

## A Pragmatic Study of Argumentation Techniques in the Proverbs of Nahj al-Balagha

Vol. 16, No. 4, Tome 88  
pp. 271-304  
September & October  
2025

Seyyed Mehdi Masboogh<sup>1</sup> \*, Hosein Rajabi Ala<sup>2</sup> , & Seyyed Hassan Fatehi<sup>3</sup> 

### Abstract

Linguistic pragmatics, a major branch of linguistics, views discourse coherence as the product of interaction between language users and textual context. It examines the ability and strategies of using language to construct contextually relevant sentences, revealing how speech gains meaning in specific situations. Pragmatics focuses on meaning as conveyed by the speaker and interpreted by the listener or reader. Argumentation, as a communicative-linguistic process, is employed by the speaker to shift the audience's attitudes and perspectives, provoking reflection through diverse rhetorical techniques. This study critiques and analyzes argumentation strategies in selected proverbs from *Nahj al-Balagha* to achieve a more precise reading and understanding of these proverbs. For this research, 95 proverbs with frequent argumentative techniques were analyzed, drawing from Muhammad al-Gharawi's book *Proverbs and Maxims Extracted from Nahj al-Balagha*. The results demonstrate that Imam Ali (AS), while adhering to linguistic evolution, skillfully employed rhetorical-persuasive strategies, quasi-logical structures, admonition, simile, metaphor, allegory, and allusion to articulate ethical, social, and political concepts. This reflects his linguistic competence and pragmatic mastery.

**Keywords:** Pragmatics, Argumentation, Linguistic Techniques, Proverbs, Nahj al-Balagha.

<sup>1</sup> Corresponding Author, Professor of Arabic Language and Literature, Bu- Ali Sina University, Hamedan, Iran, [ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0739-982X](https://orcid.org/0000-0003-0739-982X), Email: [mmm@basu.ac.ir](mailto:mmm@basu.ac.ir)

<sup>2</sup> PhD in Arabic Language and Literature, Bu- Ali Sina University, Hamedan, Iran , [ORCID: https://orcid.org/0009-0009-3939-4629](https://orcid.org/0009-0009-3939-4629)

<sup>3</sup> Assistant Professor of Arabic Language and Literature, Bu- Ali Sina University, Hamedan, Iran, [ORCID: https://orcid.org/0009-0004-5086-8593](https://orcid.org/0009-0004-5086-8593)

## 1. Introduction

Discourse is defined as "the use of language for communication," highlighting the inherently bidirectional relationship between language and discourse. Linguistic pragmatics, a prominent approach in modern linguistics, examines how speech acts between speaker and audience fulfill specific communicative goals. The persuasive dimension of language is a foundational element of pragmatics. This study explores the techniques speakers employ to attract and persuade audiences, which is a key objective of both applied linguistics and this research. It identifies the pragmatic dimensions of argumentation, its efficacy in conveying implicit meanings, and the linguistic-literary beauty of *Nahj al-Balagha's* proverbs in influencing audiences. From the vast corpus of proverbs in *Nahj al-Balagha*, 95 examples from Muhammad al-Gharawi's *Proverbs and Maxims Extracted from Nahj al-Balagha* were selected as the research dataset. The research questions guiding this study are:

1. What is the relationship between argumentative techniques, meaning transmission, and the creation of trust and persuasion in guiding audiences?
2. How effective is this approach in conveying meaning?
3. Which argumentation techniques are most prevalent in interpreting and contextualizing Imam Ali's (AS) words?

## 2. Literature Review

Argumentation is a communicative, linguistic process aligned with discourse. Through dialogue, the speaker transfers their mental perceptions to the listener, using argumentative speech to persuade and reshape the audience's thoughts. The primary goal of argumentation is to influence the listener's behavior and mindset. Persuasion is thus essential to argumentative discourse. Given Imam Ali's (AS) engagement with diverse opponents and followers during his leadership, he employed various methods—such as

sermons, admonitions, persuasion, and argumentation—to communicate and counsel effectively.

### 3. Methodology

This study adopts a pragmatic reading of *Nahj al-Balagha*'s proverbs to analyze their argumentative techniques, drawing on Chaïm Perelman's theory of argumentation, which revived this concept in the latter half of the 20th century. The research identifies the pragmatic dimensions of argumentation, its role in conveying implicit meanings, and the literary-linguistic beauty of the proverbs in influencing audiences.

### 4. Results

The pragmatic analysis of *Nahj al-Balagha*'s proverbs yielded the following results:

1. Imam Ali (AS) utilized diverse methods to persuade and shift his audience's beliefs, with argumentation being a frequent strategy. This linguistic approach, prominent in the proverbs, enhanced the coherence of his discourse and strengthened its delivery.
2. Themes such as audience preparation, guiding the misguided, promoting peace, foresight, rejecting materialism, and ethical lessons permeate *Nahj al-Balagha*, reflecting Imam Ali's (AS) intentionality in conveying meanings. His emphasis on principles like combating injustice, preparing for death, and understanding worldly and spiritual realms underpinned his persuasive process. His sermons and admonitions were contextually tailored to maximize impact.
3. By analyzing the proverbs examined in this study, it was revealed that the frequent application of argumentation technique particularly methods such as inducement, persuasion, caution, analogy, and allusion, alongside

references to Imam Ali's (AS) status within the discourse context—has established argumentation as a distinctive stylistic feature of *Nahj al-Balagha*.





دوماهنامه بین‌المللی

د ۱۵، ش ۶ (پیاپی ۸۱)، مهر و آبان ۱۴۰۴، صص ۲۷۱-۳۰۴

مقاله پژوهشی

<https://lrr.modares.ac.ir/article-14-61363-fa.html>

## خوانش کاربردشناختی تکنیک‌های برهان‌ورزی در ضرب‌المثل‌های نهج‌البلاغه

سیدمهدی مسبوق<sup>۱\*</sup>، حسین رجبی علا<sup>۲</sup>، سید حسن فاتحی<sup>۳</sup>

۱. استاد زبان و ادبیات عربی، دانشگاه بوعلی‌سینا، همدان، ایران.

۲. دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی، دانشگاه بوعلی‌سینا، همدان، ایران.

۳. استادیار زبان و ادبیات عربی، دانشگاه بوعلی‌سینا، همدان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۳

### چکیده

کاربردشناسی زبان از شاخه‌های اصلی زبان‌شناسی است که انسجام گفتمانی را حاصل تعامل کاربران زبان و بافت متن می‌داند؛ از این رو موضوع آن مطالعه توانایی و قابلیت‌های استفاده از زبان و ساختن جملات مرتبط با بافت است تا نشان دهد که چگونه گفتار در موقعیت‌ها معنا می‌یابد. کاربردشناسی زبان به مطالعه معنا می‌پردازد؛ معنایی که گوینده آن را منتقل می‌کند و شنونده یا خواننده آن را تفسیر می‌کند. در این میان احتجاج و برهان‌ورزی فرایندی ارتباطی - زبانی است که متکلم در راستای تغییر نگرش و دیدگاه مخاطب آن را به‌کار می‌گیرد و در جهت اهداف موردنظر، اندیشه وی را به تکاپو و می‌دارد و در این فرایند از فنون و شیوه‌های گوناگونی بهره می‌گیرد. در جستار پیش‌رو شگردهای برهان‌ورزی در شماری از ضرب‌المثل‌های نهج‌البلاغه مورد نقد و تحلیل قرار گرفت تا از این رهگذر خوانش و فهم دقیق‌تری از این امثال به‌دست آید. برای انجام این پژوهش تعداد ۹۵ نمونه از مَثَل‌هایی که تکنیک‌های برهان‌ورزی در آن‌ها دارای فراوانی بیشتری بودند، براساس کتاب *الأمثال و الحکم المستخرجه من نهج‌البلاغه* نوشته محمد الغروی، مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که امام علی(ع) ضمن توجه به قوانین تطور زبان، در جهت اقناع و متقاعدسازی مخاطب، از انواع راهبردهای زبانی - بلاغی، روش‌های اقناع، ساختارهای شبه‌منطقی، رویکردهای بلاغی، موعظه، تشبیه، کنایه، تمثیل و استعاره بهره‌جسته و به صورت هنرمندانه، مفاهیم اخلاقی، اجتماعی و سیاسی مورد نظر خویش را در قالب واژگان مطرح کرده که بیانگر توانش زبانی و کاربردشناختی امیر بیان (ع) است.

واژه‌های کلیدی: کاربردشناسی، برهان‌ورزی، تکنیک‌های زبانی، ضرب‌المثل، نهج‌البلاغه.

E-mail: [smm@basu.ac.ir](mailto:smm@basu.ac.ir)

نویسنده مسئول مقاله:

## ۱. مقدمه

زبان یک سیستم قراردادی منظم از آواها یا نشانه‌های کلامی یا نوشتاری است که توسط انسان‌های متعلق به یک گروه اجتماعی یا فرهنگی خاص برای دریافت و فهم ارتباطات و اندیشه‌ها به کار برده می‌شود. زبان‌شناسان، زبان را از دو جنبه اساسی مورد بررسی قرار می‌دهند: نخست جنبه شکلی زبان که نزد پژوهشگران غرب به بررسی ساختار زبانی شهرت یافته است و دوم جنبه ارتباطی زبان که در نظرگاه زبان‌شناسان نظری، پیوندی ژرف با گفتمان<sup>۱</sup> و تحلیل آن دارد. از آنجا که گفتمان به معنای «کاربرد زبان به منظور برقراری ارتباط است» (بوقره، ۲۰۱۲، ص. ۲۲) بنابراین ارتباط میان زبان و گفتمان، ارتباطی کاملاً دوسویه به‌شمار می‌رود. کاربردشناسی زبان که به بررسی فرایند کاربرد کلام میان متکلم و مخاطب در جهت تحقق انگیزه ارتباطی معین میان طرفین می‌پردازد، از جمله رویکردهایی است که در زبان‌شناسی جدید از حوزه گسترده‌ای برخوردار است و بُعد اقناعی زبان، از بن‌مایه‌های اساسی کاربردشناسی به‌شمار می‌رود. بیان این نکته که در روند گفتمان، متکلم جهت جذب مخاطب و متقاعد ساختن او از چه تکنیک‌هایی بهره می‌جوید، همواره از مهم‌ترین راهبردهای اساسی زبان‌شناسی کاربردی و نیز از اهداف اصلی این پژوهش است. از این‌رو پژوهش پیش‌رو بر آن است که با خوانش کاربردشناختی امثال نهج/البلاغه، تکنیک‌های احتجاج و برهان‌ورزی در این امثال را با تکیه بر نظریه چایم پرلمان به‌عنوان پیشتان نظریه احتجاج که در نیمه دوم سده بیستم این اصطلاح را احیا کرد، مورد بازکاوی قرار دهد. در این راستا ابعاد کاربردشناختی احتجاج و میزان کارایی این شیوه در بیان غیرمستقیم معانی پنهان شناسایی شده و زیبایی زبانی و ادبی امثال نهج/البلاغه و جنبه‌های تأثیرگذاری آن بر مخاطب تبیین می‌شود. با توجه به پرشمار بودن امثال نهج/البلاغه در این پژوهش ۹۵ نمونه از این امثال از کتاب الْأَمْثَالُ وَالْحِكْمُ الْمُسْتَخْرَجَةُ نوشته محمد الغروی به‌عنوان پیکره پژوهش انتخاب شده است. پرسش‌های پیش‌روی پژوهش حاضر عبارت‌اند از اینکه چه نسبتی میان تبیین تکنیک‌های احتجاج، انتقال معنا و ایجاد فضایی آمیخته از جلب اعتماد و اقناع‌سازی برای مخاطبان و در نتیجه ترغیب آن‌ها به مسیر هدایت وجود دارد؟ بهره‌گیری از این رویکرد تا چه میزان در انتقال معنا مفید بوده است؟ کدامیک از تکنیک‌های برهان‌ورزی در تفسیر و تأویل سخنان ایشان کاربرد بیشتری دارد؟

## ۲. پیشینه پژوهش

تا آنجا که نگارندگان این سطور جست‌وجو کرده‌اند پژوهشی درخصوص تکنیک‌های برهان‌ورزی در امثال نهج‌البلاغه صورت نگرفته، اما در این میان پژوهش‌هایی با کاربرست نظریه احتجاج انجام شده که به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

پایان‌نامه «الحجاج فی خطب صدرالإسلام خطب الخلفاء الراشدين نموذجاً» نوشته رحمون زولیکه، دانشگاه محمد خیضر، ۲۰۱۵ م. در این پایان‌نامه، نویسنده پس از تعریف مبانی نظری احتجاج، از هر کدام از ابوبکر، عمر، عثمان و امام علی(ع)، یک خطبه را مورد بررسی قرار داده و بخشی از آن به خطبه جهاد امام(ع) اختصاص یافته است.

مقاله «السلم الحجاجی فی کتاب الإمام علی(ع) لمالک الأشتري لماً ولأه مصر»، نوشته رجاء محسن حمد، مجله اللغة العربية وآدابها، این مقاله نامه حضرت به مالک اشتر را با مدنظر قرار دادن ابزارهای زبانی نظیر لکن، بل، حتی، لأن، لام تعلیل، لکی، لکیلا، واو، فاء، ثم، إنما، نفی و استثنا و تأکید مورد بررسی قرار داده است.

مقاله «دراسة آليات الإقناع و الحجاج فی رسائل الامام علی(ع) فی نهج البلاغة (الرسالة الخامسة و الاربعون نموذجاً)» نوشته مهدی عابدی و منتشرشده در مجله إضاءات نقدیه. نویسنده در این مقاله به بررسی موضوع احتجاج و اقناع در نامه امام علی(ع) به عثمان بن حنیف انصاری پرداخته و کوشیده رویکرد امام(ع) در کاربرد احتجاج به‌منظور تأثیرگذاری بر مخاطب و بیان مقاصد ایشان را تبیین کند. نویسنده معتقد است امام(ع) در این نامه با به‌کارگیری استراتژی همیاری که عبارت است از اینکه متکلم خود را در جایگاه مخاطب ببیند و موقعیت و جایگاه خود را نادیده انگارد، گاه به ستایش و گاه به توبیخ خود و مخاطب پرداخته است.

مقاله «بررسی و تحلیل شگرد احتجاج درکلمات قصار امام علی(ع)» نوشته علی نجفی ایوکی، منصوره طالبیان، مجله پژوهشنامه نهج‌البلاغه. در این مقاله قابلیت شگرد احتجاج در شماری از کلمات قصار امام علی(ع) تبیین شده است. مقاله «سبک استدلال‌های امام علی(ع) علیه مخالفان در نهج‌البلاغه» نوشته علی‌اکبر عباسی، مجله شیعه‌شناسی. نویسنده در این مقاله به بررسی شیوه‌های استدلال امام علی(ع) در برابر مخالفان خود پرداخته و بیان داشته که آن حضرت به شیوه‌ای عاقلانه و مطابق با دیدگاه‌ها و افکار مخالفان به احتجاج با آن‌ها پرداخته است.

مقاله «بررسی نقش ضرب‌المثل‌ها در فهم و زیباسازی تعابیر نهج‌البلاغه» نوشته علی محمد میر جلیلی و مریم توکلیان، نشریه مطالعات ادبی متون اسلامی. نویسندگان در این مقاله به تحلیل زیبایی‌شناختی ضرب‌المثل‌ها در نهج‌البلاغه پرداخته‌اند.

مقاله «کاربست بینامتنیت در فهم امثال نهج‌البلاغه» نوشته محمدرضا پیرچراغ و عبدالهادی فقهی‌زاده، نشریه مطالعات فهم حدیث. نویسندگان در این مقاله روابط بینامتنی ضرب‌المثل‌های نهج‌البلاغه با سایر متون را بررسی و ضمن بررسی انواع روابط بینامتنی، میزان تأثیر این روابط در فهم بهتر امثال را تبیین کرده‌اند.

مقاله «حسن الإقناع؛ تعریف و أسالیبه فی نهج‌البلاغه» نوشته حیدر زهراب و همکاران و منتشرشده در فصلنامه/سان مبین. نویسندگان در این مقاله ضمن بررسی اقناع و انواع آن به مقایسه مبحث اقناع با دیگر مباحث شبیه به آن پرداخته و بر این نکته تأکید داشته‌اند که در اقناع از روش‌های مختلف عقلی، عرفی، شرعی، تاریخی یا ترکیبی از همه آن‌ها برای تأثیر بیشتر در مخاطب می‌توان بهره برد.

مقاله «بررسی عنصر طنز در نهج‌البلاغه و نقش آن در تصویرسازی مفاهیم» نوشته ولی‌الله حسومی و همکاران. نویسندگان در این مقاله با بررسی عنصر طنز در نهج‌البلاغه آن را یکی از ابزارهای مهم اقناع و تصویرسازی و جذب مخاطب به شمار می‌آورند.

مقاله «روش‌های اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه» نوشته سعید امیر کاوه و شعیب اسلامی. نویسندگان در این پژوهش به بررسی روش‌های کلامی و غیرکلامی اقناع مخاطب پرداخته و بیان داشته‌اند که مواردی همچون حکمت، جدال احسن، تجربه، استناد به منبع معتبر، موعظه و سیره عملی و زبان بدن از جمله این روش‌ها هستند که در نهج‌البلاغه نمود چشمگیری دارند.

چنانکه گفته شد هیچ‌یک از این پژوهش‌ها، به نقد و بررسی تکنیک‌های برهان‌ورزی در امثال نهج‌البلاغه با خوانش کاربردشناختی نپرداخته است؛ از این رو، پژوهش پیش‌رو از این نظر، در نوع خود نو به‌شمار می‌رود.

### ۳. تعریف کاربردشناسی

یکی از عوامل مهم در تعبیر جملات، دانشی است که کاربردشناسی نامیده می‌شود. کاربردشناسی<sup>۲</sup> حوزه‌ای از علم زبان‌شناسی است که به بررسی معنی مورد نظر گوینده در مقابل معنی واژه یا جمله

می‌پردازد. به گفته جورج یول «این علم به بررسی مقصود گوینده (یا نویسنده) و درک و دریافت شنونده (یا خواننده) از مطلب بیان‌شده یا ارتقا‌شده می‌پردازد. علاوه بر مفهوم لفظی و ظاهری کلمات و جملات، کاربردشناسی به مطالعه ارتباط عناصر با دنیای واقعی و مصداق آن‌ها در بافت موجود می‌پردازد» (یول، ۱۳۸۷، مقدمه). همچنین طبق نظر چارلز موریس کاربردشناسی یعنی «مطالعه توانایی سخن‌گویان در هماهنگ کردن جملات با بافت» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۱۴۰). «جان گوتینگ در مقدمه کتاب کاربردشناسی و گفتمان، با ذکر یک مثال تفاوت معناشناسی و کاربردشناسی را بیان کرده است: معناشناسی مطالعه معنای کلمات است، به خودی خود و بیرون از بافت، همانگونه که در فرهنگ لغت توضیح داده شده است و به پس‌زمینه متن یا اینکه چرا چنین کلماتی گفته شده توجهی ندارد، اما کاربردشناسی به قصد گوینده یا نویسنده و معنای ضمنی جمله‌ها می‌پردازد و در مطالعه متن، بافت و کارکرد متن را نیز مطالعه می‌کند» (درپر، ۱۳۹۲، ص. ۲۷۲). مطالعه دقیق فرایندهای نظام زبانی در دیالوگ‌ها، در دریافت عمیق‌تر ما از چگونگی عملکرد متن و درک زوایای دقیق معنایی آن بسیار مؤثر است و استفاده از آرای کاربردشناسی زبان ابزار مفیدی در رسیدن به این مقصود است. کاربردشناسی دارای چهار شاخه مهم در مبحث زبان‌شناسی است که یکی از این مباحث، «کنش‌های گفتاری»<sup>۲</sup> است که برشناخت‌شناسی و کاربردشناسی زبان تمرکز دارد و با نظریه‌پردازانی چون لیکاف، آستین، سرل، گرایس و غیره مطرح شده است. طبق نظریه کنش گفتاری، واحد متن یا گفته، کنش گفتاری یا کارگفت است؛ به این معنی که گوینده در ضمن کلام خود، کاری را انجام می‌دهد. به بیان دیگر «افراد برای بیان ایده‌های خود، نه تنها از سخنانی حاوی ساختارهای گرامری و لغوی استفاده می‌کنند، بلکه اعمالی نیز از طریق این گفته‌ها انجام می‌دهند» (یول، ۱۳۸۷، ص. ۶۵). از دیگر مباحث مطرح در علم کاربردشناسی، مبحث پیش‌انگاشت<sup>۳</sup> است. «پیش‌انگاشت یا پیش‌فرض عبارت از موضوعی است که گوینده فرض می‌کند پیش از ادای پاره‌گفت حقیقت دارد» (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۱۵۰). مطابق این رویکرد همواره در کاربرد جملات پاره‌ای محدودیت‌های کاربردشناختی وجود دارد که موجب می‌شود گزاره‌ها فقط زمانی مناسب و بجا باشند که در بافتی که در آن قرار گرفته‌اند، مطابق با واقع تشخیص داده شوند. استلزام ارتباطی<sup>۴</sup> از دیگر مباحث مطرح در علم کاربردشناسی است. «در نظر گرفتن بافت و سیاق و عنصر انسانی همراه با روابط بینافردی در تحلیل متون موجب دستیابی به معانی پنهان و ناگفته‌هایی می‌شود که اگرچه ظاهراً در کلام مطرح نشده‌اند، اما جزء

جدایی‌ناپذیر آن به‌شمار می‌روند. این ناگفته‌ها و معانی ضمنی که «استلزام ارتباطی» نامیده می‌شود، در پی نقض اصول همکاری گرایس (Grice, 1975) به دست می‌آید» (ذوالفقاری و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۱۳۷). یکی دیگر از مفاهیم و موضوعاتی که در پیوند با کاربر‌دشناسی قرار می‌گیرد، مفهوم احتجاج است که براساس تکنیک‌ها و مبانی معینی در جهت اقناع و تأثیرگذاری بر مخاطب عمل می‌کنند.

#### ۴. برهان‌ورزی یا احتجاج<sup>۶</sup>

احتجاج یک فرایند ارتباطی، زبانی و همگام با گفتمان است. زبان یک فعالیت کلامی است که بر فرضیه‌های معینی از سیاق تحقق می‌یابد. بر این اساس، گوینده در هنگام گفت‌وگو، ادراکات ذهنی‌اش را به شنونده منتقل می‌کند و در نتیجه او با بهره‌گیری از کلام احتجاجی به اقناع و تغییر اندیشه‌های مخاطب مبادرت می‌ورزد. در تعریفی ساده‌تر، احتجاج «جنس ویژه‌ای از کلام است که بر قضیه یا فرضیه‌ای بنیان نهاده شده و متکلم ادعای خویش را با اثبات و توجیه به وسیله زنجیره‌ای از کلام، بیان می‌کند؛ با این هدف که طرف مقابل را به درستی ادعایش قانع کند و نسبت به این قضیه، در موقعیت و رفتار او تأثیر گذارد» (العبد، ۲۰۰۲، ص. ۴۴). مهم‌ترین هدف گوینده از کاربرست تکنیک احتجاج، اقناع و اثرگذاری در شنونده و جهت‌دار کردن رفتار و منش او یعنی تغییر در اندیشه و احساسات مخاطب است (الشهری، ۲۰۰۴، ص. ۴۴۴). بنابراین اقناع از ضرورت‌های هر کلام احتجاجی است. با توجه به اینکه امام علی(ع) در دوران زمامداری خویش، با طیف‌های گوناگونی از مخالفان روبه‌رو بودند، از روش‌های مختلفی برای برقراری ارتباط با مخالفان و یاران و ارائه نصایح به آن‌ها با هدف اقناع‌سازی بهره گرفته است. از جمله آن‌ها می‌توان به خطابه، موعظه، اقناع و تکنیک‌های برهان‌ورزی اشاره کرد. «راه‌های دیگری که به‌منظور اقناع مخاطب وجود دارد عبارت‌اند از:

۱. تبلیغ: یکی از فنون مورد استفاده به‌منظور اقناع است.
۲. تلقین: نوعی متقاعدسازی ناهوشیارانه و ناآگاهانه است و از شیوه‌های رایج اقناع محسوب می‌شود.

۳. تقلید: در این روش، اقناع‌گران در پیام‌های اقناعی خود مخاطبان را به این شیوه فرا می‌خوانند.
۴. تصویرسازی: اقناع‌گران گاهی برای اقناع مخاطبان خود دست به تصویرسازی می‌زنند» (زائری

و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۴۳.

## ۵. احتجاج از دیدگاه چایم پرلمان

احتجاج از نظر پرلمان، بررسی شگردهای خطابه است که باعث می‌شود آنچه از دلایل و برهان‌ها که احتجاج‌گر بر مخاطب خود ارائه می‌دهد، پذیرفته و یا ارزش آن دلایل نزد مخاطب بیشتر شود. پرلمان پیش‌تان نظریه احتجاج است و نخستین کسی است که در نیمه دوم سده بیستم این اصطلاح را احیا کرد. از دید وی احتجاج تنها در پی کشف حقیقت برای مخاطب نیست، بلکه در پی تحکیم و مجسم کردن حقایق در عقل و رفتار مخاطب است، به‌گونه‌ای که «وی را آماده انجام یک کار و یا وادار به انجام کار مورد نظر احتجاج‌گر بنماید» (الدردی، ۲۰۰۸، ص. ۲۱). از دیدگاه وی احتجاج دو نوع است: احتجاج اقتناعی یا قانع‌شدگی «که فرد در آن خود را با افکار خود قانع می‌کند و مخاطب آن عام است و احتجاج اقتناعی که مخاطب آن خاص بوده و دیگران مخاطب را قانع می‌کنند» (الزمانی، ۲۰۱۲، ص. ۱۱۸). پرلمان در تفسیر معنای بلاغت جدید، مفهوم احتجاج را در احساس خرسندی و قانع شدن مخاطب می‌داند و اینکه «در برابر مسائل و اطلاعاتی که می‌خواهد آن‌ها را بپذیرد کاملاً آزاد و مختار باشد» (صوله، ۲۰۱۱، ص. ۱۱). از دیدگاه پرلمان احتجاج بر دو گونه است «احتجاج‌های مبتنی بر وصل که متکی بر قبول مقدمات برای رسیدن به نتایج است و احتجاج‌های مبتنی بر فصل که متکی بر جداسازی عناصر زبانی است» (بنوهاشم، ۲۰۱۴، ص. ۵۷).

## ۶. برهان‌ورزی در کلام امام علی(ع)

از ویژگی‌های حکومت علوی این بوده که امام(ع) با گروه‌های مختلفی از مخالفان در دوران کوتاه حکومت خویش روبه‌رو بوده است. در نگرش ایشان، مخالف، انسان است و تکریم و حفظ ارزش‌های انسانی بر همگان لازم است. امام علی(ع) به‌عنوان یک هدایت‌گر، برای جذب مردم به عقاید اسلامی و جلوگیری از تشویش فکری، متقاعدسازی و تغییر دیدگاه‌ها و اعتقادات مخاطبان، در بیان سخنان حکیمانه خویش با تکیه بر ساخت‌های مختلف زبانی و بلاغی از جنبه‌های کاربردی زبان بهره می‌گرفت. گوناگونی تکنیک‌های زبانی و بسامد بالای شگردهای احتجاج در نهج‌البلاغه زمینه انسجام کلام حضرت را فراهم کرده و به توجیه و اثبات کلام ایشان در اندیشه مخاطبان کمک کرده است. صاحب سخن به اقتضای طبیعت موضوع و متناسب با مقتضای حال از ترکیبات تشبیهی<sup>۷</sup>، استعاری<sup>۸</sup> و کنایی<sup>۹</sup> و در قالب

امثال بهره می‌گیرد تا بر جنبه بلاغی کلام خویش بیفزاید و مفاهیم ذهنی خویش را دقیق‌تر برای مخاطب بیان کند. فراوانی کاربرست تکنیک‌های احتجاج در بافت کلام صاحب سخن، این شگرد را به یکی از ویژگی‌های سبکی نهج‌البلاغه تبدیل کرده است.

## ۷. تکنیک‌های برهان‌ورزی در امثال نهج‌البلاغه

ارزش احتجاجی کلام تنها به بیان حقایق و کشفیات نیست، بلکه باید جملات علاوه بر محتوای اخباری از عناصر و ساختارهایی تشکیل شده باشد تا بهتر موردپذیرش شنونده قرار گیرد (اعراب، ۲۰۰۱، ص. ۲۱۴). این عناصر همان تکنیک‌های زبانی هستند که کارکرد برهان‌ورزی و احتجاج کلام را بر دوش می‌کشند. این تکنیک‌ها در هر کلامی به‌ویژه در نهج‌البلاغه از برترین وسایل احتجاج برای دستیابی به اقناع و رضایت‌مندی مخاطب است؛ چه آنکه گوینده از این طریق توانایی و ظرفیت استدلال و توجیه را در کلام خود بالا می‌برد. در ادامه به معرفی انواع احتجاج و کاربرست آن در امثال نهج‌البلاغه می‌پردازیم.

### ۷-۱. احتجاج بلاغی

درواقع احتجاج بلاغی ابزارهایش را از بلاغت قدیم وام می‌گیرد و به تصاویر بیانی و فنون زیبایی‌شناختی تکیه می‌کند و این تصاویر نقش مهمی در جذب شنونده و تحریک احساسات وی دارد تا آنجا که مخاطب، اندیشه و افکار عرضه‌شده را بهتر درک می‌کند. ازجمله ابزارهایی که امام علی (ع) برای بیان مقاصد خود و برقراری ارتباط با مخاطب در ضرب‌المثل‌ها استفاده کرده، به‌کارگیری آرایه‌های ادبی همچون تشبیه، کنایه، استعاره و تمثیل است. تصویرهای بلاغی نهج‌البلاغه جلوه‌های انسجام و درهم‌تنیدگی تعبیر و تصویر، تناسب با معنا و کنش تصویر با سیاق را به نمایش می‌گذارد. امام علی (ع) متناسب با مقتضای حال، با کاربرست این آرایه‌ها از بیان مستقیم مطالب پرهیز می‌کند. برای بررسی بهتر احتجاج‌ها و تصویرهای بلاغی ضرب‌المثل‌ها به توضیح مختصری درباره هر یک از صنایع ادبی موجود در امثال می‌پردازیم:

#### ۷-۱-۱. تمثیل<sup>۱۰</sup>

یکی از شیوه‌های پرکاربرد و اثرگذار در گفتمان، تمثیل است که «ارزش آن از تشبیه بالاتر است؛ از آن روی که تمثیل با علاقه مشابهت دو موضوع را با یکدیگر مرتبط نمی‌سازد، بلکه با همانندی بین اموری

که هیچ پیوندی با یکدیگر ندارند ارتباط برقرار می‌کند» (درنونی، ۲۰۱۳، ص. ۸۹). «گاه آوردن یک مثل در نظم یا نثر و خطابه و سخنرانی، اثرش در پروراندن مقصود و جلب توجه شنونده، بیش از چندین بیت منظوم و چند صفحه مقاله و رساله می‌باشد» (همایی، ۱۳۷۰، ص. ۲۹۹). امام علی (ع) برای تقریب معنا به ذهن شنونده، این شیوه بیانی را به کار می‌گیرد و امر مبهم را به یک امر محسوس پیوند می‌دهد که این امر نشان‌دهنده اهتمام آن حضرت به تفهیم موضوع است؛ چه آنکه از این رهگذر، ذهن مخاطب را در درک معنا یاری می‌رساند، آنجا که می‌فرماید: «مَثَلُ الدُّنْيَا كَمَثَلِ الْحَيَةِ لَيْنٍ مَسْهًا وَالسَّمُّ النَّاقِعُ فِي جَوْفِهَا يَهْوِي إِلَيْهَا الْغَرُّ الْجَاهِلُ وَيَحْذَرُهَا ذُو اللَّبِّ الْعَاقِلُ» (حکمت ۱۱۹). در این گفتار با استفاده از تمثیل، تقابل ظاهر و باطن دنیا مانند ماری نشان داده شده که جلوه‌ای زیبا و خوش‌رنگ و نگار دارد و ظاهر پرفریش گویای بی‌رحمی باطن او نیست. انسان ناآگاه از لمس آن لذت می‌برد غافل از آنکه پیام مرگ بر زبان دارد، اما خردمند هرگز تحت تأثیر ظاهر نرم و لطیف او قرار نمی‌گیرد و دل در گرو محبتش نمی‌سپارد. متکلم با استدلالی قابل فهم به آسیب‌شناسی دنیا می‌پردازد. امام علی (ع) در جای دیگری در خطبه ۹۹ نهج/البلاغه در توصیف اهل بیت پیامبر (ص) و بیان فضایل ایشان و در جهت اقناع مخاطب از تمثیل استفاده کرده‌اند آنجا که می‌فرمایند: «أَلَا إِنَّ مَثَلَ آلِ مُحَمَّدٍ (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ) كَمَثَلِ نُجُومِ السَّمَاءِ إِذَا خَوَى نَجْمٌ طَلَعَ نَجْمٌ فَكَانَكُمْ قَدْ تَكَامَلْتُمْ مِنَ اللَّهِ فِيكُمْ الصَّنَائِعُ وَ أَرَأَيْكُمْ مَا كُنْتُمْ تَأْمُلُونَ». در این گفتار، امام علی (ع) ائمه معصومین (ع) را همانند ستارگان آسمان می‌داند که دیگران از آن‌ها کسب نور و روشنائی می‌کنند و مردم هیچ‌گاه از برکات وجودی این معصومان بی‌بهره نیستند؛ چرا که یکی پس از دیگری برای هدایت و اصلاح مردم آمده‌اند و به هدایتگری آن‌ها پرداخته‌اند. بنابراین استفاده از تمثیل می‌تواند حقایق عقل را در آستانه حس قرار دهد و به تفهیم بیشتر مخاطب بینجامد.

#### ۲-۱-۷. استعاره

استعاره یا مانندگویی، یک روش در فن بیان است به معنای به‌کاربردن یک واژه، عبارت، یا جمله به جای چیز دیگری براساس شباهت بین آن‌ها که گوینده برای دستیابی به نتیجه مطلوب از آن بهره می‌گیرد. «یکی از هنرهای شاعرانه که سخنور به یاری آن می‌کوشد تا سخن خود را هر چه بیشتر در ذهن مخاطب جای گیر کند، استعاره است. از این رو استعاره دامی است تنگ‌تر و نهان‌تر از تشبیه که برای خواننده گسترده می‌شود» (کزازی، ۱۳۸۱، ص. ۹۴). استعاره می‌تواند احتجاجی باشد که با استعاره بدیعی متفاوت است؛ از آن روی که «هدف از استعاره بدیعی تنها لذت ادبی است و با منظور و هدف

استدلالی گوینده ارتباطی ندارد. حال آنکه استعاره احتجاجی به منظور انگیزه‌های کلامی متکلم در چارچوب کاربرد کلام و فرایند تحلیل گفتمان نمود می‌یابد» (الغزوی، ۲۰۰۶، ص. ۱۰). از دیدگاه «عبدالقاهر جرجانی» و «پیرلمان» استعاره نوعی هنجارشکنی<sup>۱۱</sup> در کاربرد لفظ از معنای اصلی آن به معنای مجازی است که متکلم این تکنیک را به عنوان تأثیرگذارترین راهبرد برهان‌ورزی در فرایند گفتمان و ارتباطات به کار می‌گیرد (ملکیه و همکار، ۲۰۰۶، ص. ۲۷). امام (ع) نیز برای تأثیرگذاری بهتر بر مخاطبان در برخی از سخنان ارزشمند خویش از این شیوه گفتاری بهره جسته است؛ برای مثال ایشان در خطبه ۱۰۸ نهج‌البلاغه در باب پیامدهای اجتماعی، اخلاقی و دینی حکومت‌های خودکامه می‌فرمایند: «فَعِنْدَ ذَلِكَ أَخَذَ الْبَاطِلُ مَآخِذَهُ، وَ رَكِبَ الْجَهْلُ مَرَآبَهُ، وَ عَظُمَتِ الطَّاعِيَةُ، وَ قَلَّتِ الدَّاعِيَةُ». امام علی (ع) در این گفتار، ضمن اشاره به آینده‌ای که در انتظار مردم است برای تبیین و توصیف آن و روشن شدن اتفاقات آن زمان، با استفاده از رویکرد استعاره تلاش تا حجت را بر مخاطب تمام کند و او را از وقوع چنین حوادثی در صورت عدم پیروی از حق آگاه سازد. حضرت با استفاده از استعاره و تشبیه جهل و نادانی به انسان درحقیقت اثر کم‌توجهی مردم نسبت به دین و سخنان اهل بیت (ع) را به گونه‌ای آشکار، بیان می‌کند و به ایشان نسبت به عواقب این غفلت هشدار می‌دهد. امام علی (ع) در نامه ۳۱ نهج‌البلاغه خطاب به فرزندش امام حسن (ع) در باب توصیف اهل دنیا می‌فرماید: «فَإِنَّمَا أَهْلُهَا كِلَابٌ عَاوِيَةٌ وَ سِبَاعٌ ضَارِيَةٌ يَهْرُ بَعْضُهَا بَعْضًا وَ يَأْكُلُ عَزِيزُهَا ذَلِيلَهَا وَ يَقَهَرُ كَبِيرُهَا صَغِيرَهَا». ایشان در این نامه دنیاپرستان را به چهار قسمت تقسیم‌بندی کرده است که از آن میان دنیاپرستانی به سان (کِلَابٌ عَاوِيَةٌ وَ سِبَاعٌ ضَارِيَةٌ) هستند، «گروهی از مردم دنیا همچون سگانی هستند که کنار جیفه‌ای آمده‌اند و هر کدام سعی دارد جیفه را در اختیار خودش بگیرد، پیوسته بر دیگری فریاد می‌زند و با فریادش می‌خواهد او را از جیفه دور سازد. این گرگان خون‌خوار بر سر جیفه دنیا پیوسته می‌غردند و زوزه می‌کشند و آن‌ها که نیرومندترند ضعیفان را پایمال می‌کنند و آن‌ها که بزرگ‌ترند کوچک‌ترها را نابود می‌سازند» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵، ص. ۶۱۱-۶۱۰). حضرت در این نامه ضمن توصیف حالات دنیاپرستان، با کاربرست استدلالی محکم هر چه بیشتر مخاطب را به قبول سخنان خود ترغیب می‌کند تا هر گونه شک و تردیدی را از وی بزداید.

۱-۳. کنایه<sup>۱۲</sup>

کنایه نوعی مجاز است که ایهام<sup>۱۳</sup> دارد و این ایهام، علاوه بر اینکه به کلام عادی رنگی از ظرافت

می‌بخشد، وسیله‌ای است برای ادامه سخن بی‌پرده که بیانشان دشوار است (البرز، ۱۳۸۱، ص. ۱۳۰). کنایه از قابلیت استدلالی برخوردار است که از تکنیک‌های ابداع در اثبات معنا به‌شمار می‌آید. چنانکه عبدالقاهر جرجانی بر این باور است که «هر خردورزی می‌داند که تأکید ویژگی‌ای با اثبات دلیل و تصدیق آن با امری که گواه بر وجودش است بلیغ تر و پرتأکیدتر از کلامی است که به صورت ساده بیاید» (جرجانی، ۲۰۰۱، ص. ۵۴).

کنایه همانند دیگر تکنیک‌های بلاغی در برخی امثال نهج‌البلاغه به‌کار رفته است که این امر نشان از توانش زبانی و غنای واژگانی حضرت در کاربرد دقیق کلام است. برای نمونه حضرت در نامه ۴۱ خطاب به یکی از کارگزاران خود به‌سبب عدم رعایت موازین صحیح در مصرف بیت‌المال در سرزنش او می‌فرماید: «قَلْبَتَ لَابِنِ عَمِكَ ظَهَرَ الْمَجَنِّ». «سپر را برای پسر عمویت وارونه کردی» کنایه از پشت کردن به کسی است، زیرا مجاهدان در میدان جنگ هنگامی که رو به روی طرف مقابل می‌ایستند روی سپر به طرف آن‌هاست، اما اگر فرار کنند باطن سپرها مقابل آن‌ها خواهد بود به همین جهت به‌عنوان کنایه، این جمله در پشت کردن به شخص یا چیزی به‌کار می‌رود. امام علی(ع) در این نامه به بیان محبت‌هایی که در حق این فرماندار کرده است، اشاره می‌کند و او را به یاد خدماتش به او می‌اندازد تا از خطایی که مرتکب شده بسیار شرمند شود» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵، ص. ۱۱۸) و با به‌کارگیری کنایه به‌طور غیرمستقیم ناسپاسی که او نسبت به امام(ع) کرده را یادآور می‌شود و سعی در تثبیت این گفتار و اقناع مخاطب به نادرستی کردار خویش می‌نماید.

## ۷-۲. رویکردهای اقناع

اقناع دارای رویکردهای متفاوتی است که مهم‌ترین این رویکردها سه بحث اعتمادسازی<sup>۱۰</sup>، ترغیب<sup>۱۱</sup> و متقاعدسازی<sup>۱۲</sup> است. اعتمادسازی فرایندی است که مبنای پذیرش پیام از جانب مخاطب و اقناع وی است. در این مرحله، گوینده نسبت به صدق آنچه که بیان می‌کند، تعهد نشان می‌دهد و می‌کوشد حالت روانی عقیده را به شنونده منتقل کند. امیرالمؤمنین(ع) برای تأثیرگذاری بر مخاطبان، نخست آگاهی لازم را درباره مطالب موردنظر خویش، به آن‌ها می‌دهد و به صورت غیرمستقیم با استفاده از صناعات ادبی به آماده‌سازی آن‌ها برای پذیرش موضوع، می‌پردازد. برای نمونه حضرت در حکمت ۶۰ در باب سخن گفتن بجا و کم‌گویی و اقناع مخاطب به تفکر کردن قبل از ایراد سخن، پیش‌شرط کامل بودن عقل

را بیان می‌کند و می‌فرمایند: «إِذَا تَمَّ الْعَقْلُ نَقَصَ الْكَلَامُ». در جای دیگری در حکمت ۵۷ حضرت علی (ع) با اشاره به اهمیت کنترل زبان در هنگام سخن گفتن و فرجام خسارت‌بار عدم توجه به این امر، این نکته را به مخاطب گوشزد می‌کند که اگر انسان عنان افکار و زبان خود را به دست بگیرد زبان هیچ نقش مخرب و زیان‌باری برای وی نخواهد داشت و می‌تواند سبب ارتقا و خوشبختی انسان شود؛ اما در غیر این صورت همین زبان می‌تواند عامل تباهی باشد: «اللِّسَانُ سَبْعُ عَقُورٍ إِنْ خُلِيَ عَنْهُ عَقْرٌ».

رویکرد دوم در بحث اقناع، ترغیب مخاطب است. ترغیب نوعی تلاش ترغیب‌کننده برای به فعالیت کشاندن و به تکاپو انداختن فکر مخاطب است. به همین جهت اندیشمندان این عرصه معتقدند «با توجه به مرحله ترغیب و فعالیت ذهنی، مخاطب در حالتی انفعالی قرار ندارد و اقناع، وضعیتی جبری و تحمیلی پیدا نمی‌کند» (شاکر و همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۱۳۷). امام علی (ع) در سراسر نهج‌البلاغه کوشیده تا با بهره‌گیری از فنون فصاحت و بلاغت مخاطب را، به پذیرش پیام خویش ترغیب کند. برای نمونه حضرت علی (ع) در حکمت ۶۵ به این نکته اشاره کرده است که انسان غنی و ثروتمند باید شکرگزار نعمت‌هایی باشد که با لطف خداوند و تلاش خویش به دست آورده است؛ چراکه این سپاسگزاری در حقیقت زینت و آرایشی است برای او. حضرت با بیان این نکته مخاطب را به شکرگزاری از نعمت‌هایی که خداوند به وی تفضل کرده است ترغیب می‌کند: «الشُّكْرُ زِينَةُ الْغِنَى». ایشان در جای دیگری با ترغیب مخاطب به پاکدامنی و درستی، مقام انسان پاکدامن را در ردیف فرشتگان می‌داند: «كَادَ الْعَفِيفُ أَنْ يَكُونَ مَلَكًا مِنَ الْمَلَائِكَةِ» (حکمت ۴۶۶).

رویکرد سوم در بحث اقناع، متقاعدسازی مخاطب است. متقاعدسازی را می‌توان دقیق‌ترین واژه مرتبط با اقناع دانست. گوینده می‌کوشد با توسل به راهکارهای مختلف به مخاطب اعتماد دهد و در ادامه عواطف او را برانگیزد و احساساتش را تحریک کند و در انتها با نفوذ و تأثیرگذاری در مخاطب، او را به انجام رفتار یا عمل موردنظر خویش وادار سازد. «اصطلاح متقاعدگرانه را صفت هر ارتباطی می‌توان شمرد که به هدف نفوذ و تأثیرگذاری طراحی شده باشد» (حکیم‌آراء، ۱۳۸۴، ص. ۵). در نهج‌البلاغه موضوعات مختلفی وجود دارد که امام (ع) درباره آن‌ها به ایراد سخن پرداخته و به متقاعدسازی مخاطب اقدام کرده است. برای نمونه حضرت علی (ع) در حکمت ۲۰۵ برای مخاطب خویش این موضوع را روشن می‌سازد که اخلاق نیکو دوستان و یاران را فراوان خواهد کرد، لذا بهتر است که خلق و خویی نیکو داشته باشد. به این ترتیب مخاطب به این اقناع خواهد رسید که اخلاق نیک

دوستان بسیار را به دنبال خواهد داشت، آنجا که می‌فرماید: «مَنْ لَانَ عَوْدَهُ كَثُرَتْ أَغْصَانُهُ». امام علی (ع) در حکمت ۳۷ در جهت متقاعدسازی مخاطب به منظور خودداری از دوستی با انسان دروغگو، دوستی با وی را به سرابی تشبیه می‌کند که برای انسان، دور را نزدیک و نزدیک را دور جلوه می‌دهد و درحقیقت هیچ سودی در دوستی با چنین شخصی وجود ندارد: «إِيَّاكَ وَمُصَادَقَةَ الْكَذَّابِ فَإِنَّهُ كَالسَّرَابِ».

#### ۱-۲-۷. موعظه<sup>۱۷</sup>

شیوه دیگری که امام علی (ع) به صراحت از آن استفاده کرده تا مخاطبان را به اقتناع برساند، شیوه احساسی «موعظه» است. مبنای طراحی این روش، تحریک احساسات مخاطب است. در بیان تأثیر و نفوذ سخنان علی (ع) در دل‌ها، همین بس که مواعظ آن حضرت دل‌ها را می‌لرزاند و اشک‌ها را از دیده‌ها سرازیر می‌سازد. «بزرگ‌ترین بخش نهج/البلاغه، بخش مواعظ است و بیشترین شهرت نهج/البلاغه مدیون موعظه‌ها، پندها، اندرزها و حکمت‌های عملی آن است» (مطهری، ۱۳۹۸، ص. ۱۸۸).

حضرت در حکمت ۲۰۵ می‌فرماید: «مَنْ لَانَ عَوْدَهُ كَثُرَتْ أَغْصَانُهُ». این سخن تعبیری کنایی و لطیف است که به افراد متواضع و بامحبتی اشاره دارد که دوستان فراوانی را گرد خود جمع می‌کنند و به عکس افراد خشن و غیر قابل انعطاف دوستان را از گرد خود پراکنده می‌سازند. امام علی (ع) با این تعبیر زیبا ضمن به تصویر کشیدن فواید خوش اخلاقی در جهت اقتناع مخاطب عمل کرده است و به‌طور ضمنی عواقب بدخلقی را برای او به تصویر می‌کشد.

حضرت علی (ع) در ادامه سخنان پندآموز خویش، در حکمت ۷۲ می‌فرماید: «كُلُّ مَعْدُودٍ مُنْقَضٍ وَكُلُّ مُتَوَقَّعٍ آتٍ» این حکمت اشاره به این دارد که انسان آگاه به امور دنیا باید توجه داشته باشد که روزی مرگ دامان او را می‌گیرد و در دادگاه عدل الهی حضور می‌یابد، بنابراین لازم است که اوقات خویش را به بیهودگی نگذراند و همواره آماده مرگ باشد. بی‌شک سخنان پندآموز امام (ع) در اقتناع مخاطب و تفهیم سرمدی نبودن دنیا نقش به‌سزایی دارد.

#### ۳-۷. احتجاج شبه‌منطقی

از دیدگاه پرلمان احتجاج می‌تواند شبه‌منطقی<sup>۱۸</sup> باشد. احتجاج شبه‌منطقی احتجاجی است که «قدرت اقناعی خود را از طریق مشابهت با راه‌های منطقی و ریاضی در برهان به‌دست می‌آورد اما تنها از

طریق شباهت ظاهری و نه حقیقی، زیرا در صورت حقیقی بودن در تضاد و تعارض<sup>۱۹</sup> با آن‌ها قرار می‌گیرد» (صوله، ۲۰۱۱، ص. ۴۲). احتجاج در این معنا بیشتر شبیه منطق صوری و ریاضی است، اما با آن برابر و همسان نیست، زیرا در غیر این صورت احتجاج تبدیل به برهان می‌شود و این در تعارض با مفهوم و طبیعت احتمال و امکان است. «احتجاج تنها نیروی اقناعی خود را از برخی اصول و مبادی منطقی همچون تناقض<sup>۲۰</sup>، تماثل<sup>۲۱</sup> و قانون کثرت<sup>۲۲</sup> می‌گیرد» (حشانی، ۲۰۱۴، ص. ۸۵).

#### ۴-۷. احتجاج با رویکرد تماثل و اندازه

تماثل نوعی از احتجاج بر مبنای ساختارهای منطقی<sup>۲۳</sup> است. در این روش ما خواهان بیان تعریف مفهوم یا واقعه به‌طور مشخص یا با تعریفی مشابه هستیم. هر یک از تعریف‌کننده و تعریف‌شونده شبیه هم هستند و در ظاهر هر دو منطقی هستند، اما درواقع با هم اختلاف دارند. برای مثال حضرت در خطبه سوم معروف به شقشقیه درباره روی آوردن مردم به ایشان بعد از قتل خلیفه سوم می‌فرماید: «فَمَا رَاعَنِي إِلَّا وَالنَّاسُ كَعُرفِ الضُّعِ إِلَى يَثَالُونَ عَلَيَّ مِنْ كُلِّ جَانِبٍ حَتَّى لَقَدْ وَطِئَ الْحَسَنَانِ وَ شَقَّ عِطْفَايَ مُجْتَمِعِينَ حَوْلِي كَرَبِضَةِ الْعَمَمِ». (امام (ع) در این بخش از خطبه اشاره به دوران خلافت خویش مخصوصاً هنگام بیعت می‌کند که چگونه مردم با ازدحام عجیب و بی‌نظیری برای بیعت کردن به سوی آن حضرت روی می‌آوردند، ولی بعداً که در برابر حق و عدالت قرار گرفتند، نتوانستند وی را تحمل کنند و راه مخالفت را پیش گرفته و آتش جنگ‌های «جمل، صفین و نهروان» را روشن ساختند و از به ثمر رسیدن تلاش‌ها و کوشش‌های امام (ع) در پیشبرد و تکامل جامعه اسلامی مانع شدند» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵، ص. ۳۸۰). بی‌شک تشبیه چگونگی هجوم مردم برای بیعت با امام (ع) به یال گفتار که به ازدحام فوق‌العاده مردم و پشت سر هم قرار گرفتن برای بیعت اشاره دارد در عین آنکه به ظاهر شبیه هم هستند، اما درحقیقت هیچ تشابهی به هم در واقعیت ندارند و تنها برای اثبات میزان تراکم جمعیت مشتاق به بیعت با امام علی (ع) بیان شده است تا مخاطب به این اقناع برسد که جمعیت حاضر در آن واقعه بسیار زیاد بوده‌اند، همچنان که تشبیه تجمع مردم پیرامون امام (ع) به گوسفندانی که در آغل جمع شده‌اند، برای به‌دست آوردن دوباره آرامش و رهایی از دست ظلم حاکمان قبل از حضرت علی (ع) نشان از تشابه آن‌ها به این حیوان نیست، بلکه امام (ع) قصد داشته‌اند تا این نکته را در ذهن مخاطب ترسیم کنند «همان‌طور که گوسفندان به هنگام هجوم گرگ، اطراف چوپان را می‌گیرند همانند زمانی که در آغل

جمع می‌شوند. مسلمانانی که به‌خاطر گرگان عصر خلیفهٔ سوّم، هر کدام به سویی پراکنده شده بودند و رشتهٔ وحدت در میان آنان کاملاً گسسته بود، وجود امام (ع) را حلقهٔ اتّصالی در میان خود قرار داده، همگی با شور و اشتیاق فراوان، گرد او جمع شدند و احساس آرامش می‌کردند» (همان، ص. ۳۸۲).

#### ۵-۷. احتجاج با رویکرد تقسیم کل به جزء

ماهیت این نوع از احتجاج بر مبنای تقسیم کل به جزء بر اساس اصول برتری و شمولیت بیشتر می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که احتجاج‌گر از این نوع برهان استفاده می‌کند تا با تقسیم کل به اجزاء آن برهانی قوی‌تر بسازد. درحقیقت در این احتجاج با اثبات اجزاء، به اثبات کل می‌رسیم.

حضرت در نامهٔ ۷۲ برای اثبات بیهودگی دنیا و عدم دل‌بستگی و تعلق به دنیا و نیز در جهت اقناع مخاطب، روزگار را به دو قسم تقسیم می‌کند که یا به سود آدمی است و یا به ضررش، تا آشکارا علت درخواست خود از مخاطب برای عدم وابستگی به دنیا را برای شنونده روشن کند و مخاطب را به پذیرش سخن خویش تشویق نماید و بدین صورت دنیا را یک واحد کل به حساب آورده که دارای اجزایی است و آن اجزاء به سود و یا زیان انسان است: «الدَّهْرُ يَوْمَانِ يَوْمٌ لَكَ وَ يَوْمٌ عَلَيْكَ».

در جای دیگری در حکمت ۶۹ ضمن بیان اوصاف دنیا، دو مورد از ویژگی‌های آن را بیان می‌نمایند و دنیا را واحد کلی در نظر می‌گیرند که دارای اوصاف فراوانی است از آن جمله اینکه یا بدن‌ها را می‌پوساند و یا آرزوها را دوباره احیا می‌کند و دل‌بستگی به خود را در انسان افزایش می‌دهد: «الدَّهْرُ يُخْلِقُ الْأَبْدَانَ وَ يُجَدِّدُ الْآمَالَ».

#### ۶-۷. احتجاج با رویکرد مقایسه‌ای<sup>۲۴</sup>

این احتجاج شبه‌منطقی است و معیار مقایسهٔ آن قیاسی ثابت و یا فعلی قابل قیاس نیست، بلکه امری شبیه به آن است، مثلاً «وقتی شاعری دارای اهمیت متوسط را به مقایسه می‌آوریم و می‌گوییم او از لحاظ اهمیت و معروفیت از متنبی در جایگاه فروتری قرار دارد، درحقیقت ما جایگاه آن شاعر متوسط را بالا برده‌ایم اما وقتی می‌گوییم او از شاعری ضعیف بالاتر است، در این صورت از اهمیت و ارزش وی کاسته‌ایم» (بنوهاشم، ۲۰۱۴، ص. ۷۰).

به‌طور مثال حضرت علی(ع) در حکمت ۸۰ جایگاه خود را پایین‌تر از قیاسی می‌داند که برخی وی را همانند اوصاف خداوند و پیامبر (ص) توصیف می‌نمودند و در عین حال خود را در جایگاهی بالاتر از تصور نادرست مردم نسبت به خود می‌دانست و بدین ترتیب با تبیین این موضوع مخاطب خویش را به اقتناع می‌رساند و می‌فرماید: «أَنَا دُونَ مَا تَقُولُ وَفَوْقَ مَا فِي نَفْسِكَ».

امام(ع) در خطبه ۸۵ در توصیف صفت حسادت، این خصیصه را به مانند آتشی به تصویر کشیده که ایمان را می‌سوزاند و تباہ می‌سازد و برای تثبیت میزان تأثیر مخرب این صفت در ایمان، آن را به مانند آتشی به تصویر کشیده که هیزم‌ها را می‌سوزاند و به این صورت مقدار اثر منفی این صفت را برای مخاطب به تثبیت می‌رساند: «الْحَسَدُ يَأْكُلُ الْإِيمَانَ كَمَا تَأْكُلُ النَّارُ الْحَطَبَ».

## ۷-۷. احتجاج با رویکرد اتصال‌تتابعی یا پراگماتیسم<sup>۲۵</sup>

اساس این برهان‌ورزی بر مبنای اتصال سببی بین دو طرف موضوع و ارتباط بین سبب و مسبب و مقدمات و نتایج آن و یا عکس این قضیه یعنی رسیدن به سبب از طریق مسبب‌ها و مقدمات آن است که خود بر سه قسم است: «احتجاجی که در مسیر بحث درمورد علت یک پدیده حرکت می‌کند» (بنوهاشم، ۲۰۱۴، ص. ۷۱) یعنی به رابطه بین سبب و نتیجه آن توجه دارد، مانند تکاسل فرسب: تنبلی کرد و مردود شد. «احتجاجی که در پی تحلیل نتایج یک پدیده است» (همان‌جا). این نوع برهان‌ورزی از نتیجه شروع می‌شود به هدف بررسی حوادث و علت‌های آن مانند: رَسَبَ لِأَنَّهُ تَكَاسَلَ و «احتجاجی که هدف از آن ارزیابی یک موضوع به‌واسطه نتایج آن است» (همان‌جا). این نوع از احتجاج، نتایجی را که در صورت بروز یک حادثه و موضوع به‌وقوع خواهد پیوست پیش‌بینی می‌کند، مانند: هُوَ يَتَكَاسَلُ فَيَسْرَبُ، او تنبلی می‌کند پس مردود خواهد شد.

به عنوان نمونه حضرت علی(ع) در حکمت ۱۸۸ در توصیف نتایج ناشی از مخالفت با فرامین خداوند می‌فرماید: «مَنْ أَبْدَى صَفْحَتَهُ لِلْحَقِّ هَلَكَ». درحقیقت حضرت درباره علت هلاکت سخن رانده و او را به پیروی از دستورات الهی ترغیب کرده است و یا در گفتاری دیگر در حکمت ۳۱ علت هلاکت انسان را با تعبیر دیگری بیان کرده است: «مَنْ اسْتَسْلَمَ لِهَلَكَةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ هَلَكَ فِيهِمَا».

## ۸-۷. احتجاج با رویکرد تحذیر<sup>۲۶</sup>

«این احتجاج مخاطب را از سرانجام و عاقبت کوتاه آمدن در برابر خواسته‌های طرف مقابل برحذر می‌دارد مانند: اگر این مرتبه هم عقب بنشینم، دفعات بعد نیز باید بیشتر چشم‌پوشی کنی و خدا می‌داند که سرانجام این کار چه خواهد شد» (صولة، ۲۰۱۱، صص. ۵۰-۵۱). احتجاج‌گر درحقیقت با به‌کارگیری این شیوهٔ برهان‌ورزی سعی در قانع کردن مخاطب و تسلیم شدن وی در برابر خواسته‌های خویش دارد. مانند این سخن از امام علی(ع) در خطبهٔ ۱۵ که مخاطب را از اینکه در مقابل برقراری عدالت ایستادگی کند برحذر داشته، چرا که اگر برقراری عدالت برای وی ناخوشایند باشد بی‌شک گسترش ظلم و ستم بر او گران‌تر خواهد آمد: «مَنْ ضَاقَ عَلَيْهِ الْعَدْلُ، فَالْجَوْرُ عَلَيْهِ أَضِيقٌ». آن حضرت در حکمت ۳۱ مخاطب را از شک و دو دلی در انجام امور برحذر داشته و استمرار در داشتن این صفت را زمینه‌ساز نفوذ شیطان در دل‌ها می‌داند و با این گفتار شریف شنونده را از این ویژگی ناپسند برحذر می‌دارد، آنجا که می‌فرماید: «مَنْ تَرَدَّدَ فِي الرِّيبِ وَطَنَتْهُ سَنَابِكُ الشَّيَاطِينِ».

## ۹-۷. احتجاج با رویکرد جایگاه و موقعیت

در این نوع برهان‌ورزی به فرد و جایگاه<sup>۲۷</sup> او توجه ویژه‌ای می‌شود و احتجاج‌گر «بزرگی و جایگاه بلند یک شخصیت را وسیله‌ای برای وادار کردن مخاطب به پذیرش سخنان خود قرار می‌دهد. ازجمله ابزارهایی که در این نوع احتجاج برای تثبیت سخن احتجاج‌گر استفاده می‌شود می‌توان به اجماع درمورد یک سخن، افکار عمومی<sup>۲۸</sup>، علما، فلاسفه، روحانیون و انبیا و یا ابزارهایی به غیر از افراد مانند علم فیزیک، مذهب یا کتاب‌های آسمانی<sup>۲۹</sup> اشاره نمود» (بنوهاشم، ۲۰۱۴، ص. ۷۹). این ابزارها میزان اهمیت خود را نشان می‌دهد و احتجاج‌گر از آن تنها به‌عنوان شاهی بر سخنان خود بهره می‌گیرد. حال «اگر این ابزار اهمیت و موقعیت، شخصیت خود احتجاج‌گر باشد بی‌شک سخنان وی با ضمانت بیشتری از جانب شنونده مورد پذیرش قرار می‌گیرد» (بلانتان، ۲۰۰۸، ص. ۱۵۳). بنابراین این مقبولیت دو نوع است: یا خود احتجاج‌گر دارای این مقبولیت و موقعیت مورد قبول شنونده است و یا آن ابزار و وسیله‌ای که برای اثبات سخنان خود به‌کار می‌گیرد دارای اهمیت و جایگاه مهمی است. هر دو صورت به سخنان احتجاج‌گر مقبولیت و اهمیتی مضاعف می‌بخشند و باعث می‌شوند سخنان وی بیشتر مورد قبول شنونده قرار گیرد. برای نمونه حضرت علی(ع)

در خطبه سوم اشارهای به جایگاه و شایستگی خود در اداره حکومت اسلامی داشته و موقعیت خود را به مانند محور آسیایی می‌داند که در مرکز همه امور قرار دارد و بدون وجود ایشان این آسیاب حرکتی نخواهد داشت. امام (ع) با توجه به جایگاه خویش در حکومت اسلامی و توصیف این جایگاه در واقع مخاطب را به اقتناع در پذیرش این گفتار ترغیب می‌کند: «مَحَلِّي مِنْهَا مَحَلُّ الْقُطْبِ مِنَ الرَّحَى». حضرت در خطبه دوم به منظور ارشاد و هدایت افرادی که دست از حق برداشته و قدم در راه باطل نهادند (خوارج یا منافقین)، اشارهای به جایگاه و منزلت اهل بیت پیامبر (ص) در بین امت خویش دارد و منزلت آن‌ها را به گونه‌ای توصیف می‌کند که کسی را یارای رسیدن به چنین موقعیت والا و الهی نیست و از این روش استفاده می‌کند تا شنونده را به اقتناع در جهت پیروی از دستورات این معصومان ترغیب کند: «لَا يُقَاسُ بِآلِ مُحَمَّدٍ مِنْ أَهْلِ هَذِهِ الْأُمَّةِ أَحَدٌ». چنانکه پیش‌تر گفته شد برای تحلیل ضرب‌المثل‌های نهج‌البلاغه براساس کتاب «الأمثال والحكم المستخرجة» نوشته محمد الغروی، تعداد ۹۵ مورد از این امثال مورد تحلیل قرار گرفت و از میان راهبردها و تکنیک‌های یادشده در مبحث احتجاج و برهان‌ورزی، رویکردهایی که در این امثال دارای بسامد بیشتری بود، بررسی شد که در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۱: رویکردهای اقتناع و انواع احتجاج در امثال نهج‌البلاغه

Table 1: Persuasion approaches and types of arguments in the proverbs of Nahjul Balagha

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                         | احتجاج بلاغی   | رویکرد اقتناع                 | احتجاج شبه‌منطقی     |
|------|--------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|----------------------|
| ۱    | أَحِبِّ حَبِيبَكَ هَوْنًا مِثْلَ هَمَانٍ، ص. (۱۲۱۶)                      | موعظه          | متقاعدسازی، ترغیب             | تهدید، موقعیت        |
| ۲    | إِذَا لَمْ يَكُنْ مَا تُرِيدُ فَلَا تَبْلُ كَيْفَ كُنْتَ (همان، ص. ۱۱۱۶) | موعظه          | متقاعدسازی، ترغیب             | تهدید، موقعیت        |
| ۳    | أَرْعِدُوا وَأَبْرِقُوا (همان، ص. ۶۰)                                    | استعاره، موعظه | اعتمادسازی، ترغیب             | تماثل، موقعیت        |
| ۴    | إِنَّ الْعَطِيَّةَ عَلَى قَدَرِ التَّيَّةِ (همان، ص. ۹۲۴)                | موعظه          | اعتمادسازی، متقاعدسازی، ترغیب | موقعیت               |
| ۵    | إِنَّ غَدًا مِنَ الْيَوْمِ قَرِيبٌ (همان، ص. ۴۹۵)                        | موعظه          | متقاعدسازی، ترغیب             | تهدید، موقعیت        |
| ۶    | أَهْلُ الدُّنْيَا كَرَكِبٍ يُسَارُ بِهِمْ وَهُمْ نِيَامٌ (همان، ص. ۱۱۱۵) | موعظه، تمثیل   | متقاعدسازی                    | تهدید، موقعیت، تماثل |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                 | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع            | احتجاج شبه منطقی             |
|------|--------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------------|
| ۷    | آیاک و ما یعتذر منه (همان، ص. ۹۴۲)               | موعظه                 | متقاعدسازی، ترغیب       | تحدیر، موقعیت                |
| ۸    | ترسل فی غیر سدد (همان، ص. ۵۱۷)                   | کنایه                 | متقاعدسازی              | تحدیر، موقعیت                |
| ۹    | ترول الجبال و لاترل (همان، ص. ۶۲)                | کنایه، موعظه، استعاره | ترغیب، اعتمادسازی       | تماثل، موقعیت                |
| ۱۰   | التقوی مطایا ذلل حمل علیها أهلها (همان، ص. ۶۷)   | استعاره، تمثیل، موعظه | اعتمادسازی، ترغیب       |                              |
| ۱۱   | جاء بأمر لم یعرف بأبه (همان، ص. ۵۶۳)             | موعظه، استعاره        | متقاعدسازی              | تماثل، موقعیت، تحدیر         |
| ۱۲   | الحکمة ضالّة المؤمن (همان، ص. ۱۱۲۲)              | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | تماثل، موقعیت                |
| ۱۳   | الحمد لله کُلما لاح نجم و خفق (همان، ص. ۱۳۴)     | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | موقعیت                       |
| ۱۴   | خذ الحکمة آتی کانت (همان، ص. ۱۱۲۲)               | موعظه، استعاره        | ترغیب و متقاعدسازی      | تماثل، موقعیت                |
| ۱۵   | الخطایا خیل شمس حمل علیها أهلها (همان، ص. ۶۷)    | موعظه، استعاره، تمثیل | اعتمادسازی و متقاعدسازی | تماثل، موقعیت، مقایسه، تحدیر |
| ۱۶   | دع عنک من مالت به الرمیة (همان، ص. ۸۹۴)          | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | تماثل، موقعیت، تحدیر         |
| ۱۷   | الدهر یخلق الابدان و یجدد الآمال (همان، ص. ۱۱۱۶) | موعظه، استعاره        | متقاعدسازی و ترغیب      | تماثل، موقعیت، تحدیر         |
| ۱۸   | الدهر یومان: یوم لک و یوم علیک (همان، ص. ۱۰۷۵)   | موعظه                 | متقاعدسازی              | تقسیم کل به جزء، موقعیت      |
| ۱۹   | رأی الشیخ أحبّ إلی من جلد الغلام (همان، ص. ۱۱۲۴) | موعظه                 | اعتمادسازی، ترغیب       | مقایسه، موقعیت               |
| ۲۰   | ربّ بعید أقرب من قریب (همان، ص. ۹۳۶)             | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | موقعیت، تحدیر                |
| ۲۱   | ربّ قول أنفذ من صول (همان، ص. ۹۳۶)               | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب      | مقایسه، موقعیت               |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                                        | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع       | احتجاج شبه‌منطقی     |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
|      | (۱۲۷۳)                                                                                  |                       |                    |                      |
| ۲۲   | رَبُّ مَلُومٌ لَا ذَنْبَ لَهُ (همان، ص. ۹۰۱)                                            | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر        |
| ۲۳   | رُدُّوا الْحَجَرَ مِنْ حَيْثُ جَاءَ (همان، ص. ۱۲۳۵)                                     | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تحذیر        |
| ۲۴   | رَكِبَ الْجَهْلُ مَرَاكِبَهُ (همان، ص. ۳۲۴)                                             | کنایه، استعاره        | متقاعدسازی         | تحذیر، موقعیت، تمایل |
| ۲۵   | زَرَعُوا الْفُجُورَ وَ حَصَدُوا التَّيْبُورَ (همان، ص. ۴۵)                              | کنایه، استعاره        | متقاعدسازی         | تحذیر، موقعیت، تمایل |
| ۲۶   | السَّعِيدُ مَنْ وُعِظَ بِغَيْرِهِ (همان، ص. ۲۰۸)                                        | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، تحذیر        |
| ۲۷   | سَلَّ عَنْ الرَّفِيقِ قَبْلَ الطَّرِيقِ وَ عَنْ الْجَارِ قَبْلَ الدَّارِ (همان، ص. ۹۳۶) | موعظه                 | ترغیب و اعتمادسازی | موقعیت               |
| ۲۸   | سَبَّرَعَفَ بِهِمُ الزَّمَانُ (همان، ص. ۶۳)                                             | استعاره، موعظه        | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر، تمایل |
| ۲۹   | شَدُّوا عَقْدَ الْمَآزِرِ (همان، ص. ۶۹۳)                                                | استعاره، کنایه، موعظه | ترغیب              | موقعیت، تمایل        |
| ۳۰   | الشَّقِيُّ مَنْ انْخَدَعَ لِهَوَاهُ وَ غُرُورِهِ (همان، ص. ۲۰۸)                         | موعظه، استعاره        | متقاعدسازی         | تحذیر، موقعیت، تمایل |
| ۳۱   | الشُّكْرُ زِينَةُ الْغِنَى (همان، ص. ۱۱۱۶)                                              | موعظه                 | ترغیب، متقاعدسازی  | موقعیت               |
| ۳۲   | صَاحِبُ السُّلْطَانِ كَرَائِبِ الْأَسَدِ (همان، ص. ۱۲۱۴)                                | موعظه                 | متقاعدسازی         | مقایسه، موقعیت       |
| ۳۳   | صَنَاعُ الْمَعْرُوفِ تَقَى مَصَارِعَ الْهَوَانِ (همان، ص. ۳۳۸)                          | موعظه، استعاره        | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تمایل        |
| ۳۴   | ضَاقَ الْمَخْرُجُ وَ عُمِيَ الْمَصْدَرُ (همان، ص. ۴۳)                                   | موعظه، استعاره، کنایه | متقاعدسازی         | تحذیر، مقایسه        |
| ۳۵   | الطَّرِيقُ الْوُسْطَى هِيَ الْجَادَّةُ (همان، ص. ۶۹)                                    | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | تحذیر، موقعیت        |
| ۳۶   | ظَهَرَ فِي فَلَتَاتِ لِسَانِهِ وَ صَفَحَاتِ                                             | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت               |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                                | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع            | احتجاج شبه منطقی |
|------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------|
|      | وجهه(همان، ص. ۱۰۹۸)                                                             |                       |                         |                  |
| ۳۷   | العالم مَنْ عَرَفَ قَدْرَهُ(همان، ص. ۳۰۴)                                       | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | موقعیت، تحذیر    |
| ۳۸   | العِفَافُ زِينَةُ الْفَقْرِ(همان، ص. ۱۱۱۶)                                      | موعظه                 | ترغیب و اعتمادسازی      | موقعیت           |
| ۳۹   | عَلَى أَثَرِ الْمَاضِي مَا يَمْضِي الْبَاقِي(همان، ص. ۲۹۳)                      | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | تحذیر، موقعیت    |
| ۴۰   | عَلَى ذَلِكَ نَسَلَتِ الْقُرُونُ(همان، ص. ۳۵)                                   | موعظه                 | متقاعدسازی              | موقعیت           |
| ۴۱   | عِنْدَ الصَّبَاحِ يَحْمَدُ الْقَوْمُ السُّرَى(همان، ص. ۵۱۲)                     | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی و اعتمادسازی | تحذیر، موقعیت    |
| ۴۲   | الْغَرِيبُ مَنْ لَمْ يَكُنْ لَهُ حَبِيبٌ(همان، ص. ۹۳۶)                          | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی و ترغیب      | تحذیر، موقعیت    |
| ۴۳   | فَاعِلُ الْخَيْرِ خَيْرٌ مِنْهُ وَ فَاعِلُ الشَّرِّ شَرٌّ مِنْهُ(همان، ص. ۱۱۰۲) | موعظه                 | ترغیب و اعتمادسازی      | موقعیت           |
| ۴۴   | فَعَلَ السَّادَةُ وَ فَرَّ فَرَارِ الْعَبِيدِ(همان، ص. ۱۳۱)                     | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی              | موقعیت، مقایسه   |
| ۴۵   | فَقَدُ الْأَحِبَّةُ غُرْبَةً(همان، ص. ۱۱۱۵)                                     | موعظه                 | متقاعدسازی              | موقعیت           |
| ۴۶   | فَوْتُ الْحَاجَةِ أَهْوَنُ مِنْ طَلِبِهَا إِلَى غَيْرِ أَهْلِهَا(همان، ص. ۱۱۱۵) | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | موقعیت، تحذیر    |
| ۴۷   | قَدَمٌ لِلْوَبْئَةِ يَدٌ وَ آخِرُ لِلنَّكَوْصِ رَجُلًا(همان، ص. ۱۵۸)            | کنایه، تمثیل، استعاره | متقاعدسازی              | موقعیت، تماثل    |
| ۴۸   | قَدْ يَرْمِي الرَّامِيَ وَ تَخْطِئُ السَّهَامُ(همان، ص. ۴۳۰)                    | کنایه، موعظه          | متقاعدسازی و ترغیب      | موقعیت، تحذیر    |
| ۴۹   | قَلْبَتِ لِابْنِ عَمِّكَ ظَهْرَ الْمِجَنِّ(همان، ص. ۹۵۶)                        | کنایه                 | متقاعدسازی              | تحذیر، موقعیت    |
| ۵۰   | كَادَ الْعَفِيفُ أَنْ يَكُونَ مَلَكًا مِنْ                                      | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب      | موقعیت، مقایسه   |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                                           | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع       | احتجاج شبه منطقی      |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
|      | الملائكة (همان، ص. ۱۳۰۳)                                                                   |                       |                    |                       |
| ۵۱   | كَأَنَّهُ قُلْعٌ دَارِي عُنْجَه نَوْتِيَه» (همان، ص. ۵۳۲)                                  | موعظه                 | اعتمادسازی         | تماثل، موقعیت         |
| ۵۱   | كُفِيَ بِالْمَرْءِ جَهْلًا أَلَّا يَعْرِفَ قَدْرَهُ (همان، ص. ۳۰۴)                         | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، تحذیر         |
| ۵۲   | كِلَابٌ عَاوِيَهٌ وَ سِبَاعٌ ضَارِيَه (همان، ص. ۹۲۷)                                       | استعاره، کنایه، موعظه | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر، تماثل  |
| ۵۳   | كُلُّ مُتَوَقِّعٍ آتٍ وَ كُلُّ آتٍ قَرِيبٌ دَانِ (همان، ص. ۳۰۲-۳۰۳)                        | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تحذیر         |
| ۵۴   | كَمَا تَدِينُ تُدَانُ (همان، ص. ۴۷۴)                                                       | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر         |
| ۵۵   | لَا تَجْتَمِعُ عَزِيمَةٌ وَ وَلِيمَةٌ (همان، ص. ۶۹۳)                                       | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر         |
| ۵۶   | لَا تَسْتَحِي مِنْ إِعْطَاءِ الْقَلِيلِ فَإِنَّ الْحَرَمَانَ أَقْلُ مِنْهُ (همان، ص. ۱۱۱۵) | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت                |
| ۵۷   | لَا رَأْيَ لِمَنْ لَا يُطَاعُ (همان، ص. ۹۶)                                                | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر         |
| ۵۸   | لَا طَاعَةَ لِمَخْلُوقٍ فِي مَعْصِيَةِ الْخَالِقِ (همان، ص. ۱۱۶۷)                          | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تحذیر         |
| ۵۹   | لَا يَرَى الْجَاهِلُ إِلَّا مُفَرِّطًا أَوْ مُفَرِّطًا (همان، ص. ۱۱۱۶)                     | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، تحذیر         |
| ۶۰   | لَا يُقَاسُ بِآلِ مُحَمَّدٍ مِنْ هَذِهِ الْأُمَّةِ أَحَدٌ (همان، ص. ۴۵)                    | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، مقایسه        |
| ۶۱   | لُبْسَ الْإِسْلَامِ لُبْسَ الْفَرِّ وَ مَقْلُوبًا (همان، ص. ۳۲۴)                           | موعظه، استعاره، کنایه | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر، تماثل  |
| ۶۲   | لُبْسُ الشَّبَهَاتِ فِي مِثْلِ نَسْجٍ                                                      | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر، مقایسه |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                                      | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع            | احتجاج شبه منطقی             |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------------|
|      | العنکبوت (همان، ص. ۷۱)                                                                |                       |                         |                              |
| ۶۳   | لَتَبْلِلَنَّ بَلْبِلَةً وَ لَتَغْرِبَنَّ غَرْبَةً (همان، ص. ۶۶)                      | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر، تماثل         |
| ۶۴   | اللَّسَانُ سَبْعُ عَقُورٍ إِنْ خُلِيَ عَنْهُ عَقْرُ هِمَانٍ، ص. ۱۱۱۴                  | موعظه، استعاره، کنایه | اعتمادسازی و متقاعدسازی | موقعیت، تحذیر، تماثل، مقایسه |
| ۶۵   | لَقَلَّمَا أَدْبَرَ شَيْءٌ فَأَقْبَلَ (همان، ص. ۶۷)                                   | موعظه                 | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر                |
| ۶۶   | لَيْسَ بَيْنَ الْحَقِّ وَالْبَاطِلِ إِلَّا أَرْبَعٌ أَصَابِعُ (همان، ص. ۴۳۰)          | موعظه                 | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر                |
| ۶۷   | مَا قَلَّ مِنْهُ خَيْرٌ مِمَّا كَثُرَ (همان، ص. ۷۱)                                   | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی      | موقعیت                       |
| ۶۸   | الْمَالُ مَادَّةُ الشَّهَوَاتِ (همان، ص. ۱۱۱۳)                                        | موعظه                 | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر، مقایسه        |
| ۶۹   | الْمُتَعَلِّقُ بِهَا كَالْوَاغِلِ الْمُدْفَعِ وَ النَّوَطِ الْمُدْبَذِ (همان، ص. ۹۶۳) | موعظه                 | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر، مقایسه        |
| ۷۰   | مَثَلُ آلِ مُحَمَّدٍ كَمَثَلِ نَجُومِ السَّمَاءِ (همان، ص. ۲۹۵)                       | موعظه، تمثیل          | اعتمادسازی و ترغیب      | موقعیت، مقایسه               |
| ۷۱   | مَثَلُ الدُّنْيَا كَمَثَلِ الْحَيَّةِ (همان، ص. ۱۰۶۵)                                 | موعظه، تمثیل          | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر، مقایسه        |
| ۷۲   | مَثَلُكُمْ وَ مَثَلُهَا كَسَفَرٍ سَلَكَوا سَبِيلًا (همان، ص. ۲۹۲)                     | موعظه، تمثیل          | متقاعدسازی              | موقعیت، تحذیر، مقایسه        |
| ۷۳   | مَثَلُ مَنْ خَبَرَ الدُّنْيَا كَمَثَلِ قَوْمٍ سَفَرُوا (همان، ص. ۹۲۰)                 | موعظه، تمثیل          | متقاعدسازی              | موقعیت، مقایسه               |
| ۷۴   | مَحَلِّي مِنْهَا مَحَلُّ الْقُطْبِ مِنَ الرُّحَى (همان، ص. ۴۶)                        | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی و اعتمادسازی | موقعیت، مقایسه، تماثل        |
| ۷۵   | مُضَادَّةُ الْكَذَّابِ كَالسَّرَابِ (همان، ص. ۱۱۰۵)                                   | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب      | موقعیت، تحذیر، مقایسه        |
| ۷۶   | مُعَلِّمُ نَفْسِهِ وَ مُؤَدِّهَا أَحَقُّ بِالْإِجْلَالِ (همان، ص. ۱۱۰۵)               | موعظه                 | ترغیب و اعتمادسازی      | موقعیت                       |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                                 | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع       | احتجاج شبه منطقی          |
|------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|
|      | ص. ۱۱۱۷)                                                                         |                       |                    |                           |
| ۷۷   | مَنْ أَبْدَى صَفْحَتَهُ لِلْحَقِّ هَلَكَ (همان، ص. ۱۱۷۲)                         | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی         | موقعیت، پراگماتیسم، تحذیر |
| ۷۸   | مَنْ اسْتَسَلَّمَ لِهَلَكَةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ هَلَكَ (همان، ص. ۱۱۰۲)      | موعظه                 | متقاعدسازی         | موقعیت، پراگماتیسم، تحذیر |
| ۷۹   | مَنْ تَرَدَّدَ فِي الرَّيْبِ وَطَنَّتْهُ سَنَابِكُ الشَّيَاطِينِ (همان، ص. ۱۱۰۲) | موعظه، استعاره، کنایه | متقاعدسازی         | موقعیت، پراگماتیسم، تحذیر |
| ۸۰   | مَنْ جَعَلَ الْمِرَاءَ دِيدَنًا لَمْ يُصْبِحْ لَيْلُهُ (همان، ص. ۱۱۰۲)           | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی         | موقعیت، پراگماتیسم، تحذیر |
| ۸۱   | مَنْ سَلَكَ الطَّرِيقَ الْوَاضِحَ وَرَدَ الْمَاءَ (همان، ص. ۶۵۰)                 | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی، ترغیب  | موقعیت، پراگماتیسم، تماثل |
| ۸۲   | مَنْ صَرَحَتْ لَهُ الْعَبْرُ حَجَزَتْهُ التَّقْوَى (همان، ص. ۶۶)                 | موعظه، کنایه، استعاره | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، پراگماتیسم        |
| ۸۳   | مَنْ ضَاقَ عَلَيْهِ الْعَدْلُ فَالْجَوْرُ عَلَيْهِ أَضْيَقُ (همان، ص. ۶۶)        | موعظه، کنایه، استعاره | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، پراگماتیسم، تحذیر |
| ۸۴   | مَنْ لَانَ عَوْدُهُ كَثُرَتْ أَغْصَانُهُ (فیض الاسلام، ۱۳۶۸، ص. ۱۱۸۳)            | موعظه، کنایه، استعاره | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، پراگماتیسم، تماثل |
| ۸۵   | مَنْ وَثِقَ بِمَاءٍ لَمْ يَطْمَأ (همان، ص. ۵۵)                                   | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، پراگماتیسم        |
| ۸۶   | الْمَوَدَّةُ قَرَابَةٌ مُسْتَفَادَةٌ (همان، ص. ۱۱۸۲)                             | موعظه                 | ترغیب              | موقعیت                    |
| ۸۷   | النَّاسُ أَعْدَاءُ مَا جَهِلُوا (همان، ص. ۱۱۶۸)                                  | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، تحذیر             |
| ۸۸   | نَحْنُ النُّمْرُقَةُ الْوُسْطَى (همان، ص. ۱۱۳۷)                                  | موعظه، کنایه          | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، مقایسه            |
| ۸۹   | نَفْسُ الْمَرْءِ خُطَاهُ إِلَى أَجَلِهِ (همان، ص. ۱۱۱۷)                          | موعظه                 | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تحذیر، تماثل      |
| ۹۰   | هَمَّجَ رِعَاعُ أَتْبَاعِ كُلِّ نَاعِقٍ (همان، ص. ۱۱۵۵)                          | موعظه، استعاره، کنایه | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر، تماثل      |

| ردیف | خطبه، نامه، حکمت                                                         | احتجاج بلاغی          | رویکرد اقناع       | احتجاج شبه منطقی      |
|------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| ۹۱   | وَقَرَّ سَمْعٌ لَمْ يَفْقَهْ الْوَاعِيَةَ (همان، ص. ۵۵)                  | موعظه                 | ترغیب و متقاعدسازی | موقعیت، تحذیر         |
| ۹۲   | يَا أَيُّهَا اللَّهُ عَلَى الْجَمَاعَةِ (همان، ص. ۳۹۲)                   | موعظه، استعاره        | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تماثل         |
| ۹۳   | يُنْجِدُنِي عَنِ السَّيْلِ وَلَا يُرْقِي إِلَيَّ الطَّيْرُ (همان، ص. ۴۶) | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، مقایسه، تماثل |
| ۹۴   | الْيَمِينُ وَالشَّمَالُ مَضَلَّةٌ (همان، ص. ۶۹)                          | موعظه، کنایه          | متقاعدسازی و ترغیب | موقعیت، تحذیر         |
| ۹۵   | يُوهِي الصَّمَّ الصَّلَابَ (همان، ص. ۱۰۲)                                | موعظه، استعاره، کنایه | متقاعدسازی         | موقعیت، تحذیر، تماثل  |

## ۸. نتیجه

از مطالعه و خوانش کاربردشناختی ضرب‌المثل‌های نهج‌البلاغه نتایج زیر به دست آمد:

۱. حضرت علی (ع) از روش‌های مختلفی برای متقاعدسازی و تغییر دیدگاه‌ها و باورهای مخاطبان استفاده کرده‌اند که یکی از آن‌ها تکنیک احتجاج و برهان‌ورزی است. این راهبرد زبانی بسامد بالایی در ضرب‌المثل‌های نهج‌البلاغه به خود اختصاص داده که توانایی و ظرفیت صاحب سخن را بالا برده و بین مقدمه‌ها و نتایج پیوند ایجاد کرده است. امام علی (ع) با توجه به سیاق کلام و متناسب با جایگاه و منزلت والای خویش از این ابزار بهره گرفته تا افزون بر منسجم ساختن عبارات، کلام خویش را بهتر به مخاطب منتقل کند.

۲. آماده‌سازی مخاطب، مخاطب‌شناسی، هدایت گمراهان به سوی حق و دعوت به صلح و آشتی، دوراندیشی، دوری از دنیاپرستی و موارد عبرت‌آموز اخلاقی در سراسر نهج‌البلاغه مشهود است که بر هدف‌مندی تعابیر آن حضرت در انتقال هر چه بهتر معانی به مخاطب اشاره دارد. همچنین امام (ع) در فرایند اقناع بر اصولی همچون دنیاشناسی، آخرت‌شناسی، مبارزه با ظلم، آمادگی برای مرگ تأکید فراوان داشتند. خطابه‌ها و موعظه‌های امام (ع) متناسب با موقعیت‌هایی ایراد شده است که بالاترین تأثیر را بر مخاطب داشته باشد.

۳. با بررسی امثال مورد مطالعه در این نوشتار این به دست آمد که فراوانی کاربست شگردهای برهان‌ورزی به‌خصوص با تکنیک‌هایی همچون ترغیب، متقاعدسازی، تحذیر، تمثیل و کنایه و اشاره به جایگاه و موقعیت آن حضرت در بافت کلام، تکنیک برهان‌ورزی را به یک ویژگی سبکی نهج‌البلاغه تبدیل کرده است.

## ۹. پی‌نوشت‌ها

1. discourse
2. Pragmatics
3. verbal action
4. default
5. conversational implicative
6. protest
7. Metaphorical composition
8. Metaphor
9. Irony composition
10. Exemplify
11. Breacking the norm
12. Irony
13. Equivocalness
14. Building trust
15. Encouragement
16. Persuasion
17. Preaching
18. Similar to logic
19. Conflict
20. Contradiction
21. Symmetry
22. The law of multiplicity
23. Logical structure
24. Comparative approach
25. Pragmatism
26. Caution
27. Position
28. Public Opinion
29. Heavenly books

## ۱۰. منابع

- آقاگل‌زاده، ف. (۱۳۸۹). تحلیل گفتمان‌های رادیو. تهران: طرح آینده.
- اعراب، ح. (۲۰۰۱). الحجاج والاستدلال الحجاجی؛ عناصر استقصاء نظری. مجله عالم‌الفکر، ۱، ۹۷-۱۳۸.
- البرز، پ. (۱۳۸۱). گامی در قلمرو شعر و موسیقی، چاپ دوم، تهران: انتشارات آن.

- بلانتان، ک. (۲۰۰۸). *الحجاج*، ترجمه عبدالقادر المهبیری، تونس: المركز الوطنی للترجمة، دار سیناترا.
- بنوهایشم، ح. (۲۰۱۴). *نظریه الحجاج عند شایم بیرلمان*، بیروت: دار الکتب الجدیدة المتحدة.
- بوقره، ن. (۲۰۱۲). *الخطاب الأدبی و رهانات التأویل: قراءات نصیه تداولیه حجاجیه*، الأردن: عالم الکتب الحدیث.
- جرجانی، ع. (۲۰۰۱). *دلائل الإعجاز، تحقیق: عبد الحمید هنداوی*، بیروت: دار الکتب العلمیه.
- حشانی، ع. (۲۰۱۴). *خطاب الحجاج و التداولیه*، دراسه فی نتاج ابن بادیس الأدبی، الأردن: عالم الکتب الحدیث.
- حکیم آراء، م. (۱۳۸۴). *ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ*، تهران: سمت.
- درنونی، ا. (۲۰۱۳). *الحجاج فی النصّ القرآنی: سوره الانبیاء نمودجاً*، الجزائر: جامعه حاج لخضر باتنه.
- درپر، م. (۱۳۹۲). *لایه های بلاغی و ایدئولوژیک جایگزینی برای لایه های معنی شناسی و کاربردشناسی در کتاب سبک شناسی*، نظریه ها، رویکردها و روش ها تالیف محمود فتوحی رودمجنی، ماهنامه جستارهای زبانی، د، ش ۴، (پیاپی ۱۶)، زمستان، ۲۶۹ - ۲۸۰.
- الدردیدی، س. (۲۰۰۸). *الحجاج فی الشعر العربی القديم من الجاهلیه إلى القرن الثانی للهجره بنیته و أسالیبه* -، اردن: عالم الکتب الحدیث.
- ذوالفقاری، ا.، و مسبوق، س.، و قائمی، م. (۱۴۰۰). *خوانش مفاهیم اخلاقی نهج البلاغه با تکیه بر استلزام ارتباطی*، فصلنامه زبان پژوهی، دانشگاه الزهراء، سال سیزدهم، ش ۴۱، ۱۳۷ - ۱۶۴.
- زائری، ع.، و آقاگلزاده، ف.، و عامری، ح. (۱۳۹۶). *توصیف و تحلیل شیوه های زبانی و فر زبانی و کلا جهت اقناع دردآگاه های علنی ایران: تحلیل گفتمان دادگاه کیفری (زبان شناسی حقوقی)*، دوماهنامه جستارهای زبانی، د، ش ۵، (پیاپی ۴۰)، آذر و دی، ۱۳۹ - ۱۵۸.
- الزمانی، ک. (۲۰۱۲). *حجاجیه الصوره فی الخطاب السیاسیه لدى الإمام علی رضی الله عنه*، الأردن: عالم الکتب الحدیث.
- شاکر، م.، و حاجی پور، ح. (۱۳۹۱). *بررسی مسأله اقناع مخاطب از دیدگاه شهید مطهری*، نشریه تماشاگرانه، سال اول، ش ۲، ۱۳۳ - ۱۵۲.
- الشهیری، ع. (۲۰۰۴). *استراتجیات الخطاب، مقارنه لغویه تداولیه*، لبنان: دارالکتاب الجدیدة.
- صوله، ع. (۲۰۱۱). *فی نظریه الحجاج - دراسات و تطبیقات* - ط ۱، تونس: مسکیلیانی للنشر و التوزیع.
- صوله، ع. (۲۰۰۶). *الحجاج فی القرآن الکریم من خلال أهم خصائصه الأسلوبیه*، بیروت: دار الفارابی.

- العبد، م. (۲۰۰۲). النصّ الحجاجی العربی؛ دراسه فی وسائل الإقناع، مجله فصول، د ۵. ش ۲۰. ۳۵-۵۵.
- العزای، ا. (۲۰۰۶). اللغة و الحجاج، المغرب: دار الأحمديه للنشر.
- غروی، م. (۱۴۰۷ق). الأمثال و الحكم المستخرجه من نهج البلاغه، قم: مؤسسه النشر الإسلامی التابعه لجماعه المدرسین.
- فقیهی، ع. (۱۳۷۶). ترجمه نهج البلاغه، تهران: صبا.
- فیض الاسلام اصفهانی، ع. (۱۳۶۸). ترجمه و شرح نهج البلاغه، تهران: سازمان چاپ و انتشارات فقیه.
- کزازی، م. (۱۳۸۱). بیان (۱) زیباشناسی سخن پارسی، چاپ ششم، تهران: نشر مرکز.
- مطهری، م. (۱۳۹۸). سیری در نهج البلاغه، تهران: صدر.
- مکارم شیرازی، ن. (۱۳۷۵). پیام امام امیر المؤمنین علیه السلام، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
- ملکیه، غ. و امیزل، ا. (۲۰۰۶). الحجاج فی درس الفلسفه، المغرب: إفريقيا الشرق.
- همایی، ج. (۱۳۷۰). فنون بلاغت و صناعت ادبی، تهران: هما.
- یول، ج. (۱۳۸۷). کاربردشناسی زبان، ترجمه م. عموزاده و م. توانگر. تهران: سمت.

## References

- Agha Gholzadeh, F. (2010). *Analysis of radio discourses* (1st ed.). Tehran: Future Plan. [In Persian].
- Al-Abd, M. (2002). The Arabic Pilgrim Text: A Study in the Means of Persuasion. *Journal of Seasons*, (20), 35-55.
- Al-Azaavi, A. (2006). *The Language and the Pilgrims*. Morocco: Dar al-Ahmadiyah for Publication.
- Alborz, P. (2002). *A Step in the Realm of Poetry and Music* (2nd ed.). Tehran: Publishers of Aan. [In Persian].
- Al-Doraidi, S. (2008). *Pilgrims in Ancient Arabic Poetry from Ignorance to the Second Century AH: Structure and Styles*. Jordan: Alam al-Kotob al-Hadith. [In Arabic].
- Al-Shahri, A. (2004). *Speech Strategies: Comparison of Lexical Usage*. Lebanon: Dar al-Ketab al-Hadithah.

- Al-Zamani, K. (2012). *The Pilgrims of the Pictures in the Political Sermon to the Imam Ali, may God be pleased with him*. Jordan: Alam al-Kotob al-Hadith. [In Arabic].
- Arabs, H. (2001). Argument and Argumentative Inference Element of Theoretical Investigation. *Journal of World of Thought*, (1), 97-138. [In Arabic].
- Banu Hashim, H. (2014). *Theory of Pilgrims by Shaim Perlman*. Beirut: Dar Al-Kitab al-Jadidah Al-Muttahida. [In Arabic].
- Booghareh, N. (2012). *Literary Speech and Bets of Interpretations: Pragmatic Textual and Pilgrims Readings*. Jordan: Alam al-Kotob al-Hadith. [In Arabic].
- Darpar, Maryam. (1392). Rhetorical and ideological layers as an alternative to the layers of semantics and pragmatics in the book of stylistics, theories, approaches and methods authored by Mahmoud Foutouhi Roudmaujani. *Linguistic Quests Quarterly*, D4(4, 16 consecutive), 269-280. [In Arabic].
- Darpar, M. (2013). Rhetorical and ideological layers as an alternative to the layers of semantics and pragmatics in the book of stylistics, theories, approaches and methods, authored by Mahmoud Foutouhi Roudmaujani. *Linguistic Quests Quarterly*, D4(4, 16 consecutive), 269-280. [In Persian].
- Darnooni, I. (2013). *Pilgrims in the Text of the Qur'an: Sura al-Anbiya for Example*. Algeria: University of Haj Lehgdar Bataneh. [In Arabic].
- Faiz al-Islam Isfahani, A. (1989). *Translation and Explanation of Nahj al-Balaghah*. Tehran: Faqih Printing and Publishing Organization. [In Persian].
- Faqihi, A. (1997). *Translation of Nahj al-Balaghah*. Tehran: Saba. [In Persian].
- Gharavi, M. (1986). *The Proverbs and Wisdom are Extracted from Nahj al-Balagha*. Qom: Islamic Publishing Institute affiliated with the Community of Teachers. [In Arabic].
- Hakim Ara, M. (2005). *Persuasive Communication and Advertising*. Tehran: SAMT. [In Persian].
- Hashaami, A. (2014). *Pilgrims' Speech and Pragmatics: Studies in the Lineage of Ibn Badis al-Adabi*. Jordan: Alam al-Kotob al-Hadith. [In Arabic].

- Homayi, J. (1991). *Rhetoric and Literary Crafts*. Tehran: Homa. [In Persian].
- Joel, G. (2008). *Application of Language*. (M. Amouzadeh & M. Tavangar, Trans.). Tehran: SAMT. [In Persian].
- Jorjani, A. (2001). *Evidence of Miracles*. (Abdol-Hamid Alhindawi, Res.). Beirut: Dar Al-Kotob Al-Elmiyah. [In Arabic].
- Kazzazi, M. (2002). *Expression I, Aesthetics of Persian Speech* (6th ed.). Tehran: Center Publications. [In Arabic].
- Makarem Shirazi, N. (1996). *Message of Imam Amir al-Mu'minin, peace be upon him*. Tehran: Dar al-Kotob al-Eslamiyah. [In Persian].
- Melkiyeh, Ghobar; Emizel, Ahmad. (2006). *Pilgrims in the Course of Philosophy*. Morocco: East Africa. [In Arabic].
- Motahari, M. (2019). *Exploration in Nahj al-Balaghah*. Tehran: Sadr. [In Persian].
- Plantin, C. (2008). *Argument*. (Abdolghader Al Mohairi, Trans.). Tunisia: National Center for Translation, Dar Sinatra. [In Arabic].
- Shaker, M., & Hajipoor, H. (2012). Spectacular Magazine. *Spectacular Magazine*, 1(2), 133-152. [In Persian].
- Solah, A. (2006). *Pilgrims in the Holy Quran from the Most Important Characteristics of the Style*. Beirut: Dar al-Farabi.
- Solah, A. (2011). *In the Theory of Pilgrims-Studies and Adaptations* (1st ed.). Tunisia: Meskiliani for Publishing and Distribution. [In Arabic].
- Zairi, A., Aghagolzadeh, F., & Ameri, H. (2012). Description and analysis of lawyers' linguistic and linguistic methods for persuasion in Iran's open courts: analysis of criminal court discourse (legal linguistics). *Bimonthly Scientific-Research Journal of Language Essays*, 8(5, 40 consecutive), 139-158. [In Persian].
- Zolfaghari, A., Masboogh, S., & G, M. (2021). Reading the Moral Concepts of Nahj al-Balagheh Based on Communicative Implication. *Quarterly Journal of Linguistics, Al-Zahra University*, 13(41), 137-164. [In Persian].