منابع خاص دینی، تأکید نسبتاً زیاد بر استفاده از تاریخ و تجربه‌ها و بهره‌گیری از روش موعظه و شیوه طرح سؤال، که برانگیزاننده فطرت مخاطب باشد، در شیوه‌های مطرح در تبلیغات سیاسی و بازرگانی متداول وجود نداشت؛ ولی امام علی (ع) در رتبه نخست، در نامه‌های اخلاقی و در رتبه بعد، در نامه‌های سیاسی از آنها استفاده کرده‌اند. تحقیر و تهدید نیز هرچند از موارد مشترک بین نامه‌های حضرت و شیوه‌های اقتناعی مطرح در علم ارتباطات است؛ اما تحقیقاً با ضوابط خاص فقهی از سوی حضرت، به کار می‌رفته است که در تحقیقات دیگر می‌توان به مطالعه این موارد پرداخت.



منابع

قرآن کریم.

نهج‌البلاغه.

- ابن میثم (۱۳۷۵). شرح نهج‌البلاغه. قم: دفتر نشر الکتاب، ج ۵.
- ادیبی، حسین؛ انصاری، عبدالمعبود (۱۳۵۸). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: جامعه اسلامی، شعیب (۱۳۹۴). روش‌های اقناع در نهج‌البلاغه. قم: دانشکده صداوسیما.
- ایمان، محمدتقی؛ نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش، ۳(۲)، ص ۱۵-۴۴.
- بلادر، علی (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های پیام فرست و پیام دینی از منظر امام علی (ع) با تأکید بر نهج‌البلاغه و غررالحکم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. قم: دانشکده صداوسیما.
- بهادری، حسین (۱۳۹۵). مولفه‌های ارتباطی پیام در نامه‌های حضرت رسول اکرم (ص). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. قم: دانشکده صداوسیما.
- پراتکانیس، آنتونی؛ آرنسون، الیوت (۱۳۷۹). عصر تبلیغات. مترجم: کاووس سید امام و محمدصادق عباسی. تهران: سروش.
- تقوی، سید مهدی (۱۳۹۵). تدوین اصول مخاطب‌شناسی براساس تحلیل محتوای نامه‌های امیرالمؤمنین (ع) در نهج‌البلاغه. قم: مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه.
- حسومی، ولی‌الله (۱۳۹۳). نگاهی تازه به فن بیان حضرت علی (ع) در نهج‌البلاغه. کتاب قیم، شماره ۱۱، ص ۱۵۳-۱۸۶.
- حکیم آرا، محمدعلی (۱۳۸۴). ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ. تهران: سمت.
- حیدری، فرقانی (بی‌تا). قرآن در قرآن. تهران: اداره آموزش عقیدتی سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه.
- فیسک، جان (۱۳۸۸). درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غبرایی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- کاویانی، محمد (۱۳۸۷). روانشناسی و تبلیغات. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- لطفی، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی آرایه‌های ادبی (بدیع) در نامه‌های نهج‌البلاغه. قزوین: دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۵). سیری در نهج‌البلاغه. تهران: انتشارات صدرا.
- موسوی، سید صادق (۱۳۷۶). تمام نهج‌البلاغه. تهران: مکتب نشر الثقافه الإسلامی.