



اقناع مخاطب در نهج البلاغه

زهرا کرم‌پور^۱، ولی‌الله حسومی^{۲*}، حسین خاکپور^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۲۱

چکیده

اقناع، فرایندی است که در راستای تغییر نگرش مخاطب انجام می‌گیرد و اندیشه‌ی او را در جهت اهداف موردنظر به تکاپو و تفکر وامی‌دارد. در این فرآیند از فنون و شیوه‌های مختلف استفاده می‌شود. از آن‌جاکه در عصر حاضر، اقناع‌های مداوم در ساخت فکر و اندیشه انسانی صورت می‌گیرد و تفکر مخاطبان پیوسته در حال جهت‌دهی در چهارچوب اهداف اقناع‌کنندگان است، بررسی این مسأله براساس منابع اسلامی مخصوصاً طبق دیدگاه امام علی(ع) ضروری است تا در صحنه‌های جدید مواجهه که از آن به جنگ نرم یاد می‌شود، الهام گرفته شود. لذا مقاله‌ی حاضر با رویکرد دینی و با روش تحلیلی با استفاده از منابعی در زمینه روان‌شناسی اجتماعی و ارتباطات و منابع مرتبط با نهج‌البلاغه، ضمن شناسایی این مسأله، به بررسی و تحلیل آن در نهج‌البلاغه پرداخته است. طبق بررسی‌های انجام شده چنین به‌دست می‌آید که امام علی(ع) 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 به‌موقع مورد استفاده قرار گرفته‌اند، نهایت تأثیر خود را بر روی مخاطب داشته‌اند. همچنین امام علی(ع) در کلام خود در راستای اقناع مخاطب بر معیارهایی همچون آزاداندیشی، هدف‌داری و عدم دروغ‌پردازی و فریب‌کاری و... توجه داشته‌اند.

کلیدواژه‌ها: نهج‌البلاغه، امام علی(ع)، اقناع

۱. کارشناسی‌ارشد علوم قرآن و حدیث دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲. استادیار گروه علوم قرآن و حدیث دانشگاه سیستان و بلوچستان

۳. دانشیار گروه علوم قرآن و حدیث دانشگاه سیستان و بلوچستان

*: نویسنده مسئول

مقدمه

جامعه امروزی از نهادها، گروه‌ها، سازمان‌ها و تشکلهای رسمی و غیررسمی تشکیل شده که دارای منافع متفاوتی می‌باشند. آن‌ها در سطح جامعه برای تحقق اهداف و حفاظت و پیش بردن منافع خود در تعاملی نمادین با یکدیگر قرار دارند. هدف این تعامل، جلب توجه هر چه بیشتر افکار عمومی در جهت حداکثر نمودن منافع خود می‌باشد. هر سازمانی باید برای پیش بردن منافع خود به‌طور دائم برنامه‌های ارتباطی را تدوین و با بحث‌های منطقی و احساسی به صحنه افکار عمومی وارد شود و در جلب حمایت و پشتیبانی آن بکوشد. به‌کارگیری قدرت و اعمال زور برای دستیابی به هدف‌ها وسیله ابتدایی، پرزحمت و مشقت‌بار و با عواقب بد برای اثرگذاری و کنترل رفتار و هدایت امور و در نهایت دسترسی به اهداف است و امروزه فقط برای وضعیت‌های استثنایی مثل جنگ، جنایت، بی‌نظمی و مقابله با خشونت، مورد استفاده قرار می‌گیرد. استفاده از زور، بدترین ابزار اثرگذاری، هدایت رفتار برای دسترسی به اهداف اجتماعی است. بهره‌گیری از زور دارای اثرات و تبعات منفی و ناخوشایند فراوانی است. در شرایط کنونی کنار گذاشتن زور بسیار توصیه می‌شود. عقل سلیم راه تحقیق، شناخت، اطلاع‌رسانی، اقناع و ترغیب در افکار فردی را توصیه می‌کند (میرسعیدقاضی، ۱۳۸۲: ۱۲۱).

پیشوای سخنوران امام علی(ع) که برهان استوار و نیروی اقناع و نبوغ بی‌مانندش در بدیهه‌گویی، او را بر دیگران برتری داده و تجلی کامل این امتیازات، در نهج‌البلاغه، به‌روشنی قابل مشاهده است (جرداق/ انصاری، ۱۳۷۳: ۶۳)، با این هنر خود ذهن مخاطبین را به خود جذب کرده و زمینه را برای پذیرش و تغییر نگرش و اقناع آن‌ها فراهم کرده است. پژوهشی حاضر با رویکردی تازه به بررسی این فرآیند در کلام حضرت پرداخته است و به دنبال پاسخ به این سؤالات است که امام علی(ع) در خطابه‌های خویش از چه روش‌هایی برای اقناع مخاطب بهره‌جسته‌اند؟ و دیگر این که امام علی(ع) در نهج‌البلاغه، برای اقناع مخاطب به چه معیارها و ضابطه‌هایی توجه داشته‌اند؟

با توجه به این که تدوین شیوه‌های اقناع بر مبنای افکار غرب شکل گرفته، کتاب‌هایی که در این زمینه انتشار یافته، در آن‌ها همگی به‌صورت عام، موضوع اقناع طرح و مورد بررسی جزئی قرار گرفته و کمتر به بررسی مسأله بر اساس منابع اسلامی پرداخته شده است. بخشی از کتاب "پژوهشی در تبلیغ" نوشته محمدتقی رهبر و قسمتی از "اقناع غایت ارتباطات" از باقر ساروخانی و قسمت اندکی از کتاب "تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات" به قلم آقای علی میرسعیدقاضی، به بررسی اقناع مخاطب و فنون آن، تخصیص یافته است. همچنین در برخی کتاب‌هایی که در زمینه نهج‌البلاغه به رشته تحریر درآمده‌اند به بررسی برخی واژگان مرتبط با اقناع مانند حکمت، موعظه و... به‌صورت مختصر اشاره شده است. پژوهش حاضر به بررسی این موضوع با رویکردی تازه پرداخته و فنون و شیوه‌های مختلف اقناع را در کلام حضرت مورد بررسی قرار داده و ملاک‌های امام علی(ع) در این زمینه را مورد بررسی قرار می‌دهد که از این منظر جلوه‌هایی تازه از زیبایی کلام حضرت را ترسیم می‌کند.

۱. مفهوم‌شناسی واژه اقناع

لغت‌شناسان واژه‌ی اقناع را در معانی مختلف به کار برده‌اند؛ خلیل‌بن‌احمد در العین آورده: "الإقناع: مَدُّ البعير رأسه إلى الماء لِشرب" (فراهیدی، ۱۴۱۴ ق، ذیل لغت قَنَعَ). همین‌طور در مفردات راغب آمده: "اقناع از ریشه‌ی قَنَعَ-يَقْنَعُ به راضی گشتن" آمده است (راغب‌اصفهانی، ۱۴۰۴ ق). از سوی دیگر ابن‌منظور در لسان‌الغیب می‌نویسد: "الإقناع: أن يَقْنَعَ البعير رأسه إلى الحوض لِشرب و هو مَدُّه رأسه، و از ریشه‌ی "قَنَعَ-يَقْنَعُ" اذا رضی" (ابن‌منظور، بی‌تا). قرشی نیز گوید: "اقناع از ریشه‌ی قَنَعَ-يَقْنَعُ قَنوعاً از باب مَنَعَ-يَمْنَعُ به معنای سؤال، و از باب عَلِمَ-يَعْلِمُ که مصدر آن قَنَاعَةٌ و قَنَاعَانٌ است، به معنی رضا و خشنودی است." "فَكُلُوا مِنْهَا و أَطْعِمُوا الْقَانِعَ و الْمُعْتَرَّ" (حج/۳۶). "از قربانی بخورید و قانع و سائل را اطعام کنید." ظاهراً قانع کسی است که به آنچه می‌دهی، راضی باشد، خواه سؤال کند یا نه (قرشی، ۱۳۷۲). ذیل لغت قَنَعَ). همچنین دیگران آورده‌اند: اقناع در لغت، در معانی خشنود گردانیدن، راضی کردن، قانع ساختن آمده است (دهخدا، ۱۳۸۵، ۲۰۷/۱؛ معین، ۱۳۷۱، ۳۲۶؛ عمید، ۱۳۸۸، ۱۳۹).

در اصطلاح نیز تعاریف گوناگونی برای اقناع بیان شده است که با هم متفاوت و گاهی با یکدیگر متضادند. اقناع، فرایندی است که برای تغییر نگرش مخاطب انجام می‌گیرد و یا در حالتی خوش‌بینانه، اندیشه مخاطب را در جهت اهداف موردنظر به تکاپو و تفکر وامی‌دارد. با توجه به این‌که واژه تبلیغ، به‌گونه‌ای بار معنایی اقناع را به دوش می‌کشد و خطابه و سخنرانی از شیوه‌های کهن تبلیغات بوده‌اند، در طول تاریخ بشر، دانشمندان و نخبگان و حاکمان هر عصری با خطابه‌های خود، مردم را به اهداف موردنظر خویش متمایل کرده‌اند (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۲۸-۱۲۹).

در یک تعریف دیگر می‌توان اقناع را به "کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر" تعریف کرد (گیل، ۱۳۸۴: ۵۱) درباره اقناع، دیدگاه دیگری نیز وجود دارد که معتقد است اقناع فرایندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی و غیرکلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً جهت تغییر رفتار و وادار کردن آن‌ها به عمل معینی تحت تأثیر قرار می‌دهد. این فرایند هرچند دربردارنده ویژگی روان‌شناختی آزادی است و ترغیب‌شونده احساس می‌کند موافق میل خود اهداف و رهنمودهای تعیین‌شده را انجام می‌دهد؛ اما در واقع متضمن نوعی از فشار روانی است که در مسیر ترغیب، میان منطق و استدلال منطقی می‌رود (همان: ۵۱؛ بینگر، انولر، ۱۳۶۷: ۱۰).

در تعریفی دیگر، می‌توان اقناع را این‌گونه تعریف کرد: اقناع عبارت است از یک فرایند ارتباطی که برای تغییر نگرش و در نهایت، رفتار مخاطب با عدم توسل به جبر، زور، تهدید و فریب صورت می‌گیرد. دو هدف زیر از اقناع متصور است: ۱- متقاعدکردن و مجاب‌کردن مخاطب به هر قیمتی؛ ۲- گفتگو با مخاطب جهت رسیدن به شناختی عمیق‌تر و هم‌فهمی از طریق مشارکت در معنی.

در شکل نخست اقناع در امتداد اعمال زور، جبر، تهدید و فریب است و در زیرمجموعه همان راه کارها است، زیرا کنترل ذهن و عمل دیگران، دلیل اصلی به کارگیری این دیدگاه از اقناع است. اقناع و کسب قدرت و اعمال آن در این دیدگاه دو مفهوم مرتبط و جداناپذیرند.

سوفسطاییان و ارسطو اقناع را براساس این معنی مورد توجه قرار می دادند. ولی در مفهوم دوم، نقش مشارکت مخاطب در فرایند اقناع پیش می آید و در برابر منبع ارتباط اقناعی وزن و ارج پیدا می کند. آن چه اکنون از اقناع استنباط می شود به سبب رشد دموکراسی و ارتقاء سطح آگاهی افراد دیدگاه دوم، یعنی دیدگاه مشارکتی در ارتباطات اقناعی است. در حقیقت ارتباط اقناعی اکنون به صورت ارتباط اقناعی مشارکتی تغییر شکل داده و والایش پیدا کرده است (میرسعیدقازی، ۱۳۸۲: ۱۳۶). به تعبیری ساده و کوتاه می توان گفت: اقناع یعنی تغییر نگرش مخاطب در قالب مهارت های کلامی و غیر کلامی. از آن چه گفته شد، به خوبی روشن می شود که محور اقناع بر تغییر نگرش مخاطب می چرخد لذا لازم است به بررسی مفهوم نگرش و جایگاه آن در تأثیرپذیری مخاطب بپردازیم.

۱-۱. مفهوم نگرش

نگرش، یکی از مهم ترین موضوعات مطرح در روان شناسی اجتماعی است و علت این اهمیت به خاطر درک و فهم علت رفتار فردی و اجتماعی انسان می باشد. با شناخت نگرش انسان می توان رفتار او را، پیش بینی کرد و کنترل نمود.

برای مفهوم نگرش تعاریف متعددی ارائه شده: ۱- نگرش نوعی حالت آمادگی ذهنی است که از طریق تجربه سازمان دهی شده است و تأثیر پویا و جهت داری را بر روی پاسخ های افراد به تمامی اشیاء و موقعیت هایی که به آن مربوط می شود، می گذارد (Allport, 1945: 45)، ۲- نگرش تمایلی اکتسابی و پایدار است که به شکلی هماهنگ نسبت به یک طبقه معین از موضوعات عمل می کند (English & Krech, 1945: 50)، ۳- نگرش نظامی پایدار از ارزیابی های مثبت یا منفی، احساسات عاطفی و تمایلات عملی موافق یا مخالف در خصوص یک موضوع اجتماعی است (Krech, Crutchfield, 1962: 117). پژوهشگران دیگری مثل "روزنبرگ" (Rosenberg) و "هاولند" در سال ۱۹۶۰ پیشنهاد کردند که نگرش سه بخش دارد:

الف) جزء اصلی احساسی (ارزیابی چیزی و داشتن احساس نسبت به آن)

ب) جزء شناختی (واکنش های ادراکی یا اظهارات شفاهی یا عقیده)

ج) جزء رفتاری (اقدامات و اعمال آشکار)

این رویکرد منطقی است؛ زیرا بیشتر ما قبول داریم که نگرش می تواند به تنهایی به شیوه های متفاوت آشکار شود؛ اما این رویکرد ممکن است به طور غیر ضروری پیچیده باشد و تمایز بین نگرش و رفتار را تیره گرداند. محققان دیگر بر این باورند که بهترین شیوه، محدود کردن نگرش به جزء اصلی احساسی و باز گذاشتن بررسی رابطه بین نگرش و رفتار در تحقیق است (میرسعیدقازی، ۱۳۸۲: ۲۳۷).

هدف از اقناع مخاطب، ایجاد و تشکیل نگرش و یا تغییر آن است. وقتی که منبعی آگاهانه «ارتباط» برقرار سازد و سعی کند نگرش مخاطب را تغییر دهد، اقناع روی می‌دهد. اقناع به ارتباط نیازمند است و به دنبال تغییر نگرش می‌باشد. بنابراین، نگرش و تغییر آن، یک مرحله از فرایند اقناع است که هرگاه صورت پذیرد، اقناع روی داده است.

۲. اقناع مخاطب در نهج البلاغه

ما انسان‌ها افرادی منزوی و خودکفا نیستیم و در خلأ زندگی نمی‌کنیم، بلکه افرادی هستیم که در میان مردم زندگی می‌کنیم و از طریق ارتباط با دیگران و جلب و جذب و حمایت و همکاری با آن‌ها به اهدافمان می‌رسیم. «نوعی از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری برای ادامه حیات افراد و سازمان‌ها جزء اصلی واقعیت‌های آن‌هاست. افراد بشر از همان ابتدای تاریخ سعی در شناخت افکار جمعی و فردی داشته‌اند تا یکدیگر را تحت تأثیر قرار دهند و به خواسته‌های خود دست یابند» (میرسعیدقاسی، ۱۳۸۲: ۱۲۱).

مطابق این سخن، می‌توان گفت که امام(ع) نیز در نهج البلاغه، به دنبال تأثیرگذاری و اقناع مخاطب بوده‌اند. چرا که هر خطبه، نامه و حکمتی تحت شرایطی خاص و به عبارت دیگر در بافت موقعیتی خاصی شکل گرفته‌اند و مطابق با آن شرایط، به اقناع مخاطب خویش پرداخته‌اند. لذا ما در این فصل اقناع مخاطب را در سه بخش فرایند اقناع، شیوه‌های اقناع و ضابطه‌های اقناع، بررسی می‌کنیم.

۲-۱. فرایند اقناع در نهج البلاغه

هدف اقناع، تأثیرگذاری و تغییر است. به نظر می‌رسد تغییر مورد بحث، ابتدا در عرصه اندیشه انسانی رخ می‌دهد و با تأثیرگذاری در حوزه اندیشه، نگرش‌ها، باورها و رفتار مخاطب نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد. در فرایند اقناع، ابتدا "اعتمادسازی"، سپس "ترغیب" و در پایان، "متقاعدسازی"، مخاطب صورت می‌گیرد. لذا ما در این بخش، درباره‌ی شکل‌گیری این فرایند در سخنان گهربار امام علی(ع)، اعم از اعتمادسازی، ترغیب و متقاعدسازی، توضیحاتی را ارائه می‌دهیم.

۲-۱-۱. اعتمادسازی

صداقت و راستی در هر کاری باعث اعتماد می‌شود و اعتماد سنگ‌بنای رفیع پذیرش پیام و اقناع می‌باشد. در این مرحله، گوینده نسبت به صدق آن‌چه که بیان می‌کند، تعهد نشان می‌دهد. در واقع گوینده تلاش می‌کند تا حالت روانی عقیده را به شنونده منتقل کند و کلماتی که گوینده بیان می‌کند با جهان بیرون مطابقت دارد (Safont Jirda, 62).

به عبارت دیگر می‌توان گفت که گوینده معتقد به صحت عقیده و باور خود، درباره‌ی مسأله‌ای که بیان می‌کند، است و وقایع و امور جهان بیرون را برای شنوندگان توصیف می‌کند. به این معنا که گوینده، با تبیین دقیق موضوع موردنظر و معرفی کلیات و ابعاد آن به مخاطبان، آگاهی لازم را به آن‌ها می‌دهد، به‌نوعی در تلاش است تا اعتماد لازم را در مخاطب ایجاد نماید و آن‌ها را برای مرحله بعدی نفوذ و تأثیرپذیری، یعنی؛ ترغیب و تحریک احساسات آماده کند. به عبارت دیگر پیش‌زمینه جلب توجه و

علاقه‌مندی مخاطبان، اعتمادسازی آن‌هاست که امیرالمؤمنین(ع) در نهج البلاغه برای نفوذ و تأثیرگذاری بر مخاطبان خویش، نخست آگاهی لازم را درباره‌ی مطالب موردنظر خویش، به آن‌ها می‌دادند و به‌گونه‌ای در آن‌ها اعتمادسازی می‌کردند و به‌صورت غیرمستقیم با استفاده از صناعات ادبی، همچون: کنایه، استعاره، تمثیل، تشبیه، نماد و ... به آماده‌سازی آن‌ها برای پذیرش موضوع نظر خویش، می‌پرداختند و زمینه لازم را برای مرحله بعد اقناع مخاطب یعنی؛ ترغیب و تحریک مخاطب، ایجاد می‌کردند.

به‌عنوان مثال، امام(ع) در نامه ۵۳ در جلب اعتماد مردم و حفظ آن، خطاب به مالک‌اشتر می‌فرماید: وَ لِيَكُنْ أَحَبَّ الْأُمُورِ إِلَيْكَ أَوْسَطُهَا فِي الْحَقِّ - وَ أَعْمُهَا فِي الْعَدْلِ وَ أَجْمَعُهَا لِرِضَى الرَّعِيَّةِ - فَإِنَّ سَخَطَ الْعَامَّةِ يُجْحِفُ بِرِضَى الْخَاصَّةِ - وَ إِنْ سَخَطَ الْخَاصَّةَ يُغْتَفَرُ مَعَ رِضَى الْعَامَّةِ - وَ لَيْسَ أَحَدٌ مِنَ الرَّعِيَّةِ أَثْقَلَ عَلَى الْوَالِيِّ مَوْتَةً فِي الرَّخَاءِ - وَ أَقَلَّ مَعُونَةً لَهُ فِي الْبَلَاءِ - وَ أَكْرَهَ لِلْإِنْصَافِ وَ أَسْأَلَ بِالْإِلْحَافِ - وَ أَقَلَّ شُكْرًا عِنْدَ الْإِعْطَاءِ وَ أَثْقَلَ عُذْرًا عِنْدَ الْمَنْعِ - وَ أضعَفَ صَبْرًا عِنْدَ مَلِمَاتِ الدَّهْرِ - مِنْ أَهْلِ الْخَاصَّةِ - وَ إِنَّمَا عِمَادُ الدِّينِ وَ جِمَاعُ الْمُسْلِمِينَ - وَ الْعُدَّةُ لِلْأَعْدَاءِ الْعَامَّةُ مِنَ الْأُمَّةِ - فَلْيَكُنْ صِغُوكَ لَهُمْ وَ مَيْلَكَ مَعَهُمْ - دوست‌داشتنی‌ترین چیزها در نزد تو، در حق میانه‌ترین و در عدل فراگیرترین و در جلب خشنودی مردم گسترده‌ترین باشد، که همانا خشم عمومی مردم، خشنودی خواص (نزدیکان) را از بین می‌برد، اما خشم خواص را خشنودی همگان بی‌اثر می‌کند. خواص جامعه، همواره بار سنگینی را بر حکومت تحمیل می‌کنند زیرا در روزگار سختی یاریشان کمتر و در اجرای عدالت از همه ناراضی‌تر و در خواسته‌هایشان پافشارتر و در عطا و بخشش‌ها کم‌سپاس‌تر و به هنگام منع خواسته‌ها دیر‌عذرپذیرتر و در برابر مشکلات کم‌استقامت‌تر می‌باشند. در صورتی که ستون‌های استوار دین و اجتماعات پرشور مسلمین و نیروهای ذخیره دفاعی، عموم مردم می‌باشند، پس به آن‌ها گرایش داشته و اشتیاق تو با آنان باشد. (نامه ۵۳، ترجمه دشتی: ۴۰۵).

بنابراین، در این خطبه می‌بینیم که امام(ع) این‌گونه خطاب به مالک می‌گوید که در جلب اعتماد مردم بکوشد و آن را حفظ نماید؛ چراکه بی‌تردید جلب رضایت و اعتماد افراد جامعه می‌تواند در یاری‌رساندن به رهبر جامعه در اجرای امور حکومت و مردم مؤثر باشد. اگر مردم به رهبر اعتماد نداشته باشند، رهبر نمی‌تواند کشور را به‌درستی اداره کند و در این راستا دچار مشکل می‌شود؛ بنابراین می‌توان گفت که یک‌طرف مهم حکومت را مردم تشکیل می‌دهند که رهبر جامعه باید در جلب اعتماد و رضایت آن‌ها بکوشد.

همچنین، امیرالمؤمنین(ع) در خطبه پنجاه و یکم، برای انتقال مفهوم موردنظر خود به سپاهیان - یعنی جنگیدن با دشمن - از میان تمام مفاهیم، مفهوم اطعام (طعام دادن) را مطرح کردند (قَدْ اسْتَطَعْمَوْكُمْ الْقِتَالَ) که این مفهوم با کاربرد فعل "قد استطعموكم" نمود یافته است. این فعل درجایی به‌کار می‌رود که شخصی از دیگری تقاضای طعام می‌کند. حضرت علی(ع) با کاربرد این جمله، جنگ و پیکار را چون طعامی ترسیم می‌کنند که سپاه معاویه به عمل خود که همانا بستن شریعه فرات بر روی سپاهیان

امام(ع) است، آن را از یاران امام طلب کرده‌اند و در واقع به دنبال جنگ هستند. لذا امام(ع) با انتخاب واژه "استطعموا" مسأله نزدیک به مشکل آب خوردن را مطرح نموده‌اند. در این خطبه اطعام دادن برای انتقال مفهوم مورد نظر امام(ع) به مخاطبان یعنی اعتمادسازی و سپس تحریک یارانشان به جنگیدن است (فضائلی/نگارش، ۹۶:۱۳۹۰-۹۸).

عناصر اعتمادسازی

افراد برگزیده در جوامع انسانی اعم از دانشمندان، رهبران سیاسی، نویسندگان و هنرمندان، غالباً در یک یا دو جهت، برجستگی خاصی دارند و نظر مردم را به خود جلب می‌کنند. از باب مثال، دانشمندی در طرح نظریات یا مسائل تازه، ابتکار به خرج می‌دهد و در میان دیگر دانشمندان، برجستگی خاصی پیدا می‌کند. رهبری، قدرت جلب مردم را دارد و از لحاظ اخلاقی در سطح عالی قرار می‌گیرد و به همین سبب در میان رهبران سیاسی وجهه‌ای خاص کسب می‌کند.

علی(ع) بعد از پیامبر گرامی از لحاظ جامعیت در فضائل اخلاقی و قدرت فکری، بی‌نظیر است. جهات مختلف شخصیت علی(ع) برجستگی خاصی دارند.

علی(ع) صرف نظر از این که در مکتب اسلام پرورش یافته و به‌طور مستقیم تحت تأثیر مکتب وحی قرار داشته است، شخصیتی جامع‌الاطراف است. او مانند یک حکیم بی‌نظیر الهی درباره الهیات به بحث می‌پردازد. خطبه‌های معروف او ژرف‌اندیشی و گستردگی اندیشه او را درباره‌ی خدا و آفرینش جهان، منعکس می‌سازند. حضرت علی(ع) وقتی درباره اخلاق صحبت می‌کند، مثل یک حکیم اخلاقی به بحث در مبنای اخلاق و تحلیل رفتار اخلاقی می‌پردازد. علی(ع)، یک بنده صالح خداست و در موقع عبادت، کامل‌ترین شکل شناخت، اخلاص، خشوع و خشیت در پیشگاه حق را در رفتار خود نشان می‌دهد. او در هر زمینه، نه تنها به طرح اصولی می‌پردازد، بلکه خود، الگو و نمونه‌ای از آن اصول می‌باشد. مردم را به عدالت‌خواهی دعوت می‌کند و خود، مجسمه عدل و داد است.

علی(ع) مرد رزم است و در مبارزه علیه ظلم و فساد، آنی آرام نمی‌گیرد. او نه تنها خود را طرفدار مستضعفان معرفی می‌کند، بلکه شب‌ها نیز به ملاقات ضعفا می‌رود و از آن‌ها سرپرستی می‌کند. او مردم را به تقوای پیشگی ترغیب می‌نماید و خود، مظهر کامل تقوا و پرهیزگاری است. او طرفدار حق است و پیوسته در رعایت حق، گوی سبقت را از دیگران می‌رباید. او مردی ایثارگر است و دیگران را هم به ایثار و از خودگذشتگی تشویق می‌نماید. به‌طور کلی، علی(ع)، فضائل اخلاقی را به حد کمال در شخصیت خود، منعکس می‌سازد (حجازی/مشکینی، ۱۳۶۳: ۱۹۱-۱۹۲). همین شخصیت و سیره است که باعث الگو قرار گرفتن و سرمشق بودن دیگران می‌شود.

۲-۱-۲. ترغیب

براساس تحقیقات پژوهشگران، در فرایند اقناع متأثر کردن بعد عاطفی ترغیب شونده بیشتر از تأثیر در بعد شناختی وی می‌باشد. راجرز و شومیکر در طی مطالعاتی که روی توزیع نوآوری انجام می‌دادند، متوجه شدند اقناع نسبت به یک نوآوری بیشتر محصول فرایندی عاطفی است تا شناختی و افراد بعد از گذر از

سطح شناختی نسبت به چیز تازه گرایش نشان می‌دهند. در واقع وقتی دانستند موضوع چیست؟ بیشتر از نظر روانی درگیر می‌شوند تا شناختی. در این سطح ادراک کلی نسبت به چیز تازه رشد کرده و پیام‌های اطرافیان در گرایش نهایی آن‌ها نسبت به چیز تازه تعیین‌کننده می‌شود (لازار، ژودیت، ۱۳۸۵: ۱۱۲).

ترغیب نوعی تلاش و کوشش 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/حاجی‌پور، ۱۳۹۱، شماره ۲: ۱۳۷). به بیانی دیگر ترغیب نوعی جلب‌توجه و علاقه‌مندی مخاطب به موضوع موردنظر گوینده است که گوینده با طرح مباحث انگیزشی لازم، اعتقاد قلبی و باور و رضایت قلبی را در مخاطب پیرامون مطلب موردنظر، ایجاد می‌کند.

استفاده از فنون بلاغی و صناعات ادبی در کلام چنان تأثیری بر مخاطب می‌گذارد که یک کلام عاری از آن فنون چنین تأثیری را ندارد؛ و ما مشاهده می‌کنیم که امام علی(ع) در سراسر نهج‌البلاغه کوشیده‌اند با بهره‌گیری از انواع فنون فصاحت و بلاغت شنوندگان پیام را، به پذیرش پیام خویش تشویق و ترغیب نمایند؛ و چنانچه این مطالب در جای خود به‌کار رفته‌اند، نهایت تأثیر خود را بر مخاطب گذاشته‌اند.

هم‌چنین از طرفی دیگر می‌توان گفت که انسان‌ها با لذت‌های مادی و حسی بیشتر به‌سوی انجام کاری تشویق و ترغیب می‌شوند؛ زیرا این موضوع یکی از ویژگی‌های فطری و روحی انسان‌هاست؛ و ما به‌وضوح می‌بینیم که امام(ع) در نهج‌البلاغه برای این که مردم را به کاری ترغیب نمایند، به ذکر لذت‌های مادی و حسی آن کار بیشتر پرداخته‌اند.

خداوند در قرآن نیز در سوره‌های آل عمران / ۱۹۷؛ توبه / ۲۰-۲۲؛ شوری / ۲۲؛ طور / ۲۱-۲۴؛ بروج / ۱۱، برای ترغیب انسان‌ها به انجام کارهای نیک از جمله خداترسی و داشتن تقوی، ایمان آوردن و انجام صالحات و جهاد در راه خدا، آن‌ها را به بهشت‌هایی وعده می‌دهد که در زیر درختانش نهرهایی جاری است، طعام‌ها و نعمت‌های بهشتی و جاودانی دارد، بهشتیان در آن جا در امنیت و آرامش به سر می‌برند و نزد خداوند بالاترین جایگاه را دارند (فضائل/نگارش، ۱۳۹۰: ۹۸).

در تمام خطبه‌ها و نامه‌ها و حکمت‌های نهج‌البلاغه، تشویق و ترغیب، ارزش و ضرورت آن، به چشم می‌خورد؛ اعم از تشویق به امور مادی و امور معنوی. تشویق برای جهاد (خطبه ۲۴۱). تشویق به اعمال نیکو (خطبه ۱۷۶). تشویق سربازان و خطاشکنان (خطبه ۱۰۷). تشویق مردم کوفه برای جهاد (نامه ۱). ارزش تشویق نیکوکاران (خطبه ۱۷۷). ضرورت تشویق و تنبیه نظامیان (نامه ۵۰). ضرورت تشویق و تنبیه فرمانداران (نامه ۷۱).

برای نمونه، (وَإِنَّ مَعَاوِيَةَ قَادِمٌ لَّمَّةً مِنَ الْعُرَاةِ ... خطبه ۵۱) در این جا می‌بینیم که امام(ع) با خلق تصاویری نازیبا از یاران معاویه یعنی هم‌اندک بودن آن‌ها به لحاظ عقلی و هم‌گمراه بودنشان قصد دارند، روحیه سپاهیان خود را بالا ببرند و به آن‌ها اعتماد نفس بدهند تا سپاهیان‌شان لشکر دشمن را ناچیز و کوچک قلمداد کنند و در جهت حمله به دشمن و جنگیدن با او گام بردارند و بر او غالب شوند؛ زیرا در

جنگ برای غلبه بر دشمن، افراد سپاه باید اعتمادبه نفس داشته باشند و دشمنشان را کوچک محسوب کنند تا علیه دشمن باهم بسیج شوند و جنگ را آغاز کنند تا بر او پیروز شوند (فضائلی/نگارش، ۱۳۹۰: ۱۰۵-۱۰۶).

امام (ع) برای تشویق یاران خویش به جهاد در خطبه ۲۴۱ این چنین می فرماید: وَاللَّهُ مُسْتَأْدِبُكُمْ شُكْرَهُ وَ مَوْرَثُكُمْ أَمْرَهُ- وَ مُمְهِلُكُمْ فِي مَضْمَارٍ مَحْدُودٍ لِيَتَنَازَعُوا سَبَقَهُ- فَشَدُّوا عَقْدَ الْمَآزِرِ وَ اطُؤُوا قُضُولَ الْخَوَاصِرِ- لَا تَجْتَمِعُ عَزِيمَةٌ وَ وَلِيمَةٌ- مَا أَنْقَضَ النَّوْمَ لِعَزَائِمِ الْيَوْمِ- وَ أَمْحَى الظُّلْمَ لِتَذَاكِيرِ الْهَمَمِ. خدا گزاردن سپاس خود را در گردن شما نهاده است و کار- حکومت- خویش را- در دستتان- گذارده و در مسابقت جایی محدود فرصتتان داده تا برای پیش افتادن- برخیزید- و با یکدیگر بستیزید. پس میان را استوار ببندید و زیادت دامن را برای کار در چینید، که نتوان هم- نقش مهتری- بر صفحه اندیشه بست و هم بر خوان مهمانی- آسوده- نشست. چه بسیار خواب- شبانگاه- که تصمیم های روز را در هم شکست و- گرد- تاریک- فراموشی- که بر آئینه همت ها نشست (خطبه ۲۴۱، ترجمه نهج البلاغه شهیدی: ۲۷۰).

۳-۱-۲. متقاعدسازی

به طور کلی هر ارتباطی به نوعی ماهیتی متقاعدگرانه دارد که در یک فعالیت ارتباطی گوینده می کوشد تا با توسل به راهکارهای مختلف به مخاطب اعتماد دهد و در ادامه عواطف او را برانگیزد و احساساتش را تحریک نماید و در انتها با نفوذ و تأثیرگذاری در مخاطب، او را بر انجام رفتار یا عمل مورد نظر خویش وادار سازد. متقاعدسازی را می توان دقیق ترین واژه مرتبط با اقناع دانست. ارتباط متقاعدگرانه را می توان شامل طرح هر پیامی دانست که به قصد شکل دادن، تقویت یا تغییر پاسخ های شناختی، عاطفی و رفتاری دیگران طراحی شده باشد؛ و به بیانی دیگر، شامل هرگونه ارتباطی است که به منظور تأثیرگذاری بر دیگران تنظیم شده باشد. بدین ترتیب، اصطلاح متقاعدگرانه را صفت هر ارتباطی می توان شمرد که به هدف نفوذ و تأثیرگذاری طراحی شده باشد (حکیم آراء، ۱۳۸۴: ۵).

متقاعدسازی به عنوان یکی از اشکال نفوذ اجتماعی، عبارت است از کوشش به منظور تغییر باورها، نگرش ها و رفتار آدمی. به طور ساده تری می توان گفت مطالعه متقاعدسازی به مطالعه متغیرها و فرایندهایی اختصاص دارد که به تغییر نگرش ها مربوط می شود (همان، ۱۱).

در مرحله متقاعدسازی، مخاطب پس از این که نسبت به پیام آگاهی پیدا کرد و به آن مشتاق شود و نسبت به آن انگیزه پیدا کرد، تصمیم به انجام آن می گیرد و آن عمل یا رفتار را در خود تثبیت می کند. در نهج البلاغه موارد گوناگونی وجود دارد که امام (ع) به متقاعدسازی مخاطب پرداخته و مخاطب نسبت به آن موضوع واکنش نشان داده و به گونه ای، موضع جدیدی که در مورد آن پیام اتخاذ کرده را در خود تثبیت و تحکیم می کند.

به‌عنوان مثال در خطبه ۵۱ این‌گونه آمده: *فَالْمَوْتُ فِي حَيَاتِكُمْ مَقْهُورِينَ - وَالْحَيَاةُ فِي مَوْتِكُمْ قَاهِرِينَ - أَلَا وَإِنَّ مُعَاوِيَةَ قَادَ لُمَةً مِنَ الْغَوَاةِ - وَ عَمَسَ عَلَيْهِمُ الْخَبَرَ - حَتَّى جَعَلُوا نُحُورَهُمْ أَغْرَاضَ الْمَنِيَّةِ* (به نقل از نهج البلاغه (صبحی‌الصالح): ۸۹).

در این خطبه امام(ع) می‌خواستند از طریق بیان این خطبه، آن واقعیتی که از معاویه و سپاهیانش در جهان خارج وجود داشته مبنی بر جنگ‌طلبی آن‌ها، رهبری معاویه بر گروه اندکی از گمراهان، حاکم بودن نیرنگ و فریب بر دستگاه معاویه و پوشاندن حق و حقیقت بر سپاهیانش، نفوذ معاویه در افکار و عقاید لشگریانش و در معرض مرگ قرار دادن آن‌ها را برای یارانشان ترسیم نمایند و باور و عقیده‌ی خود را درباره‌ی معاویه و سپاهیانش اظهار دارند تا بدین طریق یارانشان نسبت به جنگ، مرگ، زندگی، معاویه و لشگرش بصیرت پیدا کنند و به‌سوی پیروزی بر سپاه دشمن گام بردارند؛ زیرا به گفته شایب خطابه بیانی است که گوینده در آن عقیده خودش را اظهار می‌دارد و سعی می‌کند با برهان و دلیل آن را از طریق توصیف و وصف اثبات کند و هدف اصلی‌اش اقناع مخاطب و تأثیرگذاری بر اوست (فضائل/نگارش، ۱۳۹۰: ۱۱۱).

۲-۲. فنون و شیوه‌های اقناع در نهج البلاغه

نهج البلاغه از مضامین و تعالیم دینی، تربیتی، اخلاقی، اجتماعی، سیاسی، تاریخی، علمی و ادبی سرشار است و چون امام علی(ع) به نیازها و ظرفیت‌ها و ضرورت‌های زندگی مردم زمان خویش آگاهی داشته، بنابراین، با استفاده از شیوه‌های گوناگون سعی نموده تا مخاطبان خویش را اقناع نمایند.

با بررسی خطبه‌ها و نامه‌ها و حکمت‌های نهج البلاغه، می‌توان شیوه‌های گوناگون اقناع و تبلیغ را در نهج البلاغه یافت. با توجه به این مطلب می‌توان گفت که امام علی(ع) با استفاده از روش‌های متفاوت تبلیغی راه نفوذ در دل‌ها را در قالب اصول عقلی و علمی به ما نشان دادند. واژه‌ی «بلاغ» به معنای رساندن پیام است و وقتی در باب تفعیل به‌کار می‌رود مفهوم تکرار در رساندن پیام را می‌رساند که معنای لغوی به معنای اصطلاحی آن نزدیک می‌شود. «رسانیدن پیام و جز آن، رسانیدن عقاید دینی یا غیر آن با وسایل ممکنه» (دهخدا، ج ۱۳: ۳۴۳) و بر این اساس باید گفت که «تبلیغ: رساندن هرگونه پیام به‌منظور اقناع مخاطبان به هدفی خاص است.» و تبلیغ دینی عبارت است «از انتقال مکرر اندیشه‌های روشن دینی جهت تأثیرگذاری بر افکار و اعمال انسان‌ها با مؤثرترین شیوه و ابزارهای مشروع» (عباسی‌مقدم، ۱۳۸۶: ۳۵).

از نظر راجر براون، اقناع و تبلیغات، یکی هستند. تنها زمانی که شخص احساس کند منبع اقناع منتفع نمی‌شود، ولی گیرنده پیام سود می‌برد، می‌توان عمل یا پیامی را تبلیغات نامید. بر این اساس، هم می‌توان تبلیغات را برای اقناع مخاطب هدف‌گذاری کرد و هم می‌توان اقناع را روشی برای تبلیغ دانست. هدف‌مداری و جهت‌دهی از سوی اقناع‌کننده، عنصری جداناپذیر در اقناع است؛ هدف اقناع، تأثیرگذاری و تغییر است (اسدی، ۱۳۷۱: ۳۶).

نظر اسلام درباره تبلیغات از اساس با نظر غرب فرق می‌کند. از دیدگاه غرب تبلیغات باید در افکار عمومی تغییرات مناسب را به نفع هدف‌های تعیین‌شده‌ی اقتصادی و سیاسی و نظامی به وجود آورد، بدون این‌که جامعه از صحت و ضرورت و اصالت این تغییرات آگاهی یابد. یعنی در حقیقت نوعی غفلت‌آفرینی در ذات تبلیغات امپریالیستی و غربی همواره وجود دارد، درحالی‌که از دیدگاه اسلام تعریف تبلیغات، جز ابلاغ و رساندن پیام نیست، آن هم به‌منظور بسط آگاهی و نه حذف آن. اگر تبلیغات اسلامی را در ادامه حرکت تبلیغی انبیاء بدانیم، با توجه به این‌که رسالت انبیاء ابلاغ پیام خداوند متعال به بشریت است، بی‌تردید تبلیغات اسلامی نیز عمدتاً در همین راستا قابل تفسیر و تبیین است. بنابراین، تبلیغات اسلامی از اساس با تبلیغات غربی متفاوت است اما در یک زمینه اسلام و غرب نقطه‌نظر مشترکی دارند و آن پذیرش اهمیت تبلیغات است (زورق، ۱۳۶۸: ۳۱۵).

با توجه به این‌که واژه تبلیغ، به‌گونه‌ای بار معنایی اقناع را به دوش می‌کشد و خطابه و سخنرانی از شیوه‌های دیرباز و کهن تبلیغات بوده‌اند، در طول تاریخ بشر، دانشمندان و نخبگان و حاکمان هر عصری با خطابه‌های خود، مردم را به اهداف موردنظر خویش متمایل می‌کرده‌اند (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۲۸-۱۲۹).
امام علی(ع) در خطبه ۱ نهج‌البلاغه درباره پیامبران فرمودند: وَ يَحْتَجُّوا عَلَيْنَا بِالسِّدْرِيِّ، ۱۴۱۴، خ ۱). پیامبران آمده‌اند که مذکر مردم باشند و با تبلیغ دین رسالت خودشان را به مردم ابلاغ کنند؛ به این وسیله بر مردم احتجاج و اتمام حجت کنند.

امام علی(ع) در نامه شماره ۳۴ ضرورت تبلیغ و دعوت را بیان می‌فرماید و می‌نویسند که: ... فَأَصْحِرْ لِعَدُوِّكَ، وَ امضِ عَلَى بَصِيرَتِكَ، وَ شَمِّرْ لِحَرْبٍ مِّنْ حَارِبِكَ، وَ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ، وَ أَكْثِرِ الْإِسْتِعَانَةَ بِاللَّهِ يَكْفِكَ مَا أَهَمَّكَ... پس برای مقابله با دشمن سپاه را بیرون بیاور و با آگاهی لازم به‌سوی دشمن حرکت کن و باکسی که با تو در جنگ است آماده پیکار باش. مردم را به راه پروردگارت بخوان و از خداوند فرمان یاری‌خواه که تو را در مشکلات کفایت می‌کند (سیدرضی، ۱۴۱۴، نامه ۳۴؛ دشتی، ۱۳۹۱: ۳۸۵).
باید به این نکته توجه کرد که ابلاغ و انتقال پیام به مخاطبان اولین مرحله فعالیت ارتباطی است و به‌دنبال این عمل، پیام‌رسان بایستی با شیوه‌های اقناعی، به اقناع مخاطبان خویش بپردازد. با تبیین وجود فعالیت ارتباطی در نهج‌البلاغه باهدف اقناع مخاطبان، به شناسایی فنون و شیوه و روش‌هایی می‌پردازیم که نهج‌البلاغه از آن‌ها برای اقناع مخاطبان بهره برده است. نهج‌البلاغه سه شیوه‌ی حکمت، خطابه و موعظه، برای اقناع مخاطبان خود دارد که به بررسی هر کدام از آن‌ها می‌پردازیم.

۱-۲-۲. حکمت

بارش فکری یا حکمت یکی از فنونی است که قرآن برای متقاعدکردن مخاطبان خود از آن فراوان بهره برده است. ویژگی اصلی این شیوه میزان تفکر و اندیشه‌ای است که صرف پردازش اطلاعات موجود در پیام حکیمانه شده است. بر این اساس می‌توان شیوه‌ی بارش فکری را، شیوه‌ی اندیشه محور نامید «اندیشه به‌عنوان عامل اصلی تعیین رفتار در وجود انسان نقش ایفا می‌کند. به این دلیل است که هرگاه

بتوانیم تغییر مطلوب خود را در اندیشه‌ی مخاطب ایجاد کنیم به احتمال زیاد رفتار مطلوب خود را نیز کسب خواهیم کرد (اثباتی، ۱۳۸۹: ۳۳). در نهج البلاغه نیز شاهد این شیوه‌ی اقناع هستیم، امام (ع) همواره از این فن برای متقاعد کردن مخاطب استفاده کرده‌اند؛ چراکه از کلمات و سخنان حکمت‌آمیز بهره فراوان برده‌اند به همین دلیل یکی از بخش‌های نهج البلاغه به همین نام، نام‌گذاری شده است. به‌طور کلی امام (ع) حکمت و آثار، ارزش، ضرورت و جایگاه آن را به گونه مفصل بیان نموده‌اند. برای مثال، آثار حکمت (خطبه ۱۳۳). شناخت آثار علم و حکمت الهی (خطبه ۹۱). ارزش حکمت (خطبه ۸۰). ضرورت حکمت (خطبه ۱۳۳). جایگاه حکمت (حکمت ۷۹). شناخت جایگاه حکمت‌ها (حکمت ۷۹).

- اقسام حکمت

چون برای نفس آدمی دو نیروی نظری و عملی وجود دارد، لازم است که برای هر یک از آن دو نیرو، کمالی مخصوص به خود باشد و کامل شدن نفس به آن کمالات در هر دو نیرو حکمت نامیده می‌شود (بحرانی/عبدالعلی صاحبی، ۱۳۷۵: ۵۶). اندیشمندان حکمت را به دو قسم حکمت نظری و حکمت عملی تقسیم کرده‌اند و ما شاهد هر دو قسم حکمت در نهج البلاغه هستیم که در اینجا به توضیح هر کدام به صورت جداگانه می‌پردازیم.

حکمت نظری آماده شدن نفس آدمی برای تصور شناخت‌های حقیقی و تصدیق کردن حقایق نظری به اندازه توان بشری می‌باشد. بی‌تردید این درجه از کمال به کامل‌ترین وجه ممکن برای آن حضرت ثابت است. زیرا علی (ع) این اشیا را برحسب نیروی حدسی قدسی خویش ادراک می‌کند. در صورتی که ادراک بیشتر حکیمان از آن اشیا ادراک فکری است و نیاز به مشقت و زحمت دارد که لازمه‌اش اشتباهات بزرگی است که جز معدودی از حکما ما از آن خالی نمی‌باشند (همان، ۶۳).

اولین بخش حکمت نظری، توحید حق تعالی است که به لسان حضرت امیر (ع): شناخت خدا اول و آغاز دین است. دین از شعبه حکمت نظری شروع می‌شود که انسان ابتدا مبدأش را بشناسد و به حکمت عملی ختم می‌شود. *أَوَّلُ الدِّينِ مَعْرِفَتُهُ وَ كَمَالُ مَعْرِفَتِهِ التَّصَدِّيقُ بِهِ - وَ كَمَالُ التَّصَدِّيقِ بِهِ تَوْحِيدُهُ - وَ كَمَالُ تَوْحِيدِهِ الْإِخْلَاصُ لَهُ - وَ كَمَالُ الْإِخْلَاصِ لَهُ نَفْيُ الصِّفَاتِ عَنْهُ.* (خطبه ۱، به نقل از نسخه صحیح صالح) ابتدا باید دید شناخت خدا ممکن است یا نه؟ اگر ممکن است راهش چیست؟ و اگر ممکن نیست چگونه شناخت وی آغاز دین قرار گرفته است؟ این معنا را حضرت علی (ع) در یکی از بیاناتش پاسخ داده می‌فرماید: آن مقدار از معرفت خدا که برای بشر لازم و ضروری است برای وی میسر است و استعداد آن در نهاد او واقع شده و با فطرتش عجین گشته است (جوادی‌آملی، ۱۳۷۸: ۵۳).

حکمت عملی، کامل شدن قوه عملی است با این اندیشه که چگونه ممکن و شایسته است که به وسیله ملکه کامل، کسب کمال کند و بر کارهای نیک دست یابد تا این که آدمی بر راه راست استوار بماند (بحرانی؛ صاحبی، ۱۳۷۵: ۵۶).

حکمت عملی را می‌توان در دو مورد حکمت اخلاقی و حکمت سیاسی بررسی کرد:

۱- حکمت اخلاقی است و آن قدرتی است که انسان را در عمل از افراط و تفریط نگه می‌دارد و انسان از بررسی افعال و اقوال و اندیشه‌های آن حضرت در امور جنگ و مملکت‌داری خصوصیات را درمی‌یابد که ناگزیر حکم می‌کند که آن حضرت دارای حکمت اخلاقی بوده است (ابن میثم بحرانی؛ محمدی‌مقدم، ج ۱: ۱۹۴).

۲- حکمت سیاسی: امام علی(ع) دارای حکمت سیاسی و مدیریت منزل بوده است، باید به مطالعه نامه‌ها و عهدنامه‌های آن حضرت به کارگزاران و فرمانداران و امرا و قضاتش پردازی، مخصوصاً عهدنامه‌ای که برای مالک اشتر نحی نوشته است، زیرا در آن عهدنامه از ظرافت‌های امور شهرنشینی و نظام و اصول اجتماعی و زیبایی‌ها و لطایف به‌اندازه‌ای است که در جاهای دیگر نیست. اضافه بر این به تواتر ثابت شده است که بزرگان صحابه به حسن تدبیر و درایت آن حضرت اعتراف داشته و در امورشان با آن حضرت مشورت می‌کرده‌اند. در موارد زیادی که در نهج‌البلاغه و غیر آن یاد شده به آن حضرت برای کیفیت سازماندهی لشکر و جنگ‌ها و مصالح کلی و جزئی جامعه مراجعه می‌کردند (ابن میثم بحرانی؛ محمدی‌مقدم، ج ۱: ۱۹۵).

به‌عنوان مثال در نامه‌ای به مالک اشتر هنگامی که او را به فرمانداری مصر برگزید، نوشته‌اند: وَالصَّقُّ بِأَهْلِ الْوَرَعِ وَالصَّدَقِ - ثُمَّ رُضُّهُمْ عَلَى أَلَّا يُطْرُوكَ - وَ لَّا يَبْجَحُوكَ بَبَاطِلٍ لَّمْ تَفْعَلْهُ - فَإِنَّ كَثْرَةَ الْإِطْرَاءِ تُحْدِثُ الزَّهْوَ وَ تُدْنِي مِنَ الْعِزَّةِ - وَ لَّا يَكُونَنَّ الْمُحْسِنُ وَ الْمُسِيءُ عِنْدَكَ بِمَنْزِلَةٍ سَوَاءٍ - فَإِنَّ فِي ذَلِكَ تَزْهِيْدًا لِأَهْلِ الْإِحْسَانِ فِي الْإِحْسَانِ - وَ تَدْرِيْبًا لِأَهْلِ الْإِسَاءَةِ عَلَى الْإِسَاءَةِ - وَ أَلْزَمَ كُلًّا مِنْهُمْ مَا أَلْزَمَ نَفْسَهُ وَ اعْلَمَ أَنَّهُ لَيْسَ شَيْءٌ بِأَدْعَى - إِلَى حُسْنِ ظَنِّ رَاعٍ بِرَعِيَّتِهِ - مِنْ إِحْسَانِهِ إِلَيْهِمْ وَ تَخْفِيْفِهِ الْمُتُونَاتِ عَلَيْهِمْ - وَ تَرَكَ اسْتِكْرَاهِهِ إِيَّاهُمْ عَلَى مَا لَيْسَ لَهُ قِبَلَهُمْ - فَلْيَكُنْ مِنْكَ فِي ذَلِكَ أَمْرٌ - يَجْتَمِعُ لَكَ بِهِ حُسْنُ الظَّنِّ بِرَعِيَّتِكَ - فَإِنَّ حُسْنَ الظَّنِّ يَقْطَعُ عَنْكَ نَصَبًا طَوِيْلًا... تا می‌توانی با پرهیزکاران و راستگویان پیوند و آنان را چنان پرورش ده که تو را فراوان نستایند و تو را برای اعمال زشتی که انجام نداده‌ای تشویق نکنند، که ستایش بی‌اندازه، خودپسندی می‌آورد و انسان را به سرکشی وادار می‌دارد. هرگز نیکوکار و بدکار در نظرت یکسان نباشند، زیرا نیکوکاران در نیکوکاری بی‌رغبت و بدکاران در بدکاری تشویق می‌گردند، پس هر کدام از آنان را براساس کردارشان پاداش ده. بدان ای مالک هیچ وسیله‌ای برای جلب اعتماد والی به رعیت بهتر از نیکوکاری به مردم و تخفیف مالیات و عدم اجبار مردم به کاری که دوست ندارند، نمی‌باشد، پس در این راه آن قدر بکوش تا به وفاداری رعیت، خوش‌بین شوی، که این خوش‌بینی رنج طولانی مشکلات را از تو برمی‌دارد (نامه ۵۳، نهج‌البلاغه صبحی صالح: ۴۳۱).

واژه‌ای که در فهم معنای حکمت به ما کمک می‌کند، واژه‌ی «برهان» است. برهان در قرآن: به معنای «دلیل روشن و حجت آمده است» (قریشی، ۱۳۶۷: ج ۱، ۱۹۰) «معنای لغوی برهان سفیدی و

روشنی است و چون روشن و واضح هستند و بر مقصود دلالت می‌کنند آن را حجت می‌نامند» (ابن‌منظور، ج ۱، ۱۴۰۸ ق: ۳۹۴).

- برهان

برهان به‌طور مکرر در نهج‌البلاغه استعمال شده است. تمام خطبه‌های علی(ع) به‌وسیله برهان‌های ذاتی آبیاری می‌شود تا آنجا که گویا معانی و تعبیرات خطبه‌ها، پدیده‌های زمان او و عین افکار و خیالاتش می‌باشد. (جرداق؛ انصاری، ۱۳۷۳: ۶۷). امام علی(ع) همواره مخاطبان خویش را با دلیل و برهان قانع می‌کردند و در خطبه ۸۱ نهج‌البلاغه ارزش برهان و منطق را چنین بیان می‌فرماید: *فَقَدْ أَعَدَرَ اللَّهُ إِلَيْكُمْ بِحُجَجٍ مُسْفَرَةٍ ظَاهِرَةٍ وَ كُتُبٍ بَارِزَةٍ الْعُدْرِ وَاضِحَةٍ*. چه این که خداوند با دلایل روشن و آشکار عذرهای قطع و با کتاب‌های آسمانی روشن‌گر، بهانه‌ها را از بین برده است (سیدرضی؛ دشتی، ۱۳۷۹: ۹۱).

- نفی پذیرش بدون دلیل و برهان

امام علی(ع) در خطبه ۱ نهج‌البلاغه تفکر دوگماتیسیم (dogmatism) پذیرش بدون دلیل و برهان را نفی می‌کند و در سراسر نهج‌البلاغه در واژه‌های حجج، دلیل، برهان، این حقیقت را مطرح می‌فرماید که انسان با دلیل و برهان می‌باید چیزی را پذیرفته یا انکار کند و می‌فرماید: *وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَ رَسُولُهُ، أَرْسَلَهُ بِالذِّبْنِ الْمَشْهُورِ، وَ الْعِلْمِ الْمَأْتُورِ، وَ الْكِتَابِ الْمَسْطُورِ، وَ النُّورِ السَّاطِعِ، وَ الضِّيَاءِ اللَّامِعِ، وَ الْأَمْرِ الصَّادِعِ، إِزَاحَةً لِلشُّبُهَاتِ، وَ احْتِجَاجًا بِالْبَيِّنَاتِ وَ شَهَادَاتٍ* می‌دهم که محمد (ص) بنده خدا و فرستاده اوست. خداوند او را با دینی آشکار و نشانه‌ای پایدار و قرآنی نوشته شده و استوار و نوری درخشان و چراغی تابان و فرمانی آشکارکننده فرستاد تا شک و تردیدها را نابود سازد و با دلایل روشن استدلال کند (دشتی، ۲۷).

- حدود براهین

به‌مقتضای حکمت واجب است، که کاوش و تحقیق بیش از آن که شریعت مجاز دانسته است حرام باشد تا دستورات دین و شریعت در قلب مردم ثابت و استوار گردد و بحث پیرامون آن چه در دیانت مجاز شمرده نشده است، انسان‌ها را از اعتقاد خارج نسازد، که شریعت را به کناری افکنند و اعتقاد بسیاری از مردمان، به خاطر ورود در موضوعات غیرمجاز (معرفت بر کنه ذات خداوند و امثال آن) فاسد گردد، زیرا در میان مردم افرادی هستند، که آمادگی پذیرش غیر ظواهر شریعت را ندارند و آن‌ها که مستعد درک حقایق باشند، نادر و اندک‌اند (ابن‌میثم بحرانی؛ محمدی‌مقدم، ج ۲: ۶۹۸).

امام علی(ع) در خطبه ۹۱ که معروف به خطبه اشباح می‌باشد، در پاسخ به سؤال‌کننده‌ای که از حضرت خواسته بود تا خدا را برایش توصیف کند، می‌فرماید:

وَ أَعْلَمُ أَنَّ الرَّاسِخِينَ فِي الْعِلْمِ هُمُ الَّذِينَ أَعْنَاهُمْ عَنِ اقْتِحَامِ السُّدِّ الْمَضْرُوبَةِ دُونَ الْغُيُوبِ، الْإِقْرَارُ بِجُمْلَةٍ مَا جَهَلُوا تَفْسِيرَهُ مِنَ الْغَيْبِ الْمَحْجُوبِ، فَمَدَحَ اللَّهُ اعْتِرَافَهُمْ بِالْعَجْزِ عَنِ تَنَاوُلِ مَا لَمْ يَحِطُوا بِهِ عِلْمًا، وَ سَمَّى تَرَكَهُمْ التَّعَمُّقَ فِيمَا لَمْ يَكْلَفْهُمْ الْبَحْثَ عَنِ كُنْهِهِ رُسُوخًا. فَاقْتَصِرْ عَلَى ذَلِكَ، وَ لَا تُقَدِّرْ عَظَمَةَ اللَّهِ قُدْرَتَهُ، وَ

حاول الفکر فتکون من الهالکین. آن‌ها که در علم دین استوارند، خدا آن‌ها را از فرورفتن در آنچه که بر آن‌ها پوشیده است و تفسیر آن را نمی‌دانند و از فرورفتن در اسرار نهان بی‌نیاز ساخته است و آنان را از این‌رو که به عجز و ناتوانی خود در برابر غیب و آنچه تفسیر آن را نمی‌دانند، اعتراف می‌کنند، ستایش فرمود و ترک ژرف‌نگری آنان در آنچه که خدا بر آنان واجب نساخه را راسخ بودن در علم شناسانده است. پس به همین مقدار بسنده کن و خدا را با میزان عقل خودارزیابی مکن تا از تباه‌شدگان نباشی (رضی، ۱۴۱۴، خطبه ۹۱). در این خطبه به اثبات این حقیقت که عقل یکی از ابزارهای شناخت است و نباید به آن اصالت داد، اشاره دارد. (سیدرضی؛ دشتی، ۱۳۷۹: ۱۱۱).

۲-۲-۲- روش اقناعی احساس محور «موعظه»

دومین شیوه‌ای که به شکل تصریحی در نهج‌البلاغه برای اقناع مخاطبان آمده است، شیوه‌ی احساس محور یا «موعظه» است. مبنای طراحی این روش، تحریک احساسات مخاطب است. انسان به‌گونه‌ای آفریده‌شده که اندیشه‌ی او با احساسات و هیجان‌هایش به‌سرعت می‌توانند جابه‌جاشده و این جابه‌جایی به‌سرعت انجام می‌شود. تحریک احساس انسان جهت پذیرش یک پیام یک روش مؤثر تبلیغی است. در تعریف موعظه می‌توان گفت مترادف با تذکر و نوعی خاص از سخن گفتن است، در مقابل حکمت و استدلال از جهتی و در مقابل خطابه از جهت دیگر؛ اما در مقابل حکمت است از آن جهت که بر پایه استدلال نیست و برای اقناع عقل و فکر نمی‌باشد. بلکه برای اقناع و ارضاء قلب است. موعظه تذکر است، یعنی متوجه کردن و متنبه کردن و تجسم دادن یک سلسله مسائل و مطالب است که انسان می‌داند ولی از آن‌ها غافل است و روی آن‌ها را پرده‌ای از غفلت؛ یعنی انبوه اندیشه‌های دنیایی گرفته است (مطهری، ۱۳۷۷: ۳۸۲).

بزرگ‌ترین بخش نهج‌البلاغه، بخش مواعظ است. تقریباً نیمی از نهج‌البلاغه را این بخش تشکیل می‌دهد و بیشترین شهرت نهج‌البلاغه مدیون موعظه‌ها و پندها و اندرزها و حکمت‌های عملی آن است. وعظ همچنان که در قرآن کریم آمده است یکی از طریق سه‌گانه دعوت (حکمت، موعظه و مجادله به نحو احسن) است (مطهری، بی‌تا: ۱۸۸). از مجموع ۲۳۹ خطبه‌ای که سیدرضی تحت عنوان خطب جمع کرده است (هرچند همه آن‌ها خطبه نیست) ۸۶ خطبه موعظه است و یا لااقل مشتمل بر یک سلسله مواعظ است. از مجموع ۷۹ قطعه‌ای که تحت عنوان کتب (نامه‌ها) گردآورده است (هرچند همه آن‌ها نامه نیست) ۲۵ نامه تماماً موعظه است و یا متضمن جمله‌هایی در نصیحت و اندرز و موعظه است، مانند نامه ۳۱ که اندرزنامه آن حضرت است به فرزند عزیزش امام مجتبی (ع) (مطهری، بی‌تا: ۱۹۸).

- عناصر موعظه‌ای در نهج‌البلاغه

عناصر موعظه‌ای نهج‌البلاغه مختلف و متنوع است. تقوا، توکل، صبر، زهد، پرهیز از دنیاپرستی از تنعم و تجمل، پرهیز از هوای نفس، پرهیز از طول امل، پرهیز از ظلم و تبعیض، ترغیب به احسان و محبت و دستگیری از مظلومان و حمایت از ضعفاء، ترغیب به استقامت و قوت و شجاعت، ترغیب به وحدت و اتفاق و ترک اختلاف، دعوت به عبرت از تاریخ، دعوت به تفکر و تذکر و محاسبه و مراقبه و یادآوری

گذشت سریع عمر، یادآوری مرگ و شداید سكرات و عوالم بعد از مرگ، یادآوری احوال قیامت، از جمله عناصری است که در مواعظ نهج البلاغه بدان‌ها توجه شده است (مطهری، بی‌تا: ۱۹۹) که به‌طور نمونه تقوا را می‌آوریم:

تقوا از رایج‌ترین کلمات نهج البلاغه است. در کمتر کتابی مانند نهج البلاغه بر عنصر تقوا تکیه شده است و در نهج البلاغه به کمتر معنی و مفهومی به‌اندازه تقوا عنایت شده است. تقوا چیست؟ در خطبه ۱۶ تقوا به‌عنوان یک حالت روحی و معنوی که اثرش ضبط و مالکیت نفس است، ذکر شده است، الا و ان الخطایاخیل شمس حمل علیها راکبها و خلعت لجمها فتتحمت فی النار. الا و ان التقوا ذلل حمل علیها راکبها و اعملوا ازمتها فاوردهتم الجنة. همانا خطاها و گناهان و زمام را در اختیار هوای نفس دادن، مانند اسب‌های سرکش و چموشی است که لجام از سر آن‌ها بیرون آورده شده و اختیار از کف سوار بیرون رفته باشد و عاقبت اسب‌ها سوارهای خود را در آتش افکنند و مثل تقوا، مثل مرکب‌های راهوار و مطیع و رام است که مهارشان در دست سوار است و آن مرکب‌ها با آرامش سواره‌های خود را به‌سوی بهشت می‌برند (مطهری، بی‌تا: ۲۰۳).

– تفاوت موعظه با حکمت

تفاوت موعظه با حکمت در این است که حکمت تعلیم است و موعظه تذکر. حکمت برای آگاهی است و موعظه برای بیداری. حکمت مبارزه با جهل است و موعظه مبارزه با غفلت. سروکار حکمت با عقل و فکر است و سروکار موعظه با دل و عاطفه. حکمت یاد می‌دهد و موعظه یادآوری می‌کند. از این‌رو، شخصیت‌گوینده در موعظه نقش اساسی دارد برخلاف حکمت (مطهری، ۱۹۳).

۲-۲-۳- خطابه

خطابه فنی است که به‌اندازه ممکن عهده‌دار قانع کردن مردم است درباره موضوعی که در نظر باشد، مردم آن را تصدیق کنند خطابه در اقناع از غیر خود موفق‌تر است و فایده آن بیان مصالح جزئی است و گاهی بیانگر قوانین کلی برای مصالح جزئی است مانند عقاید الهی و قوانین عملی. عقاید الهی نسبت به قوانین عملی کلی است (شرح ابن‌میثم، ج ۱: ۱۵۵).

منظور اصلی از خطابه، اقناع مستمع و ایجاد ظنی غالب در شنونده است در حالی که خطیب وارد استدلال عقلی و منطقی نمی‌شود به این منظور سخن خطیب نیازمند آرایش است و برای این منظور بایستی دقت کامل نمود و شرایطی را مراعات کرد که هر چه بیشتر کلام مؤثرتر واقع شده و استدلال تحت‌الشعاع قرار گیرد و این شرایط را بنام توابع خطابه و از آن به (تزئینات) نیز تعبیر شده است. از قبیل اینکه الفاظ خطابه روان و دلپذیر و متین باشد و غریب و رکیک نباشد و رعایت ترتیب سخن شده باشد و دارای حسن مطلع و مقطع باشد و خطیب فصیح و بلیغ باشد و به فنون معانی و بیان بدیع آشنایی کامل داشته باشد (سپهرخراسانی، ج ۱: ۲۸).

مفهوم لغوی خطابه، ایراد سخن در برابر فرد یا جمع است. بنابراین، حضور افرادی به‌عنوان شنونده در مجلس خطابه ضروری است (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۰۷). در اصطلاح به‌طور کلی به سخنانی که دارای اصول و قواعد ویژه‌ای بوده و در تنظیم آن‌ها، ذوق و سلیقه خاصی به کار می‌رود و در مجالس عمومی برای ایجاد انگیزه نسبت به یک عمل ایراد می‌شود، خطابه اطلاق می‌گردد (همان). خطابه موضوع عینی ندارد زیرا عامه مردم بعضی از موضوعات را از بعضی دیگر تشخیص نمی‌دهند، چون اختصاص سخن به موضوع معینی بر مقدماتی استوار است و مردم آن مقدمات را نمی‌دانند. خطابه ذاتاً به جزئیات نظر دارد ولی نه جزئیات معینی، بلکه هدف خطابه قانع کردن در هر موضوع جزئی می‌باشد (شرح ابن‌میثم، ج ۱: ۱۵۷).

زمینه موضوع بیان خطیبان هم جنبه‌ی مذهبی و هم سیاسی دارد و به‌تناسب مقتضیات و نیازهای زمانه، رنگ سیاسی، اجتماعی و مذهبی آن تغییر می‌کند. خطابه از معتبرترین و کارآمدترین شیوه‌های ارتباطی است که خطابه را صنعتی می‌دانند که به‌وسیله آن بتوان در هر امری از امور جزئی، دیگران را در حد امکان اقناع کرد. بدین ترتیب، اقناع که یکی از مفاهیم و هدف‌های مهم ارتباطات نوین است از آغاز در خطابه جایگاهی ویژه داشته است (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۰۸).

در خطبه‌های امام علی(ع)، انواع مباحث فکری، عملی، عقیدتی و... به‌چشم می‌خورد که با نظم و ترتیب شگفت‌آوری، سازمان‌یافته و جداً از عهده بشر عادی خارج است (دشتی، ۱۳۶۸: ۱۴۱/۱).

– خطابه در نهج البلاغه

نهج البلاغه امیرالمؤمنین(ع) در خطابه این‌چنین است. در سیاست، اقتصاد، در فرهنگ اسلامی، در امور اجتماعی و رسیدگی به حقوق مستضعفان، در ضربه زدن به مستکبران و در بیدار کردن خفته‌ها و حرکت دادن اراده‌ها و باور کردن اندیشه‌ها، آن‌چنان سخن ادا می‌شود که مخاطب با تمام قوا به حرکت درمی‌آید (خزعلی، ۱۳۶۴: ۷۰).

خطابه چنین بیانی است و نهج البلاغه سهمی بزرگ و خلاق در این‌باره دارد. بزرگان سخن و امراء بیان از زمانی که به این مشرب وسیع و آب‌شخور بسیار زلال و شفاف‌بخش و آرامش‌بخش رسیدند به عجز خود اعتراف کردند و گفتند این کلام فروتر از کلام خالق و فراتر از کلام مخلوق است و چون کلام علی(ع) نخواهیم یافت. خطبه ۱۸۴ (خطبه همام) را بخوانید. همام یکی از دست‌پروردگان حضرت علی(ع) است. اصرار می‌کند که اوصاف متقین را برای من بیان کن. آن حضرت با کلامی کوتاه "ان الله مع الذين اتقوا و الذين هم محسنون" (نحل/۱۲۸) اجابت دعوت او را فرمود؛ اما همام آن حضرت را باب مدینه علم و ینبوع فضایل و مفسر قرآن و حقایق را در سینه او مخزون می‌داند، لذا اصرار می‌کند که حضرت بیشتر سخن بگوید؛ لذا آن حضرت حدود صدوچند صفت از صفات پرهیزگاران را بیان می‌فرماید. این بیانات وقتی به گوش همام می‌رسد از گوش به هوش و از هوش به بیهوشی و فراغ روح از بدن می‌رسد. حضرت می‌فرماید: مواظب بالغه این‌چنین با اهل آن می‌کند (خزعلی، ۱۳۶۴: ۷۴).

همچنین خطابه‌های مهیج امیرالمؤمنین(ع) در موقعی ایراد شده که احساسات باید برافروخته شود و طوفانی به وجود آید و بنیادی ظالمانه برکنده شود. آن چنان که در صفین در آغاز برخورد معاویه خطابه‌ای مهیج و آتشین ایراد کردند.

معاویه و سپاهیان پیش‌دستی کرده بودند و شریعه را گرفته بودند و کار آب را بر امیرالمؤمنین(ع) و یارانش دشوار ساخته بودند. امیرالمؤمنین(ع) کوشش داشت که حتی الامکان از برخورد نظامی پرهیز کند و می‌خواست از طریق مذاکره به حل مشکلی که معاویه برای مسلمین ایجاد کرده بود، بپردازد؛ اما معاویه که سودایی دیگر در سر داشت، فرصت را غنیمت شمرد و تصاحب شریعه را موفقیتی برای خود تلقی کرد و از هر مذاکره‌ای خودداری نمود. کار بر یاران علی سخت شد، این‌جا بود که می‌بایست با یک خطابه حماسی آتشین طوفانی ایجاد کرد و با یک یورش دشمن را به عقب راند. شام نشده شریعه در اختیار یاران علی(ع) قرار گرفت و یاران معاویه به عقب رانده شدند (مطهری، ۱۹۷).

قَدْ اسْتَطَعُمُوكُمُ الْقِتَالَ - فَأَقْرُوا عَلَيَّ مَذَلَّةً وَ تَأْخِيرَ مَحَلَّةً - أَوْ رَوْوا السُّيُوفَ مِنَ الدِّمَاءِ تَرَوُوا مِنَ الْمَاءِ - فَالْمَوْتُ فِي حَيَاتِكُمْ مَقْهُورِينَ - وَ الْحَيَاةُ فِي مَوْتِكُمْ قَاهِرِينَ - أَلَا وَ إِنَّا مُعَاوِيَةَ قَادَ لُمَةً مِنَ الْغَوَاةِ - وَ عَسَّ عَلَيْهِمُ الْخَبْرَ - حَتَّى جَعَلُوا نُحُورَهُمْ أَعْرَاضَ الْمَنِيَّةِ (شامیان با بستن آب شما را به پیکار دعوت کردند. اکنون بر سر دو راهی قرار دارید: یا به ذلت و خواری بر جای خود بنشینید و یا شمشیرها را از خون آن‌ها سیراب سازید تا از آب سیراب شوید. پس بدانید که مرگ در زندگی توأم با شکست و زندگی جاویدان در مرگ پیروزمندانه شماس. آگاه باشید معاویه گروهی از گمراهان را همراه آورده و حقیقت را از آنان می‌پوشاند تا کورکورانه گلوهایشان را آماج تیر و شمشیر کنند) (خطبه ۵۱/ نهج البلاغه صبحی صالح: ۷۹).

- تفاوت خطابه با موعظه

خطابه با موعظه تفاوت دارد. سروکار موعظه نیز با احساسات است اما خطابه برای تهییج و بی‌تاب کردن احساسات است و موعظه برای رام ساختن و تحت تسلط درآوردن. خطابه آن‌جا به کار آید که احساسات نمود و راکد است و موعظه آن‌جا ضرورت پیدا می‌کند که شهوات و احساسات خودسرانه عمل می‌کنند. خطابه و موعظه هر دو ضروری و لازم است در نهج البلاغه از هر دو استفاده شده است. مسأله عمده موقع‌شناسی است که هر کدام در جای خود و به موقع مورد استفاده واقع شوند (مطهری، ۱۹۴).

۲-۳- ضابطه‌های اقناع در نهج البلاغه

تفکر یک عمل خلاق و سازنده انسانی است که می‌تواند به حل بسیاری از مشکلات ذهنی و عینی جامعه کمک کند. قرآن کریم حتی هدف از بعثت پیامبران را اشاعه اندیشه و تفکر می‌داند. البته مشخص است که منظور از تفکری که نتیجه ابلاغ رسالت پیامبر است، تفکری که امروز در نظامات اجرائی و صنعتی جهان در نظر گرفته می‌شود، نیست. ولی اساساً ارزش تفکر و نقش تفکر در هر نوع تکامل و ترقی باید همواره مورد توجه باشد. پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: یک ساعت فکر کردن از هفتاد سال عبادت کردن

برتر است؛ و قرآن کریم می‌فرماید: و انزلنا الیک الذکر لتبین للناس ما نزل الیهیم و لعلهم یتفکرون (نحل/۴۴) (زورق، ۱۳۶۸: ۳۲۳).

۲-۳-۱- آزاداندیشی و انتخاب قول احسن

اصل آزاداندیشی و ضرورت تقابل اندیشه‌ها یک اصل مهم تبلیغاتی است. در تبلیغات اسلامی هدف وجود آزاداندیشی نیست بلکه خود آزاداندیشی هدف است. قرآن کریم می‌فرماید: فیشّر عباد الذین یستمعون القول فیتبعون احسنه اولئک الذین هدیهم الله و اولئک هم الالباب (زمر/۱۸). در این آیه انتخاب قول احسن و عمل به آن از صفات خردمندان شمرده شده است. بی‌تردید جریان تبلیغات باید به گونه‌ای باشد که به طرح کلیه اقوال و انتخاب قول احسن کمک کند (زورق، ۱۳۶۸: ۲۳۴-۲۳۵).

با توجه به بررسی واژگان مرتبط با اقناع در نهج البلاغه و نیز با توجه به نگاه امام علی(ع) در مورد آزادی اندیشه و استقلال رأی، جواز اقناع اندیشه در نهج البلاغه استنباط می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت که نخستین ضابطه درباره‌ی اقناع مخاطب از دیدگاه امام علی(ع) در نهج البلاغه، آزادی اندیشی و استقلال رأی است که حضرت در خطبه ۱۷۰ نهج البلاغه آمده است. در آستانه جنگ بصره در سال ۳۶ هجری گروهی از اعراب کلب جرمی را جهت آگاهی از حقیقت و دانستن علل مبارزه امام با ناکثین به نمایندگی نزد حضرت علی(ع) فرستادند. امام به گونه‌ای با آن شخص صحبت فرمود که حقیقت را دریافت. آنگاه به او فرمود: بیعت کن، وی گفت: من نماینده گروهی هستم و قبل از مراجعه به آنان به هیچ کاری اقدام نمی‌کنم. امام فرمود: اُ رایتَ لَو أنَّ الذینَ وَرَأَئکَ بَعَثُوا رَأِئِدًا تَبْتَغِی لَهم مَسَاقِطَ الغِیثِ، فَرَجَعْتَ إلیهم و أَخْبَرْتَهُم عَنِ الکَلَاءِ و المَاءِ، فَخَالَفُوا إلی المَعَاظِ و المَجَادِبِ، ما کنتَ صانعاً؟ قال: کنتُ تارِکَهُم و مُخَالَفَهُم إلی الکَلَاءِ و المَاءِ. فقال(ع): فامدّد إذا یدک. اگر آن‌ها تو را می‌فرستادند که محل ریزش باران را بیابی سپس به سوی آنان باز می‌گشتی و از گیاه و آب خبر می‌دادی، اگر مخالفت می‌کردند و به سرزمین‌های خشک و بی‌آب روی می‌آوردند تو چه می‌کردی؟ گفت آن‌ها را رها می‌کردم و به سوی آب و گیاه می‌رفتم. امام فرمود: پس دست را برای بیعت کردن بگشای (دستی، ۲۳۲).

۲-۳-۲- هدف‌داری

دومین ضابطه اقناع را می‌توان از این نظریه به‌دست آورد که نهج البلاغه اهداف سیاسی، اجتماعی، عقیدتی، انسانی، نظامی، اقتصادی بشر را به‌طور مشروح بیان می‌دارد؛ انسان مسلح را از تجاوز بر حذر می‌دارد و در راه دفاع از استقلال و آزادی او را تشویق و ترغیب می‌کند و می‌فرماید: انسان باید با همه امکانات و ابزار و آمادگی در خدمت محرومان و مظلومان باشد و در خط ایثار و فداکاری قرار بگیرد.

خطبه‌های سخنوران عرب قبل از امام علی(ع) از یک هدف‌داری ارزنده‌ای برخوردار نبودند، گاهی رنگ ناسیونالیستی و زمانی بوی فساد زدگی می‌داد و در خط زن و شهوت، می و میگساری و مدح خلفا و فخرفروشی‌های جاهلی بود که به سمت ارزش‌های اخلاقی و معنوی حرکت نمی‌کرد، اما با ظهور و طلوع گل‌واژه‌های نهج البلاغه از لبان نورانی امام(ع) و جوشش دوباره‌ی وحی از چشمه‌سار زلال علوم علوی،

سخنوران وابسته و بی‌هدف عرب به خود آمدند و راه و رسم سخنوری را از مولا آموختند که تحولی نوین در جامعه اسلامی پدید آمد؛ زیرا خطبه‌های نهج‌البلاغه، چون قرآن کریم ارزشمند و متکامل بود و برای رشد و کمال انسان مطرح می‌گردید و هرگونه علقه و علاقه و وابستگی را مردود می‌شمرد و جان و جهان را رنگ الهی می‌زد و دردها و درمان‌ها را یکجا می‌شناساند و علل بیماری‌های بشر را با نظر تیزبین روانکاوانه می‌کاوید و رهنمودهای اساسی را مطرح می‌نمود که خود فرمود: *ينحدرُ عن السيلِ و لا يراقى الى الطيرِ* (سپل‌های آب روان و چشمه‌های علم و فضیلت از دامن کوهسار وجود من جاری است. مرغان دور پرواز اندیشه‌ها به افکار بلند و ارزش‌های والای من راه نخواهد یافت (خطبه ۳)) (دشتی، ۱۳۶۸: ۱۴۲/۱).

امام علی(ع) در نهج‌البلاغه هدف‌داری کل نظام و هدف‌داری انسان را کاملاً به بحث و بررسی می‌گذارد و اهداف عالی ارزنده بشریت را از دیدگاه وحی بیان می‌دارد آن‌گونه که انسان پس از مطالعه نهج‌البلاغه، مثبت فکر می‌کند، جهت حرکت خود را نورانی می‌نگرد و اهداف ارزنده آفرینش را به‌درستی می‌شناسد، امیدوار می‌شود و بیماری یأس و پوچی از جان او رخت برمی‌بندد (دشتی، ۱۳۶۷: ۱۳۵).
امام علی(ع) در نهج‌البلاغه ابتداء مکتب صحیح الهی، انسانی را معرفی می‌کند و فوائد و آثار آن را بیان می‌دارد و با استدلال و برهان، مکتب حق و درست را به اثبات می‌رساند و سپس انسان را با همه علوم و فنون و امکانات مدرن در چهارچوب مکتب کامل انسان به‌طرف خدا و ارزش‌های اخلاقی و انسانی، الهی سوق می‌دهد (همان، ۱۳۶).

امام علی(ع) چون پدری دلسوز و مهربان دست انسان را می‌گیرد و اهداف عالی الهی را در آفرینش انسان بیان می‌دارد و عوامل رشد و کمال را یک‌یک با دلیل و برهان بازگو می‌کند و موانع رشد انسان را با ذکر رم‌آورد تلخ و نکت بارشان به‌روشنی توضیح می‌دهد تا انسان در تنهایی و نادانی طعمه هوس‌ها و طغیان غرایز نشود (همان، ۱۳۷).

– تأکید بر هدف‌داری نظام هستی

امام علی(ع) در نهج‌البلاغه بر تأکید بر هدف‌داری نظام هستی می‌فرماید: پس ای بندگان خدا همسو با حکمت آفرینش انسان تقوای الهی پیشه کنید و با درک ژرفای اخطارهای الهی – آن‌جا که از خویشتن خویشش هشدارتان داشته است – بر خود ترسید و باایمان به صدق وعده‌های قاطع پروردگار و ترس از معاد، خود را سزاوار وعده‌هایی سازید که برایتان تدارک دیده است.

أَنْشَأَ الْخُلُقَ إِتْشَاءً وَ اِبْتِدَاءً اِبْتِدَاءً – بَلَا رَوِيَّةَ اَجَالِهَا وَ لَا تَجْرِيَةَ اسْتِنَادِهَا – وَ لَا حَرَكَهَ اُحْدِثَهَا وَ لَا هَمَامَةَ نَفْسٍ اضْطَرَبَ فِيهَا – اَحَالَ الْاَشْيَاءَ لِاَوْقَاتِهَا وَ لَأَمِّ بَيْنَ مُخْتَلِفَاتِهَا – وَ عَرَزَ غَرَائِزَهَا وَ اَلْزَمَهَا اَشْبَاحَهَا – عَالِمًا بِهَا قَبْلَ اِبْتِدَائِهَا – مُحِيطًا بِحُدُودِهَا وَ اَنْتِهَائِهَا عَارِفًا بِقَرَائِنِهَا وَ اَحْوَالِهَا: ثُمَّ اَنْشَأَ سُبْحَانَهُ فَتَقَّ الْاَجْوَاءَ – وَ شَقَّ الْاُرْجَاءَ وَ سَكَنِكَ الْهَوَاءَ – فَأَجْرَى فِيهَا مَاءً مُتَلَاطِمًا تَيَّارُهُ – مُتْرَاكِمًا زَخَّارُهُ حَمَلُهُ عَلَى مَتْنِ الرِّيحِ الْعَاصِفَةِ (خطبه ۱).

تمامی آفریدگانش را به گونه‌ای خلل‌ناپذیر به رشته محکم تقدیر کشید و با لطفی تمام به نظمشان در آورد و به سوی کمالی سزاوار سمت‌شان داد. چنان‌که از محدوده‌ای معین فراتر نروند و تا رسیدن به سرانجام دچار قصور نشوند و چون در جهت اراده و فرمان او به‌پیش رانده شوند، احساس دشواری نکنند. جز این چه انتظاری می‌توان داشت؛ زیرا که جریان‌های هستی همه صادر از مشیت و حراست اویند که اشیای گوناگون را پدید آورده است بی‌نیاز از کاوش اندیشه‌ای که بدان رجوع کند یا جوشش غریزه‌ای که در نهان داشته باشد یا تجربه‌ای که از رویدادهای روزگاران روییده باشد یا در نوآفرینی چیزهای شگفت، کسی یاریش کرده باشد. پس آفرینش تنها بافرمان او آغاز شد و انجام پذیرفت و طاعتش را گردن نهاد و پذیرای دعوتش شد بی‌آنکه دستگاه پروردگارش به کاهلی، کندروی یا درنگ و بهانه‌جویی دچار گردد. بدین‌سان کژی‌های اشیاء راه، راست و مرزهایشان را روشن ساخت. میان پدیده‌های متضاد سازش پدید آورد. اسباب نزدیکی‌شان را فراهم ساخت و جنس‌های گوناگون را در حدود، اندازه، غرایز، شکل‌ها، متمایز کرد. آفریدگانی نوبه نو که ساختارشان را استحکام بخشیده است و به اراده خویش آنان را سرشته است و پدیدشان آورده است (معاذی‌خواه، ۱۳۷۲: ۱۳۹).

– هدف‌داری انسان و ضرورت تقوا

امام علی(ع) تقریباً در سراسر نهج‌البلاغه به تقوا و ضرورت آن اشاره کرده‌اند و بر هدف‌دار بودن انسان و این که انسان بیهوده خلق نشده، تأکید داشتند.

امام علی(ع) فرمودند: (نقل کرده‌اند که امام(ع) کمتر بر منبری می‌نشست که پیش از سخن این عبارت را نگوید؟): **أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا اللَّهَ - فَمَا خَلِقَ أَمْرًا عَبَثًا فَيَلْهُو - وَلَا تَرَكَ سُدًى فَيَلْغُو - وَمَا دُنِيَاهُ الَّتِي تَحَسَّنَتْ لَهُ بِخَلْفٍ - مِنَ الْآخِرَةِ الَّتِي قَبَّحَهَا سُوءُ النَّظَرِ عِنْدَهُ - وَمَا الْمَعْرُورُ الَّذِي ظَفِرَ مِنَ الدُّنْيَا بِأَعْلَى هِمَّتِهِ - كَالْآخِرِ الَّذِي ظَفِرَ مِنَ الْآخِرَةِ بِأَذْنَى سُهُمَّتِهِ.** (ای مردم از خدا بترسید، هیچ کس بیهوده آفریده نشده تا به بازی پردازد و او را به حال خود وانگذاشته‌اند تا خود را سرگرم کارهایی ارزش‌نماید و دنیایی که در دیده‌ها زیباست، جایگزین آخرتی نشود که آن را زشت می‌انگارد و مغروری که در دنیا به بالاترین مقام رسیده است (رضی، حکمت ۳۷۰).

۲-۳-۳- صداقت و راستی

از دیگر ضابطه‌های اقناع عدم توسل به دروغ و فریب برای اقناع اذهان عمومی است. امام علی(ع) همواره بر اصل راستی و درستی تأکید داشتند و هرگونه دروغ و فریب را مورد مذمت قرار داده‌اند. امام(ع) خود جلوه‌گر تمام عیار راستی و درستی بود. آن حضرت در خطبه‌ای که پس از بیعت با مردم خود در مدینه ایراد کرد، فرمود: **ذِمَّتِي بِمَا أَقُولُ رَهِينَةً وَ أَنَا بِهِ زَعِيمٌ - إِنَّ مَنْ صَرَّحَتْ لَهُ الْعَبْرُ عَمَّا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْمَثَلَاتِ - حَجَزَتْهُ النَّقْوَى عَنْ تَقَحُّمِ الشُّبُهَاتِ - أَلَا وَ إِنَّ بَلِيَّتَكُمْ قَدْ عَادَتْ كَهَيْئَتِهَا يَوْمَ بَعَثَ اللَّهُ نَبِيَّهُ - ص وَ الَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ لِيَتَّبِلُنَّ بَلْبَلَةً - وَ لِيَتَّعِبُوا غَرْبَلَةً وَ لِيُسَاطِنَ سَوَاطِنَ الْقَدْرِ - حَتَّى يَعُودَ أَسْفَلُكُمْ أَعْلَاكُمْ وَ أَعْلَاكُمْ أَسْفَلَكُمْ -**

وَلَيْسِبِقَنَّ سَابِقُونَ كَانُوا قَصْرًا - وَ لِيَقْصِرَنَّ سَبَاقُونَ كَانُوا سَبْقًا - وَ اللَّهُ مَا كَتَمْتُ وَ شَمَّةٌ وَ لَا كَذَبْتُ كِذْبَةً (خطبه ۱۶)؛ آن چه می‌گوییم به عهده می‌گیرم و خود به آن پای بندم، کسی که عبرت‌ها برای او آشکار شود و از عذاب آن پند گیرد، تقوا و خویشتن‌داری او را از سقوط در شبهات نگه می‌دارد. آگاه باشید، تیره-روزی‌ها و آزمایش‌ها، همانند زمان بعثت پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم بار دیگر به شما روی آورد. سوگند به خدایی که پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم را به حق مبعوث کرد، سخت آزمایش می‌شوید، چون دانه‌ای که در غربال ریزند، یا غذایی که در دیگ گذارند به هم خواهید ریخت، زیرورو خواهید شد تا آن که پایین به بالا و بالا به پایین رود، آنان که سابقه‌ای در اسلام داشتند و تاکنون منزوی بودند، بر سرکار می‌آیند و آن‌ها که به ناحق، پیشی گرفتند، عقب زده خواهند شد. به خدا سوگند، کلمه‌ای از حق را نپوشاندم، هیچ‌گاه دروغی نگفتم.

- صداقت و راستی در سیاست

فریب‌کاری و دروغ‌گویی کالای رایج بازار سیاست‌های غیراخلاقی است. حيله‌گری دروغ‌پردازی اساسی سیاست شمرده می‌شود. در اندیشه سیاسی امام علی(ع) سیاست مبتنی بر دروغ و فریب، سیاستی جاهلی و غیرانسانی است. امیر مؤمنان(ع) در توصیف منطق سیاسی عمروبن عاص و همه آنان که بر این راه و رسم‌اند، فرموده است: **أَمَا وَ شَرُّ الْقَوْلِ الْكُذْبُ إِنَّهُ لَيَقُولُ فَيَكْذِبُ وَ يَعِدُ فَيُخْلَفُ - وَ يُسْأَلُ فَيُبْخَلُ وَ يُسْأَلُ فَيُلْحَفُ** (خطبه ۸۴)؛ مردم آگاه باشید بدترین گفتار دروغ است. عمروعاص سخن می‌گوید، پس دروغ می‌بندد، وعده می‌دهد و خلاف آن مرتکب می‌شود.

و اما درباره‌ی سیاست معاویه: **وَ اللَّهُ مَا مُعَاوِيَةُ بِأَذَى مِنِّي وَ لَكِنَّهُ يَغْدِرُ وَ يَفْجُرُ** (خطبه ۲۰۰) سوگند به خدا، معاویه از من سیاست‌مدارتر نیست، اما معاویه حيله‌گر و جنایت‌کار است. در منطق سیاسی علی(ع) هیچ چیز چون راستی و درستی، وفاداری و پروا پیشگی، استوارکننده و نجات‌بخش نیست: **أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ الْوَفَاءَ تَوْأَمُ الصِّدْقِ وَ لَا أَعْلَمُ جُنَّةً أَوْقَى مِنْهُ - وَ مَا يَغْدِرُ مِنْ عِلْمٍ كَيْفَ الْمَرْجِعِ - وَ لَقَدْ أَصْبَحْنَا فِي زَمَانٍ قَدِ اتَّخَذَ أَكْثَرُ أَهْلِ الْعَدْرِ كَيْسًا - وَ نَسَبَهُمْ أَهْلُ الْجَهْلِ فِيهِ إِلَى حُسْنِ الْحِيلَةِ** (خطبه ۴۱)؛ ای مردم وفا همراه راستی است، که سپری محکم‌تر و نگهدارنده‌تر از آن سراغ ندارم. آن کس که از بازگشت خود به قیامت آگاه باشد خیانت و نیرنگ ندارد؛ اما امروز در محیط و زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که بیشتر مردم حيله و نیرنگ را، زیرکی می‌پندارند و افراد جاهل آنان را اهل تدبیر می‌خوانند.

در اندیشه سیاسی علی(ع) راستی و درستی از لوازم جدایی‌ناپذیر سیاست است. **يُصَدِّقُ رَأْيِدُ أَهْلِهِ - وَ لِيَجْمَعَ شَمْلَهُ - وَ لِيُخْضِرَ ذَهَنَهُ** (خطبه ۱۰۸)؛ پیشوای قوم باید با مردم خود به راستی سخن گوید و پراکندگی را به جمعیت کشاند و ذهن خود را آمده پذیرش گرداند (دلشاد تهرانی، ۱۳۸۵: ۱۰۷-۱۰۸).

۳. تأثیر اقناع

علامه شهید مطهری در کتاب ارزنده سیری در نهج البلاغه می‌نویسد: سخنان امیرالمؤمنین (ع) از دیرباز همواره با دو امتیاز همراه بوده و با این دو امتیاز شناخته می‌شده است، یکی فصاحت و بلاغت و دیگری چندجانبه و چندبعدی بوده آن‌ها. علامه شهید در ادامه سخنان خود می‌افزاید: سخنان علی (ع) دو امتیاز دیگر نیز دارد: یکی زیبایی و دیگری تأثیر و نفوذ در جان‌ها. راجع به شیوایی و زیبایی سخن آن حضرت همین بس که یاران سخنور او و سخن شناسان پیش از او تا عصر حاضر همه به عظمت و زیبایی آن اعتراف می‌کنند. خطبه‌های نهج البلاغه پس از نزدیک به چهار قرن از زمان امام علی (ع) برای شنونده همان لطف و حلاوت و گیرایی را دارد که برای مردم روزگار خود آن بزرگوار داشته است (شفیعی، ۱۳۷۹: ۶).

و اما درباره مزیت دوم، یعنی تأثیر و نفوذ سخنان علی (ع) در دل‌ها، همین بس که مواعظ آن حضرت دل‌ها را می‌لرزانید و اشک‌ها را از دیده‌ها سرازیر می‌ساخت و اکنون نیز با دل‌های مستعد چنین می‌کند. سید رضی پس از نقل خطبه غراء می‌گوید: وقتی علی (ع) این خطبه را ایراد فرمود، بدن‌ها لرزید. اشک‌ها جاری گشت و دل‌ها به تپش افتاد. نمونه دیگر تأثیر فوق‌العاده سخنان علی (ع) در جان‌های مستعد، خطبه همام است که در پاسخ به همام بن شریح در شرح سیمای کاملی از پارسایان ایراد فرمود. این خطبه چنان همام را تحت تأثیر قرارداد که در پایان آن همام قالب تهی کرد و جان به جانان سپرد (همان، ۷).

فَالْمُتَّقُونَ فِيهَا هُمْ أَهْلُ الْفَضَائِلِ - مَنْطِقُهُمُ الصَّوَابُ وَ مَلْبَسُهُمُ الْإِقْتِصَادُ وَ مَشِيئُهُمُ التَّوَاضُعُ - غَضُوا أَبْصَارَهُمْ عَمَّا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ - وَ وَقَفُوا أَسْمَاعَهُمْ عَلَى الْعِلْمِ النَّافِعِ لَهُمْ - نَزَلَتْ أَنْفُسُهُمْ مِنْهُمْ فِي الْبَلَاءِ - كَأَنِّي نَزَلْتُ فِي الرَّخَاءِ - وَ لَوْ لَأُجْلُ الَّذِي كَتَبَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ - لَمْ تَسْتَقِرَّ أَرْوَاحُهُمْ فِي أَجْسَادِهِمْ طَرْفَةَ عَيْنٍ - شَوْقًا إِلَى الثَّوَابِ وَ خَوْفًا مِنَ الْعِقَابِ - عَظَّمَ الْخَالِقُ فِي أَنْفُسِهِمْ فَصَعَرَ مَا دُونَهُ فِي أَعْيُنِهِمْ - فَهُمْ وَ الْجَنَّةُ كَمَنْ قَدْ رَأَاهَا فَهُمْ فِيهَا مُنْعَمُونَ - وَ هُمْ وَ النَّارُ كَمَنْ قَدْ رَأَاهَا فَهُمْ فِيهَا مُعَذِّبُونَ - قُلُوبُهُمْ مَحْزُونَةٌ وَ شُرُورُهُمْ مَأْمُونَةٌ - وَ أَجْسَادُهُمْ نَحِيفَةٌ وَ حَاجَاتُهُمْ حَفِيفَةٌ وَ أَنْفُسُهُمْ عَفِيفَةٌ - صَبَرُوا أَيَّامًا قَصِيرَةً أَعْقَبَتْهُمْ رَاحَةً طَوِيلَةً - تِجَارَةٌ مُرْبِحَةٌ يَسْرَهَا لَهُمْ رَبُّهُمْ - أَرَادَتْهُمْ الدُّنْيَا فَلَمْ يَرِيدُواهَا - وَ أَسْرَتْهُمْ فَفَدَوْا أَنْفُسَهُمْ مِنْهَا -

اما پرهیزکاران در دنیا دارای فضیلت‌های برترند، سخنانشان راست، پوشش آنان میانه‌روی و راه رفتنشان با تواضع و فروتنی است، چشمان خود را بر آن چه خدا حرام کرده می‌پوشانند و گوش‌های خود را وقف دانش سودمند کرده‌اند و در روزگار سختی و گشایش، حالشان یکسان است و اگر نبود مرگی که خدا بر آنان مقدر فرموده، روح آنان حتی به اندازه بر هم زدن چشم، در بدن‌ها قرار نمی‌گرفت، از شوق دیدار بهشت و از ترس عذاب جهنم، خدا در جانشان بزرگ و دیگران کوچک مقدارند، بهشت برای آنان چنان است که گویی آن را دیده و در نعمت‌های آن به سر می‌برند و جهنم را چنان باور دارند که گویی آن را دیده و در عذابش گرفتارند. دل‌های پرهیزکاران اندوهگین و مردم از آزارشان در امان، تن‌هایشان لاغر و درخواست‌هایشان اندک و

نفسشان عفیف و دامنشان پاک است. در روزگار کوتاه دنیا صبر کرده تا آسایش جاودانه قیامت را به دست آورند: تجارتی پر سود که پروردگارشان فراهم فرموده، دنیا می‌خواست آن‌ها را بفریبد اما عزم دنیا نکردند، می‌خواست آن‌ها را اسیر خود گرداند که با فدا کردن جان، خود را آزاد ساختند (خطبه ۱۹۳، ترجمه نهج البلاغه دشتی: ۲۷۸).

۴. نمونه‌ای از اقناع در کلام علی(ع)

مسافت میان مشرق و مغرب را از آن حضرت سؤال کردند، فرمودند: چندان که خورشید یک روز سیر و گردش کند. یکی از شارحان نهج البلاغه در شرح این سخن می‌نویسد: این پاسخ را جواب اقناعی گویند. یعنی پرسنده را خشنود می‌گرداند و این برای این آن است که فهم پرسنده به درک تحقیق آن نمی‌رسد (رضی؛ اولیائی، ۱۳۷۶: ۷۸۰؛ رضی، فیض الاسلام، ۱۳۷۹، ج ۱: ۱۲۳۹).

و آن حضرت عدول فرمود از جواب برهانی به جواب اقناعی به جهت عدم رتبه سائل به تفهیم آن و صاحب معارج آورده است که مساحت کرده‌اند هندسیین عرصه ارض را و تقدیر نموده‌اند آن را بیست و چهار هزار میل و تقدیر قطر آن کرده‌اند به هفت هزار و شش صد و سی میل. (رضی؛ کاشانی، ۱۳۷۸، ج ۲: ۷۵۴). آن شخص پرسش خود را در حضور عامه مردم طرح کرده است و اگر حضرت به‌عنوان مثال می‌فرمود هزار فرسنگ، پرسش‌کننده حق داشت از آن حضرت دلیلی بخواهد و اقامه دلیل در این مورد دشوار است. برفرض آوردن دلیل، درک آن برای شنونده دشوار است و برفرض که پرسش‌کننده بفهمد عامه مردم آن را درک نمی‌کنند و در آن باره بگویم و گویم صورت می‌گیرد و فتنه برمی‌خیزد. بدین سبب پاسخ اجمالی و اقناعی فرمود و پرسش‌کننده را قانع و شنوندگان را راضی ساخته است و همگان آن را پذیرفته‌اند و این از نتایج حکمت آن حضرت است (ابن‌ابی‌الحدید؛ مهدوی دامغانی، ۱۳۷۵، ج ۸: ۸۵).

نتیجه‌گیری

اگرچه مسأله اقناع، به‌صورت مستقیم در منابع دینی وجود ندارد اما به‌صورت گذرا و غیرمستقیم به آن اشاره شده است. از مطالعه و بررسی مجموع خطبه‌ها و حکمت‌ها و نامه‌های امام علی(ع) در نهج البلاغه می‌توان چنین نتیجه گرفت که ایشان از روش‌های مختلفی طی مراحل گوناگون، برای قانع ساختن مخاطب خویش استفاده کرده‌اند. تبلیغ که یکی از روش‌های مهم اقناع است، در سخنان امیرالمؤمنین(ع) به‌طور گسترده به آن پرداخته شده است. حکمت نیز به‌عنوان یکی از شیوه‌های اقناع در نهج البلاغه مطرح شده است. امام علی(ع) گاهی نیز از برهان برای پذیرش و اثبات یک مطلب در ذهن شنوندگان و مخاطبان بهره برده‌اند. موعظه و خطابه از شیوه‌های کهن تبلیغات بوده‌اند که در نهج البلاغه به‌طور فراوان برای ترغیب و متقاعدسازی مخاطبان از آن‌ها استفاده شده است. امام(ع) در ارائه سخنان خویش بر معیارها

و ضابطه‌هایی از جمله: اصل آزادی اندیشه و استقلال رأی نهایت تأکید را داشتند و هیچ‌گاه، هیچ مطلبی را با زور و جبر به مخاطب خویش تحمیل نمی‌کردند و در سراسر نهج‌البلاغه شاهد هستیم که بر هدف‌داری نظام آفرینش و انسان کاملاً توجه داشتند و همواره آن را به بحث و بررسی گذاشته‌اند و اهداف بشریت را از دیدگاه وحی بیان فرموده‌اند. همچنین امام(ع) در فرایند اقتناع بر اصل صدق و راستی تأکید فراوان داشتند و همواره از دروغ و فریب‌کاری نهی می‌کردند.

خطابه‌ها و موعظه‌های امام(ع) در مواقعی ایراد شده‌اند که بالاترین تأثیر را بر مخاطب داشته و آن‌چنان احساسات مخاطب تحریک می‌شد که فریاد می‌کشید و اشک می‌ریخت. بنابراین، همه بزرگان سخن از جمله: ابن‌ابی‌الحدید معتزلی در شرح نهج‌البلاغه و جورج جرداق در کتاب «الامام علی صوت العدالة الانسانیة» گفته‌اند که کلامی فروتر از کلام خالق و فراتر از کلام مخلوق است.

منابع

- قرآن کریم
- نهج البلاغه (نسخه صبحی صالح).
- ابن ابی الحدید، عزالدین ابو حامد (۱۳۷۵)، *جلوه تاریخ در شرح نهج البلاغه ابن ابی الحدید*، ج ۱، ترجمه محمود مهدوی دامغانی، تهران: نشر نی.
- ابن منظور، جمال الدین محمد بن مکرم (بی تا)، *لسان العرب*، ج ۱۳، بیروت: انتشارات دارالفکر.
- اثباتی، بهروز (۱۳۸۹ ش)، *آشنایی با روش های تبلیغی*، چاپ اول، نشر ساقی، تهران: ایران.
- اسدی، علی (۱۳۷۱)، *افکار عمومی و ارتباطات*، تهران: انتشارات سروش.
- اولیایی، سیدنبی الدین (۱۳۷۶)، *ترجمه نهج البلاغه (اولیایی)*، تهران: انتشارات زرین.
- بحرانی، میثم بن علی بن میثم (۱۳۶۰)، *شرح نهج البلاغه (ابن میثم)*، ترجمه قربانعلی محمدی مقدم، علی اصغر نوایی - یحیی زاده، ج ۱، بی جا.
- بحرانی، میثم بن علی بن میثم (۱۳۷۵)، *ترجمه شرح صد کلمه امیرالمؤمنین (ع)*، ترجمه عبدالعلی صاحبی، مشهد: بنیاد پژوهش های اسلامی آستان قدس رضوی.
- جرداق، جورج (۱۳۷۳)، *بخشی از زیبایی های نهج البلاغه*، ترجمه محمدرضا انصاری، تهران: کانون انتشارات محمدی.
- جعفری، علامه محمدتقی (۱۳۶۰)، *یادنامه کنگره هزاره نهج البلاغه (مقاله اول)*، بی جا: بنیاد نشر نهج البلاغه.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۸)، *حکمت نظری و عملی در نهج البلاغه*، ج ۳، قم: مرکز نشر اسراء.
- حکیم آراء، محمدعلی (۱۳۸۴)، *ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ*، تهران: انتشارات سمت.
- خزعلی، ابوالقاسم (۱۳۶۴)، *تقش خطابه در نهج البلاغه*، بنیاد نشر نهج البلاغه.
- دشتی، محمد (۱۳۶۷)، *شناخت نهج البلاغه*، بی جا: انتشارات مهر.
- دشتی، محمد (۱۳۶۸)، *کلیدهای شناسایی نهج البلاغه*، قم: انتشارات امام علی (ع).
- دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۸۵)، *تفسیر موضوعی نهج البلاغه*، قم: دفتر نشر معارف.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۶۵)، *لغت نامه دهخدا*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- راغب اصفهانی (۱۴۰۴ ق)، *مفردات فی غریب القرآن*، مصر: دفتر نشر الکتاب.
- رهبر، محمدتقی (۱۳۷۱)، *پژوهشی در تبلیغ*، چاپ اول، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- زورق، محمدحسین (۱۳۶۸)، *مبانی تبلیغ*، تهران: انتشارات سروش.
- سپهرخراسانی، احمد (۱۳۶۰)، *امام علی (ع) بزرگ ترین خطیب تاریخ*، بی جا: بنیاد نهج البلاغه.
- سپهرخراسانی، احمد (۱۳۵۸)، *ترجمه نهج البلاغه*، تهران: انتشارات اشرفی.
- سیدرضی و دشتی، محمد (۱۳۹۱)، *نهج البلاغه*، قم: انتشارات اشکذر.
- سیدرضی (۱۳۷۸)، *تنبیه الغافلین و تذکره العارفين*، ترجمه ملافتح الله کاشانی، تهران: انتشارات پیام حق.
- شاکر، محمد کاظم و حاجی پور، حسین (۱۳۹۱)، *بررسی مسأله اقناع مخاطب از دیدگاه شهید مطهری*، نشریه تماشاگرانه، سال اول، شماره ۲.
- شفیعی، حمیدرضا (۱۳۷۹)، *آشنایی با نهج البلاغه*، تهران: انتشارات سمت.

- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲)، *درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران*، تهران: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- فضائلی، سیده مریم و نگارش، محمد (۱۳۹۰)، تحلیل خطبه پنجاه و یکم نهج البلاغه بر اساس طبقه‌بندی سرل از کنش‌های گفتاری، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات اسلامی علوم قرآن و حدیث، شماره ۳.
- فیض الاسلام، سیدعلی نقی (۱۳۷۹)، *ترجمه نهج البلاغه*، تهران: انتشارات فقیه.
- قرشی، علی اکبر (۱۳۷۲)، *قاموس قرآن*، ج ۴، تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه، چاپ ششم.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۳)، *آشنایی با علوم اسلامی*، چاپ دهم، قم: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (بی‌تا)، *سیری در نهج البلاغه*، تهران: انتشارات صدر.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۷)، *یادداشت‌های استاد مطهری*، جلد ۷، تهران: انتشارات صدرا.
- معادیکخواه، عبدالمجید (۱۳۷۰)، *فرهنگ تفصیلی مفاهیم نهج البلاغه*، ج ۶، تهران: انتشارات ذره.
- مکارم‌شیرازی، ناصر و گروهی از نویسندگان (۱۳۷۵)، *پیام امام شرح تازه و جامعی بر نهج البلاغه*، ج ۳، تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
- میرسعیدقازی، علی (۱۳۸۲)، *تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات*، تهران: انتشارات مبتکران.
- لازار، ژودیت (۱۳۸۵)، *افکار عمومی، مرتضی کتبی*، تهران: بی‌نا.