

## تحلیل کاربردشناسانه کارکرد اقناعی استعاره در نامه‌های برگزیده نهج البلاغه

علی اکبر نورسیده<sup>۱</sup>

سید رضا میراحمدی<sup>۲</sup>

علی باقری<sup>۳</sup>

### چکیده

کاربردشناختی، ادبیات را به عنوان مؤثرترین و زیباترین نوع گفتمان تلقی می‌کند، گفتمانی که نه تنها زیبایی و جمال در آن بلکه تمام کارکردها و وظائف ارتباطی زبان در آن موجود است. بنابراین فن اقناع به عنوان هدف غایی هر گفتمانی، در ذیل مکتب کاربردشناختی قرار می‌گیرد. استعاره به عنوان ابزاری است که جایگاهی بالا در امر ارتباط بین متکلم و فرستنده و نیز در امر اقناع و اثرگذاری بر مخاطب دارد. مقاله حاضر با روش توصیفی تحلیلی سعی دارد این صنعت بلاغی را با هدف اقناع مخاطب در نامه‌های برگزیده نهج البلاغه بررسی کند. از دستاوردهای پژوهش این است که امام علیه السلام بیش‌تر استعاره خود را در جهت تنبیه، تذکیر و ترغیب مخاطب به کار می‌گیرد و برای اقناع مخاطب از این طریق، تصاویری ساده و ملموس انتخاب می‌کند که اقناع و قدرت تأثیری بیش‌تر دارند.

**واژگان کلیدی:** نهج البلاغه، نامه‌های برگزیده، استعاره، کاربردشناسانه، اقناع.

۱- استادیار زبان و ادبیات عربی دانشگاه سمنان، نویسنده مسئول noresideh@semnan.ac.ir

۲- دانشیار زبان و ادبیات عربی دانشگاه سمنان rmirahmadi@semnan.ac.ir

۳- دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی دانشگاه سمنان bagheri@semnan.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۳

## مقدمه

نهج البلاغه آکنده از آموزه‌های نافذ در قالب تعابیری زیبا جهت سازندگی و تربیت اخلاقی، اجتماعی و سیاسی بشر است و نیز دارای اسلوبی منحصر به فرد است که ادیبان و سخن‌وران کلاسیک و سنتی و نوپرداز را به میدان چالش می‌کشاند. آنچه که این کتاب را از دیگر کتاب‌ها متمایز می‌کند، استفاده از شیوه‌ها و رویکردهای استدلالی جهت پیاده کردن اندیشه‌ها و مسایل اخلاقی و تربیتی می‌باشد که فضای هنری درخور توجه‌ای به کلام بخشیده است.

امیرالمؤمنین علیه السلام جلوه‌هایی از معانی گوناگون را در قالب تصاویری زیبا و تابلویی جذاب با استدلال‌هایی منطقی و روشن برای خواننده به تصویر می‌کشد و با بیانی شیوا و با قوه تخیلی وسیع، اندیشه‌های خود و مباحث مهم اخلاقی را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. احتجاج و استدلال آوری، یکی از جلوه‌ها و تکنیک‌هایی است که امام علیه السلام اتخاذ می‌کند تا هر گونه ابهام را از ذهن مخاطب دور سازد و او را به درجه‌ای از اقناع برساند که خود، خواهان پذیرش اندیشه‌های بلند علوی شود. این مزیت در کلام حضرت در گرو کاربرد هنرمندانه براهین و دلایل بلاغی است.

به کارگیری استعاره یکی از روش‌هایی است که امام علیه السلام برای اقناع مخاطب به کار برده است، شیوه‌ای که توأم با بیان سحر آمیزش، مخاطب را به سمت و سوی اهدافش سوق می‌دهد. به نظر می‌رسد استعاره در کارکرد اقناعی نقشی مهم بین امام علی علیه السلام و مخاطب دارد. ایشان از این صنعت برای تبادل احساسات و افکار در جهت اثرگذاری و ارتباط موفق در یک نظام منسجم و ساختارمند استفاده می‌کند. این جستار می‌کوشد، سویه‌های اقناعی استعاره را در تأثیر بر مخاطب و برانگیختن احساسات او شناسایی کند. در بازگردان خطبه‌های برگزیده نهج البلاغه و آیه قرآن به ترتیب از ترجمه محمد دشتی و محمد مهدی فولادوند استفاده شده است.

## ۱. ادبیات نظری پژوهش

### ۱-۱. پیشینه پژوهش

در مورد نامه‌های نهج البلاغه و رویکرد بلاغی آن پژوهش‌های زیادی به انجام رسیده است، اما در مورد کارکرد عناصر بلاغی آن با محوریت اقناع، کم‌ترین موضوعی به چشم می‌خورد. پژوهش حاضر با نگاه کاربردشناسی می‌کوشد استعاره را از منظر جدید با کارکرد اقناعی و احتجاجی آن بررسی کند. در این زمینه پژوهش‌هایی در گفتمان امیرالمؤمنین علیه السلام به رشته تحریر در آمده که نزدیک‌ترین آن‌ها به این مقاله از این قرار است:

- ۱- مهتاب نور محمدی، فردوس آقا گل زاده، ارسلان گلفام: «عنوان فارسی: تحلیل مفهومی استعاره‌های نهج البلاغه (رویکرد زبان شناسی شناختی) عنوان عربی: (دراسة مفاهیم الاستعارات فی نهج البلاغه علی أساس

منهج اللسانيات المعرفية»، مجلة الجمعية العلمية الإيرانية للغة العربية وآدابها، ۱۳۹۱، دوره ۸، شماره ۲۲، صص ۱۵۵-۱۹۲. این پژوهش به تحلیل استعاره‌های نهج البلاغه بر اساس نظریه‌های جدید می‌پردازد. از نتایج آن وجود مدل‌های شناختی استعاره‌ها و کارکرد توضیحی آن‌ها در گفتمان مذهبی از جمله متن نهج البلاغه است که درکی عمیق از این متون به دست می‌دهد.

۲- حبیب برانیمه «بررسی روش شناسی ترجمه استعاره در خطبه‌های ۲۱ تا ۵۰ نهج البلاغه (ترجمه فیض الإسلام، دشتی و شهیدی (ره))»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم، ۱۳۸۹. این پژوهش با هدف استخراج استعاره‌های خطبه‌های برگزیده و بررسی ترجمه سه مترجم مذکور از این استعاره‌ها در صدد است تا نشان دهد استعاره به عنوان یک عنصر بلاغی در ترجمه تحت اللفظی نمی‌گنجد، بلکه باید معادل‌یابی شود، به این ترتیب سعی می‌کند در این راستا ترجمه پیشنهادی ارائه دهد.

۳- زهرا کرم پور، ولی الله حسومی، حسین خاکپور: «اقناع مخاطب در نهج البلاغه»، مجله پژوهش‌های نهج-البلاغه، ۱۳۹۴، سال سوم، شماره ۹، صص ۲۷-۵۳. این مقاله با روش توصیفی-تحلیلی می‌کوشد روش امام علیه السلام را در اقناع مخاطب بررسی کند. در پایان به این نتیجه می‌رسد که حضرت در سخنان خویش از انواع فنون و شیوه‌های اقناع، مثل تبلیغ، حکمت، موعظه برای قانع ساختن مخاطب استفاده نموده و با توجه به این‌که هر کدام از این روش‌ها در جای خود و به موقع مورد استفاده قرار گرفته‌اند، نهایت تأثیر خود را بر روی مخاطب داشته‌اند.

۴- مهدی عابدی جزینی، هاجر الهایی سحر: «دراسة أساليب الإقناع فی رسائل الإمام علی علیه السلام (نموذجاً الرسالة الثامنة والعشرين من نهج البلاغة)»، مجلة اللغة العربية وآدابها، ۲۰۱۹م، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۲۴۹-۲۷۳. این پژوهش اسلوب‌های اقناعی امیرالمؤمنین علیه السلام را در نامه ۲۸ بررسی کرده است. در این راستا از ابزارهایی، مانند استفهام انکاری، حروف عطف، حروف استدارک، استشهاد به ضرب‌المثل استفاده کرده است. از دستاوردهای آن می‌توان گفت: نامه ۲۸ از اسالیب منطقی و شبه منطقی در جهت توجیه مخاطب خود بیش‌تر استفاده کرده است و نیز برای بیان افکار خود روی به سخن رمزآلود می‌آورد.

۵- محمد نبی احمدی: «دراسة لبعض آلیات الحجاج البلاغیة فی نهج البلاغة»، مجلة الجرجانی، فی تأسیل البلاغة والنقد الأدبی، ۲۰۱۸، سال اول، شماره اول، صص ۱۱۹-۱۳۷. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی برخی از خطبه‌ها، نامه‌ها، و حکمت‌های نهج البلاغه را با رویکرد احتجاجی مورد بررسی قرار می‌دهد. اسالیب اقناعی به کار رفته در این مقاله؛ اسلوب تکرار، استفهام، نفی، شرط و تمثیل می‌باشد. در آخر به این نتیجه رسیده است که امیرالمؤمنین علیه السلام بیش‌تر سبک‌های خود را در پی اقناع مخاطب و اثر گذاشتن و تغییر اندیشه و رفتارهای او در نظر می‌گیرد.

۶- مهدی عابدی: «دراسة آليات الإقناع والحجاج في رسائل الإمام علي عليه السلام في نهج البلاغة (الرسالة الخامسة والأربعون نموذجاً)»، مجلة إضاءات نقدية (فصلية محكمة)، ۱۳۹۸، سال نهم، شماره ۳۶، صص ۸۰-۱۱۰. این مقاله به بررسی نامه امام علی علیه السلام به عثمان بن حنیف الأنصاری می‌پردازد. نویسنده در این مقاله می‌کوشد، کیفیت کاربست ابزارهای اقناعی را بر اساس استراتژی تضامنی بررسی کند. در این راستا از ابزار نحوی مانند، فعل قسم، افعل ظن و گمان، حروف عطف و استدارک استفاده می‌کند. از نتایج آن می‌توان به کارکرد وصفی و توجیهی بودن این ابزارها اقناعی اشاره کرد.

همان طور که از عنوان و شیوه پژوهش‌های پیشین بر می‌آید هر یک از آن‌ها گوشه‌هایی از اهداف پیش روی جستار حاضر را مغفول گذاشته‌اند. از اصلی‌ترین مواردی که در این پژوهش‌ها به آن پرداخته نشده، مبحث استعاره می‌باشد. پژوهش حاضر می‌کوشد این صنعت بلاغی را در راستای اهداف اقناعی امام علی علیه السلام در نامه‌های برگزیده ایشان، بررسی نماید و کارکرد احتجاجی و اقناعی آن را نشان دهد؛ لذا تفاوت مقاله حاضر با پژوهش‌های پیشین در رویکرد مذکور کاملاً نمایان است، بنابراین نتایج به دست آمده، نسبت به کارهای سابق تازه و نو می‌باشد.

### ۱-۲. پرسش‌های پژوهش

۱. استعاره در نامه‌های نهج البلاغه چه مفاهیم و محتوایی را به مخاطب منتقل می‌کند؟
۲. کاربست استعاره در اقناع مخاطب در نامه‌های نهج البلاغه چگونه است؟

### ۱-۳. فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد امام علی علیه السلام برای اصلاح و ارشاد مخاطب خود، در مسایل دینی و اخلاقی بیش‌تر از استعاره استفاده می‌کند.
۲. امام علی علیه السلام برای انتقال مفاهیم از صورت‌های قابل فهم برای مخاطب، نظیر صورت‌های حیوانی و انسانی بهره می‌گیرد و قدرت اقناعی گفتمان خود را افزایش می‌دهد.

### ۱-۴. اهمیت و ضرورت پژوهش

نامه‌های نهج البلاغه از دسته متونی محسوب می‌شوند که گفتمان موجود در آن‌ها صورت تبادلی و تقابلی دارد به طوری که محوریت کلام بر دو قطب فرستنده و گیرنده استوار می‌باشد. از این رو، استعاره به عنوان کانونی‌ترین محورهای مطالعه این چنین متون است؛ زیرا فرستنده با کاربست این صنعت بلاغی در جهت اقناع، اثرگذاری و باورپذیری مخاطب خود می‌کوشد. در این راستا کاربردشناختی، در تحلیل گفتمان فراتر از واژه،

جمله و نظم درون متن رفته و نظام ارتباطی بین فرستنده و گیرنده را در یک سیاق مشخص بررسی می‌کند. بنابراین بررسی کاربرد استعاره در نامه‌های نهج البلاغه به منظور اقماع با رویکرد کاربرشناختی آن امری ضروری است.

## ۱-۵. روش پژوهش

پژوهش حاضر برای تعیین مسأله و گردآوری معلومات و تحلیل آن‌ها تا رسیدن به نتیجه مطلوب از روش کتابخانه‌ای و توصیفی-تحلیلی بهره جسته است. توصیفی از آن جهت که در قسمتی از پژوهش (چهارچوب نظری) از افکار و اندیشه‌های محققین و اندیشمندان بهره گرفته می‌شود، و با تکیه بر آن‌ها به دنبال تبیین چگونگی موضوع و نظریه به کار گرفته شده در تحقیق است. به عبارت دیگر با استفاده از روش توصیفی محقق به توصیف، تنظیم و نظام‌مند کردن آرا و نظرات صاحب نظران می‌پردازد و دخالتی در موقعیت، وضعیت و نقش متغیرها ندارد و آن‌ها را دستکاری یا کنترل نمی‌کند و صرفاً آن‌چه را وجود دارد مطالعه کرده، به توصیف و تشریح آن می‌پردازد. تحلیلی از آن جهت که محققان می‌کوشند این آرا و متغیرها را با متن انتخابی ارتباط دهند. در این راستا و با تکیه بر همین روش، در ابتدا به مبانی نظری پرداخته و شرح مختصری در مورد کاربردشناسی و اقماع داده، سپس مثال‌هایی استخراج شده از نامه‌های برگزیده (نامه‌های ۲۸، ۳۱، ۴۴، ۴۵) مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. لازم به ذکر است که در ترجمه شاهد مثال‌های استخراج شده از نهج البلاغه از ترجمه محمد دشتی و در ترجمه آیات قرآن از ترجمه محمد مهدی فولادوند استفاده شده است.

## ۲. نگاهی گذرا به کاربرد شناسی زبان<sup>۱</sup>

کاربرد شناسی یکی از حوزه‌های زبان شناختی است که با علومی مانند صرف و نحو، بلاغت، جامعه شناسی و جز آن‌ها سر و کار دارد. اگر چه نسبت به این علوم، حوزه‌ای نوپا در زبان شناسی محسوب می‌شود، اما امروزه این حوزه برای تمام زبان شناسان موضوعی شناخته شده است و اکثر آن‌ها به آن اذعان دارند. کاربردشناسی به مطالعه گونه‌ای از معنا می‌پردازد که گوینده یا نویسنده آن را منتقل و شنونده یا خواننده متن برداشت می‌کند. به اعتقاد لیچ<sup>۲</sup> ماهیت زبان به گونه‌ای است که زبان باید در تعامل‌های زبانی مورد استفاده قرار گیرد (لیچ، ۱۹۸۳: ۱). بنابراین، کاربردشناسی بیش‌تر با تحلیل منظور افراد از پاره‌گفته‌هایشان سروکار دارد تا با معنای خود کلمات یا عباراتی که به کار می‌برند. به دیگر سخن، در کاربردشناسی، تولید معنا علاوه بر حضور دو

1. Pragmatics Language  
2. Geoffrey Neil Leech

قطب سخن، بافت و موقعیت کلام حایز اهمیت است، در واقع تحلیل متن در سایه کاربردشناسی یک رابطه سه طرفه بین گوینده، شنونده و موقعیت حاکم است. در نگرش کاربردشناختی، زبان به سطح اجتماعی و دایره تأثیر و تأثر وارد شده و این مسأله از رهگذر کاربرد زبان با هدف ایجاد ارتباط حاصل می‌شود (شهری، ۲۰۰۳: ۲۳)، به این معنا که زبان بر فرایند ارتباط صحه می‌نهد که در این راستا بافت و اهداف فرستنده پیام از اهمیتی خاص برخوردار است. جورج یول<sup>۱</sup> کاربردشناسی را «دانش بررسی منظور گوینده در بافت و موقعیت مشخص» تعریف می‌کند (یول، ۱۳۹۱: ۱۲). بنابراین کاربردشناسی در یک فرایند ارتباطی و تعامل گونه به تحلیل نشانه‌ها و روابط آن‌ها با کاربران در بافت مشخص می‌پردازد. بافت شامل بافت موقعیتی، اجتماعی و متنی می‌باشد و هم‌چنین دانش پیش زمینه‌ای افراد، یعنی دانش آن‌ها نسبت به یکدیگر و جهان خارج را شامل می‌شود.

در بطن کاربردشناسی نظریه‌های مهمی چون نظریه کارگفت (کنش گفتاری)<sup>۲</sup>، اصول ادب<sup>۳</sup>، و احتجاج (حجاج)<sup>۴</sup> جای دارند. نظریه کنش گفتاری که توسط آستین<sup>۵</sup> و سرل<sup>۶</sup> مطرح شد با تقسیم پاره گفتارها به انواعی چون کارگفت اظهاری، ترغیبی، تعهدی، عاطفی و اعلامی می‌پردازد و تأثیر هر یک را بر مخاطب بررسی می‌کند. نظریه اصول ادب گرایس به اصول چهارگانه کلام، یعنی همکاری، کیفیت، کمیت و مناسبت می‌پردازد، اما احتجاج که موضوع جستار حاضر است، اثبات یا ابطال عقیده فرستنده و یا اقناع مخاطب را بررسی می‌نماید. در واقع احتجاج یا استدلال آوری ابزاری است که برای هدف غایی، یعنی اقناع مخاطب به کار می‌رود.

### ۳. مفهوم لغوی و اصطلاحی اقناع

اقناع از جمله مباحث مهم حوزه زبان‌شناسی و بلاغت است که هدف و غایت هر گفتمان می‌باشد. واژه اقناع بر وزن افعال از ریشه «قَنَعَ - يَقْنَعُ» گرفته شده از «رضی النفس» به معنای متقاعد شدن، قانع شدن است (ابن منظور، ۱۹۹۷: ۳۲۱/۵). این واژه در فرهنگ نامه‌های غربی از جمله انگلیسی و فرانسوی از واژه (Persuasio) تعبیر شده است که در بر دارنده معنای «تشویق، تحریک، متقاعد سازی» می‌باشد (قبیعة، ۱۹۹۹: ماده Persuader). اقناع در فرهنگ قدیم غرب نزد افلاطون به بیان سفسطه‌ها و ادله‌های عاطفی

- 
1. George Yule
  2. Speech Acts
  3. Cooperative Principle
  4. L argumentation
  5. Austin
  6. Searle

اثرگذار از جانب متکلم بر قوه خیال و احساسات مخاطب که عقل و قوه تفکر او را شامل نشود، اشاره دارد (بلخیر، ۲۰۱۰: ۹۲).

ارسطو اولین پایه گذار تئوری اقناع است. وی ارتباطی عمیق میان مفهوم اقناع و نحوه گفتمان قایل است. با این اعتقاد که اقناع را سازه اصلی و اساسی خطاب می‌داند (دریدی، ۲۰۰۸: ۱۷). در فرهنگ جدید غرب این واژه نزد عالمان غربی دارای تعاریفی متعدد است. هنریک بلیث<sup>۱</sup> اقناع را کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش‌ها، باورها، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فردی و گروهی می‌داند (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۲۸). در واقع اقناع به دنبال اثبات و یا ابطال یک عقیده است که به نحوی منجر به تغییر نگرش مخاطب می‌شود. در فرهنگ عربی اسلامی، حازم قرطاجنی در کتاب "منهاج البلغاء وسراج الابداء" در تعریف اقناع بیان می‌دارد که «اقناع، ایجاد انگیزش در ذهن و عملکرد هر شخص است» (قرطاجنی، ۱۹۸۱: ۲۰). بر این اساس غایت اقناع در ادبیات هدفی عینی نیست که در خارج وجود داشته باشد، بلکه غایتی ذهنی است که در اعماق نفوس مخاطبان اثر می‌گذارد. در تعریفی دیگر، اقناع سوق دادن اذهان عمومی به پذیرش بیانات اظهار شده و خشنودی احساسات و ارضای عقل با استدلال منطقی است (عمری، ۲۰۰۲: ۲۸).

بر اساس آنچه در مورد مفهوم اقناع بیان شد، باید گفت: در شیوه اقناع سه محور منبع، پیام و احساسات و عواطف مخاطبان مورد نظر است. منبع به عنوان کاربر زبان که قصد و منظور او باید مد نظر قرار گیرد، پیام به عنوان گفتار و یا پاره گفتار که باید به نظم نحوی و بافت بیرونی آن توجه شود و در آخر مخاطب که ضروری است تغییری در نگرش و عقاید او اتفاق بیفتد در این صورت است که ارتباط و اقناع مؤثر تحقق می‌یابد.

#### ۴. بررسی چگونگی کاربست استعاره اقناعی در نامه‌های برگزیده نهج البلاغه

یکی از اصلی‌ترین محورهای مطالعه در رویکرد معناپنیداد در مطالعه زبان، استعاره است که توجه به آن را می‌توان مهم‌ترین تحول در زبان شناسی امروزی دانست. در نیمه دوم قرن بیستم، برخی از زبان شناسان کاربردی با جمع آوری نمونه‌های بسیاری از کاربرد استعاره در زبان ادبی و غیر ادبی، نظام عظیمی از استعاره‌های متعارف را کشف کردند که در وظایف زبان تمایز به وجود آورد. این مطالعات، باعث تغییر دیدگاه ادیبان و ناقدان به استعاره شد. استعاره علاوه بر کارکرد پیام رسانی، جنبه‌های کاربردی، عاطفی و انگیزشی بسیار قوی دارد و همان جنبه‌ها همراه با جنبه‌های ساختاری خود باعث می‌شوند که پردازش اطلاعات در استعاره ویژگی پیدا کند و مخاطب را به فعالیت وا دارد (قاسم زاده، ۱۳۷۹: ۱۵). با استعاره می‌توان معنا و منظوری خاص

1. Henick belis

را برجسته نمود تا مخاطب مقصود گوینده و با نویسنده را سریع‌تر، کامل‌تر و روشن‌تر در یابد؛ زیرا استعاره باعث جلب توجه می‌شود.

بر اساس دیدگاه‌های سنتی، نقش استعاره بیش‌تر خیال‌انگیز کردن سخن است و آن را فصیح، بلیغ، جذاب و آراسته می‌نماید؛ لذا پیام استعاری با دارا بودن سایر شرایط بهتر و بیش‌تر بر دل می‌نشیند و آن‌ها را برای دریافت حقایق و نزدیکی به هم آماده می‌کند (آصف، ۱۳۹۰: ۷۷). با تکیه بر همین ویژگی سنتی استعاره، امروزه و در بلاغت جدید، نقش استعاره را کارکرد اقناعی آن پررنگ‌تر کرده است؛ زیرا سخنور جهت اثرگذاری بر مخاطبان خود از آن بهره می‌گیرد تا به آن وسیله، عواطف آن‌ها را تهییج و به هدف خود نایل آید. مقاله حاضر در این قسمت می‌کوشد رویکرد جدید استعاره، یعنی کارکرد اقناعی آن را در نامه‌های برگزیده نهج البلاغه بررسی کند.

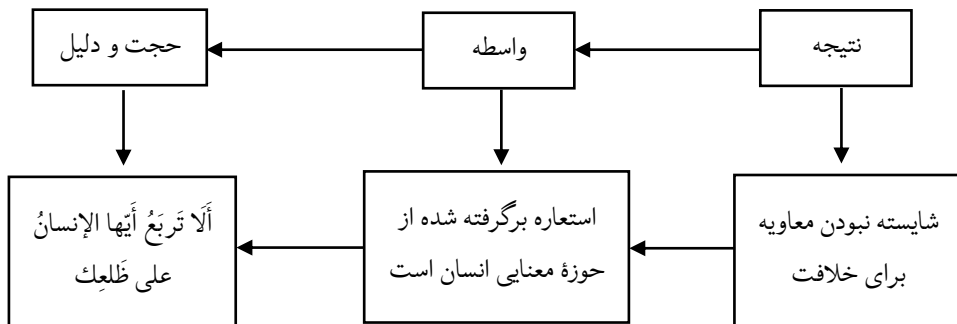
#### ۴-۱. فراز اول

امام علیه السلام در نامه‌ای به معاویه چنین می‌فرماید: «أَلَا تَرَبُّعُ أَيُّهَا الْإِنْسَانُ عَلَى ظُلْمِكَ وَ تَعْرِفُ قُصُورَ ذَرْعِكَ»؛ «ای آدمی، چرا به جای خود نمی‌نشینی و نمی‌خواهی که کاستی‌های خود را بشناسی» (نامه ۲۸).

حضرت در این پاره گفتار خطاب به معاویه می‌گوید: انسان نباید خواسته‌ای فراتر از توانایی‌اش داشته باشد. لفظ مستعار در این عبارت کلمه «ظلم» است که امام علیه السلام آن را برای هشدار و توییح معاویه به عاریه می‌گیرد. در واقع این لفظ در اینجا ناتوانی فرد را می‌رساند، زیرا وقتی دردی بر قسمت پا نمایان شود، انسان دچار لنگی می‌شود که به نوعی ناتوانی او را در راه رفتن می‌رساند.

در این پاره گفتار، استعاره از طریق استفهام به معنای استرحام، تحقیر و طعنه زدن تقویت شده است، به طوری که امام علیه السلام با حالت تقریب سعی دارد به معاویه هشدار دهد که قدم در عرصه‌ای نگذار که توانایی بقا در آن را نداری!

این استعاره احتجاجی، استدلالی است که نتیجه آن به این صورت از طریق حجت و مقدمه تقویت می‌شود:





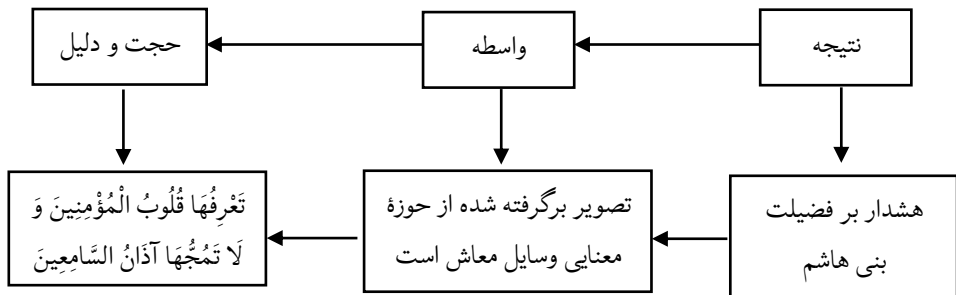
در واقع امام علیه السلام به جای این که مستقیم به نتیجه اشاره کند (شناختن حد و حدود) از استعاره بهره می‌گیرد تا کلام تأثیری بیش‌تر به مخاطب انتقال یابد. به اعتقاد جرجانی با استفاده از استعاره، تخیل در سخن افزایش می‌یابد و قدرت استدلالی سخن قوی‌تر و منظور گوینده کامل‌تر بیان می‌شود (جرجانی، ۱۹۹۱: ۲۹۷).

#### ۴-۲. فراز دوم

در نامه‌ای به معاویه حضرت می‌فرماید: «وَلَوْ لَا مَا نَهَى اللَّهُ عَنْهُ مِنْ تَرْكِيَةِ الْمَرْءِ نَفْسُهُ لَذَكَرَ ذَاكِرٌ فَضَائِلَ جَمَّةٍ تَعْرِفُهَا قُلُوبُ الْمُؤْمِنِينَ وَلَا تَمُجُّهَا آذَانُ السَّامِعِينَ»؛ «اگر خداوند خودستایی را منع نفرموده بود، گوینده برای تو از فضایلی سخن می‌گفت که دل‌های مؤمنان به آن‌ها خو گرفته است و گوش‌های شنوندگان آن‌ها را ناخوش ندارد» (نامه ۲۸).

این بخش از نامه امیرالمؤمنین علیه السلام، بیانگر آن است که فضیلت‌های اهل بیت علیهم السلام به درجه‌ای از شهرت و وضوح رسیده است که نه تنها مسلمانان، بلکه غیر از آنان نیز از آن‌ها آگاه هستند. بافت کلی این پاره‌گفتار نشان می‌دهد که روشنی و شهرت فضایل اهل بیت علیهم السلام بر هیچ کس پوشیده نیست حتی اگر انسانی مسلمان نباشد گوش او از شنیدن این فضایل سرباز نمی‌زند. در این راستا حضرت برای توضیح و تفسیر این تصویر، لفظ (تمج) را برای کراهت نفس از چیزهایی به عاریه می‌گیرد که بارها شنیده می‌شود. در واقع امام علیه السلام تکرار این گفته‌های (تهمت‌های) معاویه را به مانند آب دهان می‌داند که انسان به راحتی آن را بیرون می‌اندازد.

به نظر می‌رسد این استعاره منطبق و منسجم با قصد امیرالمؤمنین علیه السلام آمده است. به طوری که ایشان با عمیق‌تر کردن معنای سخن خود قصد دارد به ارشاد، ترغیب و اقناع معاویه بپردازد. به این صورت که:



در واقع چنین استعاره احتجاجی و یا استدلالی به منصف ظهور نمی‌رسد مگر آن که گوینده آن از حوزه‌های شناختی، فرهنگی و علمی مخاطب آگاهی داشته باشد. در واقع امام علیه السلام با آگاهی کامل از اندیشه و اعتقادات معاویه کلام خود را با استعاره عجیب می‌کند که کاربرد و قدرت اثرگذاری آن در تغییر نگرش دینی، اجتماعی و فرهنگی مخاطب کارآمدتر است؛ زیرا ارتباطی که با هدف اقناع صورت می‌گیرد، «شامل طرح هر پیامی است که

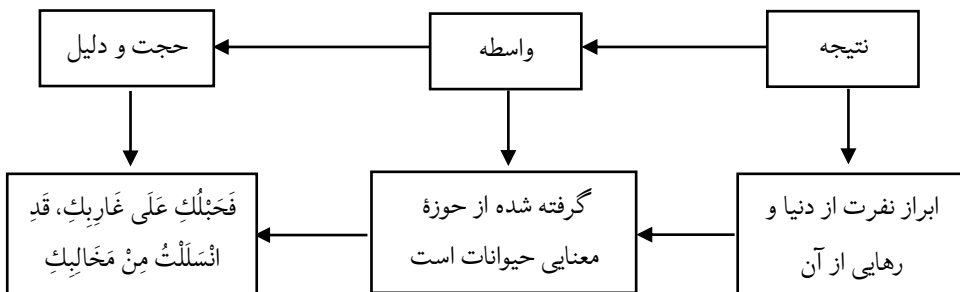
به قصد شکل دادن، تقویت یا تغییر پاسخ‌های شناختی، عاطفی و رفتاری دیگران تنظیم شده باشد. به این ترتیب، لازم می‌آید صفات، نگرش‌ها و اعتقادات مخاطب به هدف نفوذ و اثرگذاری بیش‌تر شناخته شده باشد» (ایمانیان، ۱۳۹۳: ۳۷).

#### ۴-۳. فراز سوم

امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه‌ای دیگر به عثمان بن حنیف الانصاری می‌فرماید: «إِلَيْكَ عَنِّي يَا دُنْيَا، فَحَبْلُكَ عَلَيَّ غَارِبِكِ، قَدْ انْسَلَلْتُ مِنْ مَخَالِيكَ وَأَفْلَتُ مِنْ حَبَائِلِكَ»؛ «ای دنیا از من دور شو، افسارت را به پشتت افکندم. من خود را از چنگال‌هایت رها کردم و از دام‌هایت بیرون افکندم» (نامه ۴۵).

امام علیه السلام در این بخش از نامه برای این‌که مخاطب خود، عثمان بن حنیف، گرفتار وسوسه‌های زرق و برق دنیا و مقامات و لذاتش نشود، در تعبیری زیبا و فصیح و بلیغ، دنیا را مخاطب خود قرار می‌دهد و با او سخن می‌گوید. در این پاره گفتار دنیا را به سه چیز تشبیه می‌کند؛ نخست به شتری که ممکن است پرشیر، جالب و جذاب باشد ولی هنگامی که صاحبش می‌خواهد از آن صرف نظر کند و در چراگاه رهایش سازد، افسار او را بر پشت یا گردنش می‌افکند، او هم خود را آزاد می‌بیند و از صاحبش دور می‌شود و در چراگاه به حال خود مشغول می‌گردد. دوم به درنده‌ای تشبیه می‌کند که می‌خواهد با چنگال‌های خطرناکش صید خود را بگیرد و پاره کند، سوم به صیادی تشبیه می‌کند که دام‌های خود را برای گرفتار ساختن صید گسترده است. در همه این تشبیه‌ها، مشبهه (مستعار منه) محذوف و استعاره به طریق مکنیه به تصویر کشیده شده است.

حضرت در تعبیری بلاغی و ادبی زیبا استعاره‌های موجود را به کارکرد اقناعی و استدلالی به تصویر می‌کشد و از طریق آن‌ها پارسایی مخاطب خود را در برابر امور دنیوی، مکر و فریب و عواقب آن بیان می‌دارد و تأکید می‌کند که عثمان بن حنیف فردی است که در مقابل مادیات دینا مغرور نشده و قادر به حفظ خود از تمام آن‌ها است؛ لذا استعاره احتجاجی و یا استدلالی به شکل زیر متجلی می‌شود:



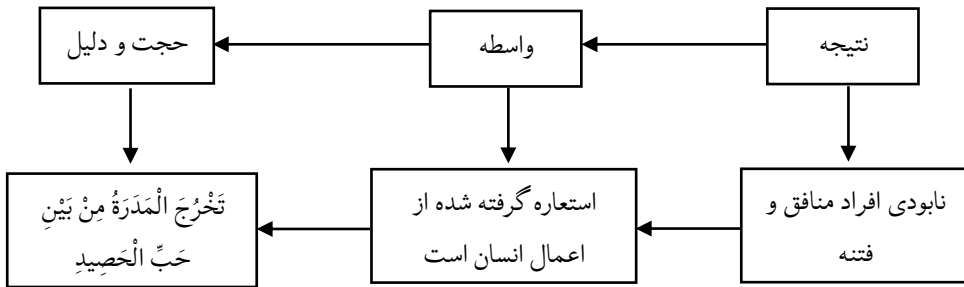
در این قسمت امیرالمؤمنین علیه السلام برای تصویرسازی از دنیای حیوانات به ویژه شتر استفاده می‌کند به این خاطر که خصوصیات و ویژگی‌های شتر نزد عرب‌ها شناخته شده است و درک این تصویر قابل فهم‌تر می‌باشد. تئوری شیوة اقناع و اثرگذاری آن نوعی ارتباط به شمار می‌آید. این ارتباط عبارت از جستجو برای به کار گرفتن کلیه وسایل و امکانات موجود و قابل لمس و درک (دم دستی) در جهت ترغیب و اقناع دیگران است (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۱).

#### ۴-۴. فراز چهارم

در نامه ۴۵ حضرت به عثمان بن حنیف الانصاری می‌فرماید: «وَاللَّهِ لَوْ تَطَاهَرَتِ الْعَرَبُ عَلَيَّ قِتَالِي لَمَّا وَكَيْتُ عَنْهَا، وَلَوْ أَفْكَتِ الْفَرَسُ مِنْ رِقَابِهَا لَسَارَعَتْ إِلَيْهَا وَسَأَجْهَدُ فِي أَنْ أُطَهِّرَ الْأَرْضَ مِنْ هَذَا الشَّخْصِ الْمَعْكُوسِ وَالْحِجْسِ الْمَرْكُوسِ، حَتَّى تَخْرُجَ الْمَدْرَةُ مِنْ بَيْنِ حَبِّ الْحَصِيدِ»؛ «به خدا سوگند، که اگر همه اعراب پشت به پشت هم دهند و به نبرد من برخیزند، روی برنخواهم تافت و اگر فرصت به چنگ آید به چنگ بر می‌خیزم و می‌کوشم تا زمین را از این شخص تبهکار کج اندیش پاکیزه سازم. چنان‌که گندم را پاک کنند و دانه‌های کلوخ را از آن بیرون اندازند» (نامه ۴۵).

در این بخش از نامه امام علیه السلام به پاک سازی زمین از فاسدان می‌پردازد و نیز بیان می‌دارد که کسانی که در زمین فتنه‌ورزی می‌کنند باید زمین از وجودشان پاک شود. ایشان این افراد را به کلوخی تشبیه می‌کند که اطراف دانه گندم را فرا گرفته است و برای استفاده از آن دانه باید آن گل‌های خشک شده خالی شوند. در واقع حضرت این افراد فاسد و فتنه انگیز را مزاحمانی برای قشری از مردم می‌داند که پیرامون انسان‌های صالح و درستکار حلقه می‌زنند و اجازه نمی‌دهند این افراد صالح به راحتی در خدمت مردم و سودمند به حال آن‌ها باشند. به دیگر سخن، حضرت افراد ناصالح و فاسد را در جامعه بیش‌تر از افراد پاک و پرهیزکار می‌داند به طوری که همین تعداد اندک از خداشناس‌ها هم در بین اهل فتنه پنهان و ناپیدا هستند. امام علیه السلام قصد دارد با این استعاره مخاطب خود را برای پیدا کردن این افراد به تلاش و کوشش وا دارد تا جایی که کلام خود را با قسم و سوگند می‌آورد که اگر لازم باشد در این راه شمشیر به دست با آنان می‌جنگیم.

بر این اساس کاربرد استعاره با واقعیت مخاطبان و طبیعت زندگی زراعی آن‌ها کاملاً منسجم است، زیرا آن‌ها را به تلاش و کوشش برای خارج کردن دانه از بین کلوخ تشویق و ترغیب می‌کند. در واقع این استعاره در جهت بیان معنای نفرت از منافقین و اصحاب فتنه می‌باشد. در شکل زیر رویکرد اقناعی کاربرد استعاره چنین ترسیم می‌شود:



همان طور که از شکل ترسیم شده قابل مشاهده است، امیرالمؤمنین علیه السلام تصویر فنی این پاره گفتار را واقعیت زندگی کشاورزان می‌گیرد تا حقیقت موجود در جامعه آن روزگار را به مخاطب خود نزدیک کند. در این جا است که امر اقناع راحت‌تر اتفاق می‌افتد. «تقریب و نزدیک سازی فضای حاکم بر استدلال به صحنه واقعی زندگی گیرندگان / مخاطبان امری ضروری است، زیرا در این وادی اقناع به آسانی و توجیه و تشویق مخاطب به موضوع مورد مناقشه به راحتی جامعه عمل می‌پوشاند» (حکیم آراء، ۱۳۸۴: ۷).

#### ۴-۵. فراز پنجم

امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه‌ای به فرزندش امام حسن علیه السلام این گونه می‌فرماید: «نَعَمْ مُعَقَّلَةٌ وَأُخْرَى مُهْمَلَةٌ، قَدْ أَصَلَّتْ عُقُولَهَا وَرَكِبَتْ مَجْهُولَهَا»؛ «ستورانی هستند برخی پای بسته و برخی رها شده که عقل خود را از دست داده‌اند و رهسپار بیراهه‌اند» (نامه ۳۱).

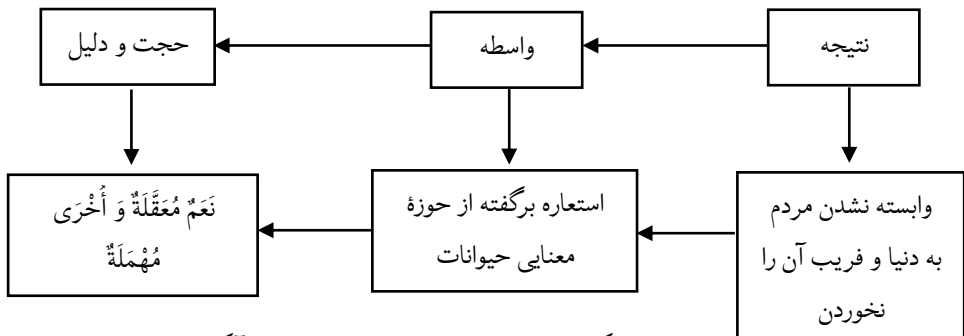
حضرت در بخشی از این نامه افرادی را که شیفته مال دنیا هستند، به تصویر می‌کشد و هر گروهی را به عنصری در طبیعت تشبیه می‌کند. امام علیه السلام در این پاره گفتار خطاب به فرزندشان امام حسن علیه السلام می‌فرماید: گروهی به مانند حیوانات سرکشی هستند که در بیابان به هر سو می‌روند و به تعبیر ایشان، آنان کسانی هستند که عقل خود را گم کرده (و راه‌های صحیح را از دست داده) و در طرق مجهول و نامعلوم گام گذارده‌اند. آن‌ها هم‌چون حیواناتی هستند که در وادی پر از آفتی رها شده و در سرزمین ناهمواری به راه افتاده‌اند.

در این پاره گفتار امام علیه السلام لفظ (معلقة) را استعاره از کسانی می‌آورد که به امور دین و شریعت تمسک می‌جویند و دنیای خود را طبق احکام دینی و شرعی پیش می‌برند. به دیگر سخن این گروه را به مانند حیواناتی می‌بیند که صاحبشان پای آن‌ها را به بند کشیده است. و لفظ (مهمله) را استعاره از کسانی می‌آورد که گرفتار شهوات دنیایی شده و از مسیر دین و شریعت خارج هستند و از امام علیه السلام و پیشوای خود اطاعت نمی‌کنند. حضرت این گروه را به سان حیواناتی می‌داند که در بیابان از مسیر درست خارج شده‌اند.

معانی که حضرت به وسیله این دو استعاره ارایه می‌دهند، از این قرار می‌باشند:

**اول:** گروهی را مانند شترانی در بنده کشیده می‌داند که اهل دین و شریعت هستند، در واقع دین و شریعتشان باعث می‌شود که در زمین فساد کنند. به دیگر سخن، احکام شرعی و دستورهای دینی به مانند زنجیری است که مانع ظلم، گناه و تجاوز آن‌ها در زمین می‌شود.

**دوم:** گروهی مانند حیوانات وحشی بدون بند و زنجیر هستند و هرکاری که در دنیا می‌خواهند انجام می‌دهند. آن‌ها همان اولیای شیاطین هستند. امیرالمؤمنین علیه السلام قصد دارند هر دو معنای مذکور را به فرزندشان امام حسن علیه السلام هشدار دهند. در واقع ایشان قصد دارد فرزندشان را از هر دو گروه دور کنند. در این خصوص از استعاره استدلالی و صورت برگرفته شده از حیوانات استفاده می‌کند. ترسیم این استعاره به شکل ذیل می‌باشد:



از نمودار پیدا است که حضرت چگونه استعاره خود را برای اقناع، هشدار و آگاهی فرزندش امام حسن علیه السلام با استفاده به کارگیری لوازم حیوانات به کار می‌برد. شاید این به آن خاطر باشد که برای چنین افرادی که شیفته دنیا و امور آن می‌شوند، نمی‌توان عقلی و تفکری به مانند چارپایان متصور شد، به همین خاطر از این استعاره برای تصویرسازی این معنا استفاده می‌شود.

#### ۴-۶. فراز ششم

حضرت در نامه‌ای به زیاد بن ابیه چنین می‌فرماید: «وَقَدْ عَرَفْتُ أَنَّ مُعَاوِيَةَ كَتَبَ إِلَيْكَ يَسْتَزِلُّ لُبَّكَ وَ يَسْتَفِيلُ غَرْبَكَ، فَأَخَذَرُهُ، فَإِنَّمَا هُوَ الشَّيْطَانُ يَأْتِي الْمَرْءَ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ وَعَنْ يَمِينِهِ وَعَنْ شِمَالِهِ لِيَقْتَحِمَ عَقْلَتَهُ وَيَسْتَلِيبَ غِرَّتَهُ»؛ «دانستم که معاویه نامه‌ای به تو نوشته و می‌خواهد پای عقلت را بلغزاند و عزمت را سست گرداند. از معاویه بر حذر باش که او شیطان است و او از روبرو و پشت سر و راست و چپ نزد آدمی می‌آید تا به هنگام غفلت فرصت یافته، مقهورش سازد و عقلش را بریابد» (نامه ۴۴).

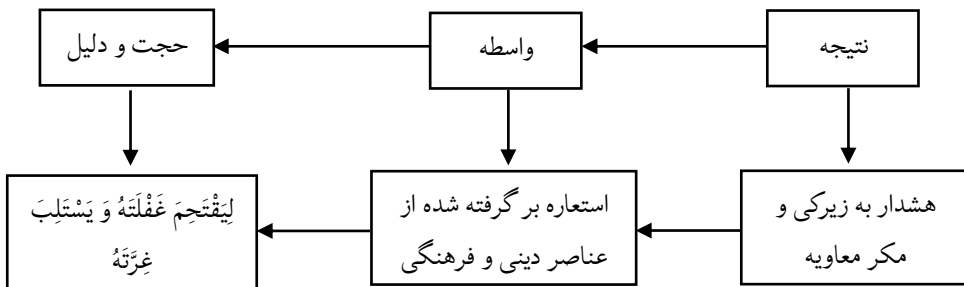
لازم است برای سرگذشت این نامه به تاریخ رجوع شود. چنین آمده است که امام علیه السلام با خبر می‌گردد معاویه نامه‌ای به زیاد بن ابیه نوشته است تا او را برادر واقعی خود بداند. به این ترتیب که زیاد را فرزند نامشروع ابوسفیان معرفی کند که از زن بدکاری متولد شده، و از این طریق او را بفریبد و در جنگال خویش برای رسیدن

به اهدافش قرار دهد. امام علیه السلام به زیاد که در آن زمان از سوی آن حضرت به فرمانداری فارس منصوب شده بود، هشدار داد که این برنامه‌ای شیطانی است که از سوی معاویه طراحی شده مبادا تو را بفریبد: هر فرزندی تعلق به پدر و مادری دارد که در آن خانه متولد شده است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۴: ۱۸۰/۱).

از بافت بیرونی این نامه پیدا است که نامه امام علیه السلام درباره هشدار زیاد بن ابیه می‌باشد. ایشان زیاد بن ابیه را تشویق به صبر و بردباری می‌کند و می‌گوید: "از معاویه بر حذر باش که او شیطان است و به او امر می‌کند که جانب احتیاط را در پیش گیر تا از مکر و نیرنگ او در امان باشی. حضرت، معاویه را به شیطان تشبیه می‌کند تا مقصود ایشان به طور کامل به زیاد بن ابیه عرضه شود؛ زیرا شیطان از هر زاویه ای نماد مکر و فریب است، همان طور که خداوند می‌فرماید: (ثُمَّ لَا تَأْتِيَهُمْ مِنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ وَمِنْ خَلْفِهِمْ وَعَنْ أَيْمَانِهِمْ وَعَنْ شَمَائِلِهِمْ وَلَا تَجِدُ أَكْثَرَهُمْ شَاكِرِينَ) (الأعراف/ ۱۷) «آنگاه از پیش رو و از پشت سرشان و از طرف راست و از طرف چپشان بر آن‌ها می‌تازم و بیشترشان را شکرگزار نخواهی یافت». در حقیقت امام علیه السلام علت و نتیجه کار شیطان را نشان می‌دهد که همان نیرنگ و فریب است و آن در رخ می‌دهد است که انسان غافل باشد. به این منظور در عبارت «لِيَقْتَحِمَ غَفْلَتَهُ وَ يَسْتَلِبَ غِرَّتَهُ» از لام غایت (لبقته) استفاده می‌کند.

به نظر می‌رسد حضرت در این پاره گفتار لفظ (غفلت) را به (مکانی) تشبیه می‌کند که به آن یورش برده می‌شود و یکی از لوازم آن (اقتحام) را می‌آورد و استعاره به شکل مکنیه می‌آید.

اقتناعی بودن این استعاره در این است که امام علیه السلام زیاد بن ابیه را نسبت به شیطنت‌های معاویه هشدار می‌دهد و او را از قبول وعده و وعیدهای معاویه بر حذر می‌دارد. ایشان برای تشکیل عناصر این تصویر و ساختار استدلالی آن، به تفکر مخاطبان و شناخت آن‌ها از فضایی که در موضوع حاکم است، اعتماد می‌کند و استعاره احتجاجی را به این شکل می‌آورد:



همان طور که در نمودار قابل مشاهده است، حضرت از عناصر فرهنگی و دینی برای تقویت کلام و القای آن بهره می‌گیرد که این امر به نوعی باعث تأکید کلام می‌شود؛ زیرا آن‌چه که نزد مخاطب مألوف و معلوم است

نوعی تأکید به شمار می‌آید. این تأکید یکی تناص قرآنی است که به آن اشاره شد، دیگری استفاده از جهات چهارگانه برای ورود شیطان به غفلت گاه انسان است. در این باره این گونه آمده است: «شیطان از چهار موضع وارد می‌شود: از مقابل، پشت، چپ و راست. از مقابل می‌گوید: نترس خدا آمرزنده و مهربان است. از پشت انسان را از یک حیوان وحشی یا هر چیز دیگر خطرناکی می‌ترساند. از راست: از باب مدح و ستایش وارد می‌شود و از چپ: هوای و هوس و دنیا را زیبا جلوه می‌دهد (صولة، ۲۰۰۷: ۵۳۲).

## نتیجه گیری

۱- کاربرد شناختی مکتبی است که زبان را در کاربرد و اقناع استراتژی می‌نمایاند؛ لذا برای واکاوی فن اقناع به مکتب کاربرد شناختی نیاز است. در واقع رابطه آن‌ها جزء به کل است، به این معنا که اقناع به علت بررسی تأثیر کلام متکلم بر مخاطب و برداشت مخاطب از مفهومی که متکلم بیان می‌کند؛ زیر مجموعه کاربرد شناسی زبان است؛

۲- امام علی علیه السلام جهت اقناع مخاطب، فنون و استراتژی‌های گوناگونی را به کار برده که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان از استعاره نام برد که در پشت آن مقصود اصلی امام علیه السلام نهفته است و حضرت برای استدلال آوری در قالبی اثرگذار به مخاطب ارایه می‌کند تا در وجود آنان نفوذ کند و از ذهن عبور و به درون آن‌ها راه پیدا کند و پذیرفته شود؛

۳- در واقع استعاره یکی از عناصر مهم فن اقناع در نامه‌های نهج البلاغه است که حضرت در یک فرایند ارتباطی موفق برای اثرگذاری بر مخاطب آن را به کار می‌گیرد. این صنعت بلاغی علاوه بر زیباسازی کلام امیرالمؤمنین علیه السلام به وظیفه مهم‌تر دیگر، یعنی اقناع و متقاعد سازی مخاطب می‌پردازد، به طوری که در بیش‌تر مواقع از معنای اولیه عدول می‌کند و معانی ثانویه به خود می‌گیرد. این معانی که اصلی‌ترین آن‌ها عبارت از ترغیب، تشویق، هشدار و تذکیر هستند، در یک ساختار منسجم و با رعایت کمیت و کیفیت کلام در جهت ایجاد ارتباط موفق و اثرگذاری هر چه بیش‌تر بر مخاطب ارایه می‌شود؛

۴- امیرالمؤمنین علیه السلام برای ساخت تصاویر استعاری خود از عناصر و موادی مختلف بهره می‌گیرد، به طوری که برای هر مخاطب با آگاهی پیشین، صورتی را اتخاذ می‌کند که با حالت و قراین مخاطب هماهنگ باشد. بیش‌ترین عناصری که در تشکیل استعاره‌های کلام حضرت نقش دارند، از این قرار می‌باشند؛ حوزه معنایی حیوان، حوزه معنایی انسان، حوزه معنایی دین و مذهب و در پاره‌ای از اوقات از عناصر تصویرساز معاش استفاده می‌کند. این امر نشان از تنوع گفتمانی امام علیه السلام در مقابله با مخاطب‌های گوناگون، آگاهی کامل ایشان از اندیشه و نگرش آنان و نیز آگاهی از قدرت اثرگذاری این عناصر می‌باشد.



## منابع و مآخذ

۱. آصف، هاجر (۱۳۹۴)، «نظریه‌های فلاسفه در زمینه شیوه‌های اقناع با تأکید بر آرای افلاطون، ارسطو و دکارت»، مجله مدیریت رسانه، شماره ۱۲، صص ۷۵-۸۲.
۲. ابن منظور، ابوالفضل جمال الدین محمد بن مکرم (۱۹۹۷)، لسان العرب، بیروت: دار صادر.
۳. ایمانیان، حسین (۱۳۹۳)، «خطاب استدلالی در شعر ناصر خسرو قبادیانی و کمیت بن زید اسدی»، نشریه ادبیات تطبیقی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید باهنر کرمان، سال ششم، شماره یازدهم.
۴. برانیمه، حبیب (۱۳۹۸)، بررسی روش شناسی ترجمه استعاره در خطبه‌های ۲۱ تا ۵۰ نهج البلاغه (ترجمه فیض الإسلام، دشتی و شهیدی (ره))، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم.
۵. بلخیر، هشام (۲۰۱۲)، آلیات الإقناع فی الخطاب القرآنی (سورة الشعراء نموذجاً)، رسالة الماجستير، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: جامعة الحاج لخضر - باتنة.
۶. حسین پاکدهی، علی (۱۳۸۱)، مبانی اقناع و تبلیغ، تهران: انتشارات مرکز برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی.
۷. حکیم آرا، محمد علی (۱۳۸۴)، ارتباطات متقاعد کرانه و تبلیغ، تهران: انتشارات سمت.
۸. دریدی، سامیه (۲۰۰۸)، الحجاج فی الشعر العربی بنیته وأسالیبه، الطبعة الثانية، إربد: عالم الكتب الحديث.
۹. دشتی، محمد (۱۳۸۰)، ترجمه نهج البلاغه، چاپ اول، قم: مؤسسه تحقیقاتی امیرالمؤمنین علیه السلام.
۱۰. رهبر، محمد تقی (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۱. شهری، عبدالهادی بن الظافر (۲۰۰۴)، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، الطبعة الأولى، بیروت: دار الكتاب الجديد المتحدة.
۱۲. عابدی جزینی، مهدی، هاجر الهایی سحر (۲۰۱۹)، «دراسة أساليب الإقناع فی رسائل الإمام علی علیه السلام (نموذجاً الرسالة الثامنة والعشرين من نهج البلاغة)»، مجله اللغة العربية وآدابها، دوره پانزدهم، شماره دوم، صص ۲۴۹-۲۷۳.
۱۳. عمری، محمد (۲۰۰۲)، فی بلاغة الخطاب الإقناعی، الطبعة الثانية، المغرب: الدار البيضاء.
۱۴. فولادوند، محمد مهدی (۱۳۹۱)، ترجمه قرآن، چاپ سوم، تهران: زیارت.
۱۵. قاسم زاده، حبیب الله (۱۳۷۹)، استعاره و شناخت، تهران: انتشارات فرهنگان.
۱۶. قبیعة، زاهی طلعت (۱۹۹۹)، لودیکسیونیر قاموس - فرنسی - عربی، برمجة و تصمیم: إلكترونی محمد وفیق حبلی. بیروت: دار الراتب الجامعية.

۱۷. قرطاجنی، حازم (۱۹۹۹)، منهج البلغاء و سراج الأدباء، محمد الحبيب بن الخوجة، تونس: دار الكتاب الشرقية.
۱۸. کرم پور، زهرا، ولی الله حسومی، حسین خاکپور (۱۳۹۴)، «اقتناع مخاطب در نهج البلاغه»، مجله پژوهش های نهج البلاغه، سال سوم، شماره نهم، صص ۲۷-۵۳.
۱۹. محسنیان راد، مهدی، (۱۳۸۷)، ارتباط شناسی (ارتباطات انسانی، میان فردی، گروهی، جمعی)، تهران: انتشارات سروش.
۲۰. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۴)، نفحات الولاية: شرح عصری جامع لنهج البلاغه، چاپ اول، قم: مکتبه الروضة الحیدریه، سلیمان زاد، مدرسه الامام علی بن ابی طالب.
۲۱. نبی احمدی، محمد (۲۰۱۸)، «دراسة لبعض آليات الحجاج البلاغية في نهج البلاغة»، مجله جرجانی فی تأسیل البلاغة والنقد الأدبی، سال اول، شماره اول، صص ۱۱۹-۱۳۷.
۲۲. نور محمدی، مهتاب، فردوس آقاگل زاده، ارسلان گلغام (۱۳۹۱)، «تحلیل مفهومی استعاره های نهج البلاغه (رویکرد زبان شناسی شناختی)»، مجله الجمعية العلمية الايرانية للغة العربية وآدابها، دوره هشتم، شماره بیست و دوم، صص ۱۵۵-۱۹۲.
۲۳. یول، جورج (۱۳۹۱)، کاربردشناسی زبان، ترجمه محمد عموزاده، مهدی رجبی و منوچهر توانگر، تهران: سمت.