



<https://ui.ac.ir/en>

Journal of Research in Arabic Language

E-ISSN: 2821-0638

Document Type: Research Paper

Vol. 16, Issue. 2, No. 31, Autumn & Winter, 2024-2025

Received: 13/05/2024 Accepted: 22/07/2024

Strategies of Linguistic Persuasion in the Political Speeches of the Prophet (PBUH)

Houshang Aghaei *

*Corresponding Author: PhD Graduate, Visiting Professor of Arabic Language and Literature, University of Mazandaran, Sari, Iran

Email: houshang.4857@gmail.com

Rohuollah Saijadi Nejad

Associate Professor, Department of Arabic Language and Literature, University of Kashan, Bushehr, Isfahan, Iran

Mostafa Kamaljoo

Associate Professor, Department of Arabic Language and Literature, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Javad Mohammadzadeh

Assistant Professor in the Department of Arabic Language and Literature, Mazandaran University, Babolsar, Iran

Abstract

For a long time, facing audiences with different ideologies, there is a need to master language skills, which should be crystallized in the form of communication strategies, so that the resistance and rebelliousness of the audience turns into obedience and persuasion. Therefore, language is a tool that, in addition to the capability of communicating and creating beauty, seeks to persuade and surprise the audience with an argumentative and protest mechanism. Persuasion is the purposeful language trick with communication mechanisms and strategies to organize specific behavior in discourse making. Therefore, the discourse maker tries to change the attitude and behavior of others by using linguistic strategies as one of the key components of soft power, and achieve specific goals by choosing diverse communication patterns and codified verbal styles.

In this study, an attempt has been made to investigate and analyze the salient dimensions of the Prophet's rhetorical ability with a novel style through qualitative studies using a descriptive-analytical method, and to explain the hegemonic use of the Prophet's political language with regard to the context of the situation in which the existing political crises and social problems provide valuable and unique help. The Prophet (PBUH) has faced many challenges in deconstructing people's beliefs and habits. For this reason, he uses various strategies to persuade and guide the audience, one of the most important of which is affecting the audience. In contemporary linguistics, the applied dimension of language has a wide scope, and its argumentative aspect is considered a basic condition in discourse creation. Paying attention to the issue of what linguistic strategies the speaker chooses to attract and persuade the audience is one of the most basic strategies of applied linguistics and one of the important goals of this research. Since the sermon is one of the most prominent communication channels of the Prophet (PBUH) or others, it is full of arguments that are expressed with political, social, and cultural approaches. Due to the wide range of language strategies, this descriptive-analytical research with emphasis on library resources, in addition to expressing the beauty-creating and visual aspects of language, discussed its lexical, rhetorical, original ability, and logical analogy and examined its persuasive function in political and social fields. Although explaining the completeness of the linguistic and miraculous personality of the Prophet (PBUH) with human knowledge and human understanding is incomplete, it is considered to be the only progressive way to match his words and deeds.

The present research seeks to answer the following three research questions:

1. What language mechanisms did the Prophet (PBUH) use to persuade the audience?
2. How is the course of political persuasion of the Prophet (PBUH) affected by the capacity of rhetorical language?
3. How does the Prophet (PBUH) use textual similarities to persuade in transnational communication?

The results showed that considering the importance of persuasion and its impact on the audience, the Prophet (PBUH) used this art of communication more than other communication strategies in political speeches and discourses, because it has more acceptance and public favor, and its communication methods are internal. In addition, it has close contact with the conscience and nature of the audience, and its result will not be accompanied by doubts. The strategy of persuasion was designed as a pre-written and managed process in the political discourses of the Prophet (PBUH) to achieve a policy and control the situation. In addition, it was used as a specific way to solve political problems.

As a master of language, the Prophet (PBUH) optimally used linguistic tools and communication arts, rhetoric, and logic for persuasion to propagate religion and explain the political mission, in order to provide guidance and direction to the audience. Therefore, today politicians come to the conclusion that in order to persuade in the political and cultural arenas, one should take advantage of the language ability according to the interests of the audience.

The most important strategy of Islam is to observe the principle of moderation in politics. Therefore, in the persuasive argument, in addition to his rhetorical ability that targets the emotions and feelings of the audience, the Prophet (PBUH) used his intertextuality politically and logically to provide the ground for awakening the thoughts of specific audiences. By adopting special communication strategies such as the art of persuasion, the Prophet (PBUH) succeeded in solving the social, political, and cultural knots of the target society.

4. The approach of the communication mechanisms of the Prophet (PBUH) is to express clearly and simply. However, according to the context of the situation, he uses suggestive expressions in the form of metaphor, irony, and simile in political discourses.

Keywords: Persuasion, Language, Politics, Intertextuality, Verbal and Rhetorical Devices.

References

- Abdel Rahman, T. (1998). *Al-Lisan and Al-Mizan* (1st ed.). Morocco: Dar Al-Bayda [In Arabic].
- Al-Abd, M. (2005). *Text, discourse and communication* (1st ed.). Cairo: Modern Academy for University Books [In Arabic].
- Ali Eid, O. M. (2011). *The prophetic discourse in the light of sociolinguistics*. Jordan: Colleges of Graduate Studies [In Arabic].
- Al-Jahiz, A. (2003). *Al-Bayan wa al-Tabin*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah [In Arabic].
- Al-Jurjani, A. (1999). *Asrar al-Balaghah* (M. Al-Fadhili, Ed.) (2nd ed.). Beirut: Al Maktaba Al Assriya [In Arabic].
- Al-Masadi, A. (2008). *Language and Politics*. Tunisia: Cultures Magazine [In Arabic].
- Al-Rafi'i, M. S. (1990). *The miracle of the Qur'an and the Prophet's Eloquence*. Beirut: Dar Al-Kitab Al-Arabi [In Arabic].
- Al-Sabawi, T. (2001). *Methods of persuasion from the Islamic perspective*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyya [In Arabic].
- Beard, A. (2010). *The language of politics* (M. R. Aslani, Trans.) (1st ed.). Tehran: Farhang Nashr No Publication [In Persian].

- Haqqa, A. (2022). Mechanisms of persuasion in the Holy Qur'an, a study of selected linguistic and rhetorical models. *Al-Shehab Journal, 1*, 9-30 [In Arabic].
- Ibn Jinni, A. O. (2008). *Al-Khasaes* (A. Al-Hindawi, Ed.). Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah [In Arabic].
- Mesbah, A. (2005). *Social Persuasion*. Algeria: Diwan University Press for Publishing and Distribution [In Arabic].
- Nazari, A., & Azizi, N. (2014). *Reflection of religious themes in the poetry of Burhanuddin Abushi*. Qom: Poeishgar [In Arabic].
- Sayadinejad, R. (2018). The semantic analysis of rhetorical arguments in the speech of the Prophet. *Criticism of Arabic Literature, 1*, 149-182 [In Arabic].
- The Holy Quran* [In Arabic].
- Youssef Al-Maghamisi, A. (2015). *Al-Hajjaj in the Prophet's Hadith, a pragmatic study*. Algeria: Almutawassit [In Arabic].



استراتيجيات الإقناع اللغوي في خطابات النبي (صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ) السياسية

هوشنگ آقاي انارمرزي *

روح الله صيادي نژاد **

مصطفى كمالجو ***

جواد محمدزاده ****

الملخص

الإقناع هو التقنية اللغوية الهادفة مع الآليات والإستراتيجيات التواصلية، من أجل تنظيم سلوك معين في عملية الخطاب؛ لذلك يسعى المتحدث إلى تغيير معتقدات الآخرين وسلوكهم باستخدام الإستراتيجيات اللغوية، باعتبارها أحد أهم مكونات القوة الناعمة، ويمكنه أن يحقق أهدافاً محددة، ويعيد إنتاج الأسلوب الكلامي المثالي من خلال اختيار أنماط التواصل المتنوعة وأساليب الكلام المدونة. فيما أن الإقناع يتوجه خطابياً من مرسل إلى مرسل إليه، ويكون قصد المرسل هو التأثير على المرسل إليه عقلياً وعاطفياً ليسوقه إلى قبول رأيه أو معتقده في شيء ما، فيقوم على الحجة والبرهان من أجل إسكاته بحججه. لقد سعى هذا البحث على ضوء المنهج الوصفي - التحليلي، إلى دراسة جوانب كفاءة النبي (صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ) التداولية والبلاغية، وشرح الاستخدام المهيمن للغة السياسية، وفق سياق الموقف، مما يساعد في حل الأزمات السياسية والمشاكل الاجتماعية الراهنة. تدل نتائج البحث على أن بني اللغة السياسية للرسول الكريم في شكل الآليات اللفظية والبلاغية والقياسية، بالإضافة إلى فن التصوير، كانت لها وظيفة إقناعية سهلت عملية إقناع المخاطبين وتوجيههم وهدايتهم في عملية الخطاب.

الكلمات المفتاحية: الإقناع، اللغة، السياسة، التناس، الآليات اللفظية والبلاغية

١- تاريخ التسلم: ١٤٠٣/٢/٢٤هـ.ش؛ تاريخ القبول: ١٤٠٣/٥/١هـ.ش.

Email: houshang.4857@gmail.com

* أستاذ محاضر في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة مازندران، بابلسر، إيران (الكاتب المسؤول)

Email: saiiadi57@gmail.com

** أستاذ مشارك في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة كاشان، كاشان، إيران

Email: kamaljoo@umz.ac.ir

*** أستاذ مشارك في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة مازندران، بابلسر، إيران

Email: j.mohammadzadeh@umz.ac.ir

**** أستاذ مساعد في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة مازندران، بابلسر، إيران

Copyright©2024, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they cannot change it in any way or use it commercially

<http://10.22108/rall.2024.140116.1494>

١. المقدمة

منذ فترة طويلة، أنّ مواجهة المخاطبين ذوي الأيديولوجيات المختلفة بحاجة إلى الإتقان في المهارات اللغوية، والتي ينبغي بلورتها في شكل الإستراتيجيات التواصلية، لكي تتحول مقاومة المخاطبين وتمردهم إلى طاعة وإقناع؛ لذلك إنّ اللغة بالإضافة إلى قدرتها على التواصل وخلق الجمال، هي أداة تسعى إلى إقناع المخاطب ومفاجأته بألية جدلية واحتجاجية. لقد كان النبي (ﷺ) واجه العديد من التحديات في تفويض معتقدات الناس وعاداتهم؛ لهذا السبب، استخدم إستراتيجيات مختلفة لإقناع المخاطبين وتوجيههم، ومن أهمها التأثير في المخاطبين.

في علم اللغة المعاصر، أنّ الجانب الوظيفي للغة له نطاق واسع، حيث يعتبر جانبها الحجاجي شرطاً أساسياً في عملية الخطاب. إنّ الاهتمام بمسألة الإستراتيجيات اللغوية التي يختارها المتحدث لجذب المخاطب وإقناعه، يعدّ من أهم الإستراتيجيات الرئيسة في اللسانيات التطبيقية أو علم اللغة التطبيقي وأحد الأهداف المهمة لهذا البحث.

بما أنّ الخطبة من أبرز الوسائل التواصلية للنبي (ﷺ) أو الآخرين، فهي مليئة بالحجج التي يتم التعبير عنها بمقاربات سياسية واجتماعية وثقافية. نظراً للنطاق الواسع من الإستراتيجيات اللغوية، فإنّ هذا البحث على ضوء المنهج الوصفي - التحليلي، وبالتركيز على المصادر البليوغرافية، بالإضافة إلى التعبير عن الجوانب الجمالية للغة وبعدها التصويري، يناقش فقط قدراتها المعجمية والبلاغية والبديعية والقياس المنطقي، ويقوم بدراسة وظيفتها الإقناعية في المجالات السياسية والاجتماعية، ولو كان تفسير شمولية شخصية النبي (ﷺ) اللغوية والإعجازية بالعلم البشري والفهم الإنساني أمراً غير كامل؛ ولكنها تعتبر طريقة وحيدة بالنسبة لنا لمطابقة أقواله وأفعاله.

فبناءً على ما تقدّم، يسعى هذا البحث إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما الآليات اللغوية التي استخدمها النبي (ﷺ) لإقناع المخاطبين؟

- كيف يتأثر الإقناع السياسي للنبي (ﷺ) بقدرته اللغوية البلاغية؟

- كيف يستخدم النبي (ﷺ) المشتركات النصية للإقناع في التواصل المتجاوزة للحدود الوطنية؟

١.١. خلفية البحث

هناك كتب وأبحاث تم تأليفها حول موضوع الإقناع، منها دراسات عالجت الجوانب الشكلية والظاهرية لكلام النبي (ﷺ)، كإعجاز القرآن والبلاغة النبوية، لمصطفى صادق الرافعي، وكتاب الأدب النبوي، لمحمد عبد العزيز الخولي، حيث شرح بعض الأحاديث النبوية من حيث اللغة والمعجم، ومنها رسالات وبحوث عن خطابات النبي (ﷺ) وأقواله التي يتم ذكرها حسب التسلسل الزمني:

رسالة تحت عنوان تجليات الحجاج في الخطاب النبوي: دراسة في وسائل الإقناع الأربعة النووية، لهشام فروم سنة ٢٠٠٩م. لم يتناول الكاتب إلا الجوانب المقنعة من الكلام النبوي في أربعين حديثاً، حيث إنّ تركيزه موقوف على الأفعال الكلامية.

أطروحة بعنوان الخطاب النبوي في ضوء اللسانيات الاجتماعية، لعريب محمد علي عيد سنة ٢٠١١م. في تناول الخطاب النبوي، اهتمت الباحثة بالسياق اللغوي النبوي إلى جانب سياق المقام، وخلصت إلى أنّ خطاب الرسول (ﷺ) قد حقق وظائف ثلاثاً، فهو خطاب معبر ومؤصل ومؤثر.

بحث موسوم بالحجاج في الخطبة النبوية، لجمعان عبد الكريم الغامدي سنة ٢٠١٣م. لقد قام الكاتب بدراسة خطابات النبي (ﷺ) في المقولات الحجاجية الثلاث: الإيتوس، الباتوس، اللوغوس.

بحث موسوم ببررسی منظورشناسانه برهان های بلاغی در گفتمان پیامبر (= دراسة تداولية للحجاج البلاغية في خطاب النبي) لروح الله صيادي نژاد سنة ١٣٩٦هـ.ش. فقد قام الباحث في هذا البحث بدراسة الفنون البلاغية، منها: الاستعارة، والتشبيه، والمجاز، وعالج العلاقات الإقناعية تحت المقولات الحجاجية الثلاث: الإيتوس، الباتوس، اللوغوس.

بحث موسوم بواکاوی زبانی سیاسی پیامبر اعظم (= دراسة لغة النبي الأعظم السياسية)، لهوشنگ آقايي، وروح الله صيادي نژاد ومحسن سيفي ١٤٠١هـ.ش. لقد قام الباحث في هذا البحث بدراسة اللغة والعناصر النقدية للغة السياسية في خطابات النبي (ﷺ) وأقواله دراسة تداولية، وهو بحث فريد من نوعه.

أما في هذا البحث، فسعينا إلى الاهتمام بإبداعية البحث ومعالجة المؤشرات والعناصر البلاغية واللفظية التي لها مبدأ تداولي، فمن ثمّ دوّنت ونظّمت بنية البحث عليه.

٢. الإطار النظري

١-٢. الإقناع

يرجع أصل الإقناع حسب كتاب المنجد في اللغة العربية المعاصرة، إلى "ق، ن، ع"، قنّع قناعاً: رضي بما أعطي وقبله. فنوع: جمع قنّع ذو القناعة معتدل في لذات الحواس، مقنع: له قوة تقنع، ومن شأنه أن يحمل على الإقناع والموافقة (نعمة وآخرون، دت، ص ١١٨٨). تكاد المعاجم العربية تجمع في تعريفها للإقناع على ما جاء في لسان العرب:

إِنَّ الْقُنُوعَ يَكُونُ بِمَعْنَى الرِّضَا، وَالْقَانِعُ بِمَعْنَى الرَّاضِي. وَفِي الْحَدِيثِ: فَأَكَلَ وَأَطْعَمَ الْقَانِعَ وَالْمُعْتَرَى؛ هُوَ مِنَ الْقُنُوعِ الرِّضَا بِالْيَسِيرِ مِنَ الْعَطَاءِ. وَقَدْ قَنَعَ، بِالْكَسْرِ، يَقْنَعُ قُنُوعاً وَقِنَاعَةً إِذَا رَضِيَ، وَقَنَعَ، بِالْفَتْحِ، يَقْنَعُ قُنُوعاً إِذَا سَأَلَ. وَفِي الْحَدِيثِ: الْقِنَاعَةُ كَنْزٌ لَا يَنْفَدُ؛ لِأَنَّ الْإِنْفَاقَ مِنْهَا لَا يَقْطَعُ، كَلَّمَا تَعَذَّرَ عَلَيْهِ شَيْءٌ مِنْ أُمُورِ الدُّنْيَا قَنَعَ بِمَا دُونَهُ وَرَضِيَ. وَفِي الْحَدِيثِ: عَزَّ مَنْ قَنَعَ وَذَلَّ مَنْ طَمِعَ، لِأَنَّ الْقَانِعَ لَا يَدُلُّهُ الطَّلَبُ فَلَا يَزَالُ عَزِيزاً ... أَقْنَعَ يَقْنَعُ، إِقْنَاعاً، فَهُوَ مُقْنَعٌ، وَالْمَفْعُولُ مُقْنَعٌ: أَقْنَعَهُ بِالْحُجَّةِ وَالذَّلِيلُ جَعَلَهُ يَطْمَئِنُّ وَيَسْلَمُ بِمَا أَرَادَهُ لَهُ وَأَقْنَعَنِي كَذَا، أَي أَرْضَانِي (١٩٩٠م، ج ٢، ص ٢١٨).

ويتضح من معنى الكلمة في اللغة، أنها تقترب من معنى الرضا والقبول والاطمئنان والميل والرغبة، وتبتعد كل البعد عن القهر والضغط والإجبار (برغوث، ٢٠٠٥م، ص ٥). وإذا رجعنا أصلها في اللغة العربية، نجد لها تقابل كلمة Persuasion ذات الأصل اللاتيني، وتتكون من مقطعين per بمعنى عاطفي أو انفعالي، و suasion بمعنى يحث، أي أنها تجعل شخصا ما يعتقد أو يفعل شيء ما خلال البحث العاطفي أو العقلي (مصباح، ٢٠٠٥م، ص ١٦).

ومن خلال ما سبق من تعاريف اللغة للإقناع، نستنتج منها بأنه المقنع بكل ما قيل له من الأقوال والأفعال، من دون تردد أو رفض أو شك. أمّا اصطلاحاً، فهو عملية تهدف إلى تغيير موقف أو سلوك شخص أو مجموعة تجاه حدث معين أو فكرة أو شيء ما، لأي شخص أو أشخاص آخرين، ويتم ذلك باستخدام كلمات مكتوبة أو منطوقة لنقل المعلومات، والمشاعر، إما للاستدلال، أو لمزيج منها (قاسم، ٢٠١٨م، ص ١٨٢)، أو هو «الاتصال الهادف إلى التأثير المقصود على الاتجاهات وسلوكيات مجموعات

معينة من الجماهير، ويكون التأثير مرتبطاً بالاختيار» (شعبان، ٢٠٠٧م، ص ١٨). فمن الأهداف التي يرمي المرسل إلى تحقيقها من خلال خطابه، إقناع المرسل إليه بما يراه، أي إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي لديه (الشهري، ٢٠٠٤م، ص ٤٤٤). يشكّل الإقناع إستراتيجية خطابية، يسعى من خلالها المرسل تبليغ أفكاره للمرسل إليه. وهذه الإستراتيجية ضرورية في الخطاب؛ لأنّ التبليغ والبيان وحصول المراد لا يتمّ إلا بالإقناع. فبما أنّه يتوجه خطابياً من مرسل إلى متلقٍ، بحيث يكون مقصد المرسل التأثير عقلياً وعاطفياً على المتلقّي لحمله على تبني رأي ما أو معتقد ما أو تغيير رأيه أو معتقده في شيء ما، فيقوم الإقناع على الحجّة والبرهان من أجل الإفحام، ولا يقوم على القسر والإكراه (حاقّة، ٢٠٢٢م، ص ١١).

لأجل ذلك، يعد الإقناع مطية القدماء والمحدثين خلفاءً وسلاطين رؤساء ومرءوسين علماء ومتعلمين، فلا يقتصر على فئة معينة، يعتمدون إليه بغية إقناع الآخر بأفضلية خيار ما من بين جملة الخيارات المتاحة له. ولكي يكون للخطاب الإقناعي أثر، لا بدّ للمرسل أن يكون على معرفة مسبقة بخصائص المرسل إليه النفسية والفكرية... وموقفه منه، هذه المعرفة التي تسهم في اختيار حجج تنسجم وخصوصية الذات المتلقية، فلا تساق الحجج إلا على أقدار الأفهام (عماريش، ٢٠٢١م، ص ٤٢٠).

٢-٢. اللغة

إن الاهتمام باللغة وعملية الخطاب أمر قديم، وليس وقفاً على الزمن المعاصر الذي خصصت له أبحاث عديدة عبر التاريخ؛ لأنّ "الخطاب" يلعب دور التمهيد والإقناع وتوجيه أي مواجهة. نجزم القول بأن تفسير القضايا الاجتماعية والسياسية يتم من خلال اللغة. أينما كانت السياسة، فهناك اللغة. يتم شرح القضايا الاجتماعية من خلال اللغة، وليس هناك حدث مهم يتجاوز نطاق اللغة وقوتها. اللغة هي أفضل مثال على سلطان الآلة اللغوية في مجال الخطاب السياسي، فحيثما توجد السياسة، ستكون اللغة حاضرة بقوة أيضاً، وتكون لديهما علاقة متسقة مع بعضهما لبعض (المسدي، ٢٠٠٨م، ص ١٦٩).

تعتبر اللغة مؤسسة اجتماعية، وهذا يعني أن أفراد المجتمع يستخدمونها من أجل التواصل ومعرفة نوايا ومقاصد بعضهم البعض؛ لأنّ مهمة اللغة هي التواصل والتفاهم. إنّ اللغة هي إحدى وسائل التواصل بين البشر، ومن خلالها يتم تجربة التجارب الإنسانية في كل مجتمع بطريقة مختلفة مقارنة بمجتمع آخر (باقرى، ١٣٧٤هـ.ش، ص ١٥). يقول ابن جنى، الناقد واللغوي في القرن الثالث للهجري، في تعريف اللغة: «اللغة أصوات يعبر بها قومٌ عن أغراضهم» (١٤٢٩هـ، ج ١، ص ٣٣).

ينقسم هذا التعريف إلى ثلاثة أقسام: الأول: اللغة هي أداة للتعبير؛ والثاني: هي متعلقة بقوم أو جماعة؛ والثالث: أنّ وظيفتها التعبير عن الأغراض الاجتماعية. ومن المؤكد أن دراسة اللغة وتحقيقها يجب أن يتم في سياقها الاجتماعي، ولا يمكن دراسة اللغة دون مراعاة الظروف الاجتماعية والسياسية والثقافية.

لا شك أنّ اللغة ليست مجرد أداة لنقل المعنى، بل إنّ من أهم مميزاتا هو التأثير في المتلقي. كما يقول جون ميشيل آدم: «عندما تتكلّم، نحاول أن نشرك الآخرين في آرائنا وأفكارنا من جهة، ونجعلهم أن يتبعوا هذه الأفكار من جهة أخرى» (نوري مصعب، ٢٠٠٤م، ص ٤٨). من ثمّ، فإنّ الحجاج ناتج عن اللغة، وكانت هناك علاقة وثيقة بين الفن واللغة منذ القدم، وكان الإغريق أول من استخدم فن البلاغة في الاحتجاجات؛ لأنّ البلاغة باعتبارها فناً قولياً في التصوير، لها دور مؤثر في إقناع المتلقّي، حيث إنّ الحجاج والبلاغة بوصفهما عنصرين متلازمين يؤثران في إحساس المتلقّي وتفكيره؛ لذلك، يجب أن تكون الحجج اللفظية متسقة وأدوات الاستدلال، لكي تتمكن من التعبير عن حقيقة ما. يتم هذا التواصل بأساليب وأدوات وتقنيات،

ويستطيع المتحدث من خلال استخدام فن البلاغة وقوة التصوير، إلى جانب عناصر أخرى غير بلاغية، مثل المنطق واللغة، يثبت الحق وينفي الباطل (المغامسي، ٢٠١٥م، ص ٣٩).

٣-٢. السياسة اللغوية

إن السياسة لها العديد من الحقول الدلالية، وإنّ تداعي معنى كلمة السياسة في ثقافة العالم اللغوية يشكل تحدياً صعباً، لما لها من معانٍ اصطلاحية وضمنية كثيرة. السياسي هو من يقوم بوظيفة سياسية، والرجل السياسي رجل مهتم بشؤون بلاد أو مدينة ما، ووجوده ضروري لتدبير شؤون المجتمع، وإن واجهنا في تفسير المعاني الضمنية لهذه اللفظة العديد من التعبيرات السلبية؛ لأنّ انعكاسها في أذهان الناس يلازم الكراهية والاشمئزاز.

يعتقد ماكس اتكينسون^١ أنّ السياسيين في الأعمال السياسية يسعون إلى إثبات صحة دعاويهم، مستخدمين الحيل^٢، لكي تنتهي إلى إقناع الجمهور، وغالباً ما يلجأون إلى الأكاذيب والمزيفات في شرح الأهداف السياسية، من أجل الوصول إلى السلطة، مما يسبب الإحباط وعدم الثقة في الناس (بيرد، ١٣٩٨هـ، ص ٦١). السياسة واللغة قرينتان متلازمتان، حيثما رأيت الواحدة بدا لك الأخرى. يرى المفكر اللغوي التونسي، عبد السلام المسدي أن «السياسة هي السلطة الحاضرة، واللغة هي السلطة الغائبة، والذين يصوغون الأحلام الإنسانية يرون أنّ العالم كان يكون أسعد، لو أنّ السياسة قلصت من حضورها في وعي أصحابها، واللغة قلصت من غيابها عن جمهور الناس المحكومين بالسياسة» (٢٠٠٨م، ص ١٧٠). يعتقد جرابر^٣ «أنّ أول وظيفة اللغة هي نشر المعلومات، حيث إنّ الناشطين السياسيين يسعون إلى نشر المعلومات مباشرة أو ضمناً، وإنّ واجب متلقي الرسالة هو تلقي هذه العلوم والمعلومات وفهمها بشكل صحيح» (المصدر نفسه، ص ١٦٩).

فكان يستفيد النبي (ﷺ) في قيادته السياسية والاجتماعية من الشورى والعقل الجماعي، وكان يكثر من التعامل اللغوي مع أقاربه وأصحابه؛ لأنّ هذا الأمر كان يسبب التقارب والتآزر في خلق الخطاب. كان اهتمام النبي (ﷺ) بالتشاور ووجود الشعور المشترك في تنفيذ عمل ما، أكثر من مجرد تنفيذه؛ لذلك، في الأمور الدينية والتعرف عليها وقضايا المجتمع المهمة، كان يستشير الآخرين، وكان يطلب آراءهم لفهم الأمر وتنفيذه، لكي يصل إلى السلوك اللغوي المقبول فيما بينهم من خلال النهج التشاوري والتفكير المشترك مع الجمهور ويقنع المستمعين ويرشدهم.

٣. المعالجة التحليلية للموضوع

الإقناع قديم قدم خلق الإنسان عبر التاريخ، حيثما كان إنسان في العالم، تم استخدام الإقناع أيضاً، على الرغم من أنّ أساليبه وطرقه تغيرت وتبدلت بسبب التقنيات والتقدم، لكي تؤثر في سلوك الآخرين وأفعالهم ومعتقداتهم. بعبارة أخرى، الإقناع يعني تغيير سلوك الآخرين في أمر يدفع المخاطب إلى السعي والتفكير (رهبر، ١٣٩١هـ، ص ١٢٨).

في حقل البلاغة العربية، حاول الجاحظ في كتاب *البيان والتبيين* أن يدوّن الاحتجاج البلاغي للخطابات والعلوم، لكي يمهد الطريق لإقناع المخاطب وتسليمه. ينبنى محور الاحتجاج اللغوي في خطاب الجاحظ على الآليات الكلامية وغير الكلامية.

1. Max Atkinson
2. Claptrap
3. Grabar

أهم نقطة في احتجاج الجاحظ الكلامي هو مراعاة مقتضى حال المخاطب؛ لأنها هي أول أداة البلاغة الكلامية للإقناع وجمع الأسباب.

يعتقد الجاحظ أنّ الخطيب يجب أن يكون رابط الجأش، وساكن الجوارح، وقليل الحظ، ومتخير اللفظ، لا يكلم سيد الأمر بكلام الأمة ولا الملوك بكلام السوق. وقد اهتم الجاحظ بالعناصر الحجاجية، وأوردها في كتبه: ١- مقتضيات المقام وما تشمله من أحوال الخطيب؛ ٢- الخطيب وكفاءته اللغوية وهيئته وصفاته الخلقية وما يحس عليه وما يقبح. لقد ألف الجاحظ كتابه الموسوم بالمقاييس والسنن والتبيين، ردّاً لآراء المعارضين وتهمة الزنادقة، حيث رفض كتب الزنادقة؛ لأنّ كتبهم لا تقوم على البيان والتبيين، وإنما هي قائمة على الديانة وتعظيم الملة (٢٠٠٣م، ج ١، ص ٧١).

١.٣. الآليات الكلامية في خطابات النبي (ﷺ) السياسية

١.٣.١. التناص^١

يعتبر التناص أو التعالق النصي، أحد عناصر الإقناع في النصوص الدينية والإسلامية، وهو قديم قدم التاريخ. نظرية تقاطع النصوص وتداخلها ثم الحوار والتفاعل فيما بينها من النظريات التي كان قد اهتم بها الباحثون الكثر، ومنهم جينيت^٢، وبارت^٣، وكريستيفا^٤، ودريدا^٥. كان التناص كرمز لخلود نصوص الأدباء وكلام الخطباء.

وإنّ الخطابات الدينية لها علاقة وثيقة بالنص^٦ والآيات القرآنية؛ لذلك فإن الخطباء والكتاب يستخدمون الآيات القرآنية والأحاديث في خطاباتهم بأناقة، حيث يؤدي إلى تهيج مشاعر المخاطبين وعواطفهم، ويمهد الطريق للتأمل والتفكير. من أهم عناصر النجاح في هذا الفن هو معرفة آيات القرآن والإشراف على مضامينه ومفاهيمه حتى يتمكن المتحدث من استخدامها بمهارة وفنية في خطاباته (حيدري، ١٣٩٢هـ.ش، ص ٥٨). الهدف من التناص هو اكتشاف علامات وتأثيرات النصوص الأخرى على النص المقروء من أجل دراسة العلاقات بين النص الموجود والنص الغائب (صلاحي مقدم، ١٣٩٢هـ.ش، ص ١٢). إليكم الانتباه بهذه المنطوقة:

بسم الله الرحمن الرحيم، من محمد رسول الله، إلى النجاشي الأصحح ملك الحبشة. سلم أنت، فإنّي أحمدُ إليك الله المَلِك، القدوس، السَّلَام، المؤمن، المُهَيِّمَن « وأشهد أنّ عيسى بن مريمَ رُوحَ الله وكَلِمَتُهُ، ألقاها إلى مريمَ البتول، الطيّبةِ الحُصِينَةِ، فَحَمَلَتْ بِعِيسَى، فَخَلَقَهُ اللهُ مِنْ رُوحِهِ وَنَفَخَهُ » (حميدالله، ١٣٧٥هـ.ش، ص ١٤٥).

في خطاب سياسي مشترك مع ملك الحبشة، النجاشي، يبدأ النبي (ﷺ) عملية التناص باستخدام النصوص الغائبة والنصوص الحاضرة، ويخاطبه بالاستناد إلى الآيات القرآنية، ويقدم أدلة قوية ومثبتة ليحتج مع مخاطبه الخاص بحجة منطقية مستمدة من الوحي لكي يقنعه؛ لذلك، من خلال توظيف إستراتيجيات لغوية مختلفة، بما في ذلك التوجيهية والتضامنية والتلميحية، يذكر المخاطب بقوة كلماته وتأثيرها، ليمهد الطريق لإقناعه وتوجيهه.

من السمات المميزة لاحتجاجات النبي (ﷺ) هي الشفافية والصدق في خلق الخطاب الذي لا يصاحبه خلافات وصراعات لفظية، والغرض منه ليس التغلب على الآخرين. في كثير من الأحيان، يكون مخاطب النبي من المؤمنين والمسلمين

1. Intertextuality
2. Gérard Genette
3. Roland Barthes
4. Julia Kristeva
5. Jacques Derrida
6. Text

الذين يتضح لهم أنّ احتجاجات النبي لم تكن شخصية وعنادية، بل كان الغرض منها التعبير عن الحقيقة وترسيخ المعتقدات والقيم في أذهانهم.

٣-١-٢. التكرار

للتكرار وظائف مختلفة في خلق الخطاب، منها تفهيم المتلقي، وإيضاح المضمون، واكتشاف البنى اللغوية وإنتاجها، وترسيخ الأمر، والتعبير عن المعنى وإثباته. من أبرز الأساليب اللغوية للاستدلال اللفظي والاحتجاج قدرتها على الإقناع، مما يسهل إرضاء المتلقي في مجال خلق الخطاب. من المؤكد أنّ التكرار ليس مجرد إعادة انعكاس لعبارة وموضوع، دون هدف يسبب الملل والإزعاج؛ ولكنه آلية لإعادة إنتاج البنية اللغوية من أجل إحداث التماسك والنمو الدلالي (العبد، ٢٠٠٥م، ص ٢٢٣).

«لَمَّا نَزَلَ رَسُولُ اللَّهِ (ﷺ) بِمَكَّةَ وَاطْمَأَنَّ النَّاسُ، خَرَجَ حَتَّى جَاءَ إِلَى الْبَيْتِ، فَطَافَ بِهِ سَبْعًا عَلَى رَاحِلَتِهِ، يَسْتَلِمُ الرُّكْنَ بِمِحْبَجِنِ فِي يَدِهِ، فَلَمَّا قَضَى طَوَافَهُ، دَعَا عُثْمَانَ بْنَ طَلْحَةَ، فَأَخَذَ مِنْهُ مِفْتَاحَ الْكَعْبَةِ، فَفَتَحَتْ لَهُ، فَدَخَلَهَا، فَوَجَدَ فِيهَا حَمَامَةً مِنْ عِيدَانٍ فَكَسَّرَهَا بِيَدِهِ، ثُمَّ طَرَحَهَا، ثُمَّ جَلَسَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فِي الْمَسْجِدِ، فَقَامَ إِلَيْهِ عَلِيُّ بْنُ أَبِي طَالِبٍ وَمِفْتَاحُ الْكَعْبَةِ فِي يَدِهِ، فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، اجْمَعْ لَنَا الْحِجَابَةَ مَعَ السَّقَايَةِ، صَلَّى اللَّهُ عَلَيْكَ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ -: أَيْنَ عُثْمَانُ بْنُ طَلْحَةَ؟ فُدْعِي لَهُ، فَقَالَ لَهُ: هَاكَ مِفْتَاحُكَ يَا عُثْمَانُ، الْيَوْمَ يَوْمٌ وَفَاءٌ وَبِرٌّ» (ابن هشام، ١٩٣٦م، ج ٢، ص ٤١٢). وقد صرح النبي (ﷺ) مراراً وتكراراً قائلاً: "أعطي سدانة الكعبة وسقاية الحاج الصفة الرسمية كما في السابق".

من خلال تكرار وإعادة سرد مسألة سدانة الكعبة، يذكر النبي الحجاج الكلامي للجمهور، ويقنع الجميع بأنّ حق سدانة الكعبة وسقاية الحاج يعود إلى عثمان بن طلحة، وبالسلوك الإقناعي يتسبب في أن تكون سدانة الكعبة المشرفة والحجابه وفتح الكعبة وإغلاقها، حقاً لبني طلحة، كما يجب على الآخرين إطاعة هذه الأوامر. ومن خلال جهاد التبيين السياسي، فإنه يمهد السبيل لتوجيه الجمهور وهدايتهم، ويدير ظهور الاختلافات الثقافية والسياسية بإستراتيجية لفظية على شكل التكرار اللغوي (المصدر نفسه، ج ٢، ص ٣٦٢).

٣-١-٣. الأدوات اللغوية في الإقناع

يتم الإقناع والحجاج اللفظي بأدوات لغوية، مثل أفعال الأمر، والنهي، والأدوات الاستفهامية، لكي يؤدي إلى توجيه المخاطب وهدايتته.

٣-١-٣.١. الاستفهام

من أبرز الوظائف الجانبية للاستفهام هي جوانبه الإقناعية والتوجيهية؛ لأنه يخلق مساحة تفاعلية بين المتكلم والمخاطب. في الواقع، أنّ تحليل الاستفهام في شكل الخطاب الاحتجاجي يجب أن يعتمد على تفسير القضية على أساس قيمتها الجدلية، وهذا يعني أنّ هذا النوع من الأسئلة له افتراضات ضمنية تحوله إلى سؤال جدلي.

في حادثة بين الأنصار الذين كانوا يعتبرون أنفسهم أفضل على قريش، «خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقام فيهم خطيباً، فحمد الله وأثنى عليه بما هو أهله، ثم قال: يا معشر الأنصار، ألم أجدكم أذلاء، فأعزكم الله بي؟ قالوا: بلى! ثم قال رسول الله: ألم أجدكم ضلّالاً فهداكم الله بي؟ قالوا: بلى، يا رسول الله! قال رسول الله: ألا تجيبون يا معشر الأنصار؟ قالوا: وما نقول يا رسول الله وبماذا نُجيبك؟ المَنْ اللهُ ورسوله. قال: والله لو شئتم لقلتم فصدقتم وصدقتم: جئنا طريداً، فأويناك، وعائلاً فأسيناك، وخائفاً فأمنّاك، ومخذولاً فنصرناك» (المصدر نفسه، ج ٢، ص ٤٩٨).

وهكذا ظل الرسول الكريم يحصي صفاتهم الجميلة، حتى جثا الجميع على ركبهم، فقالوا: المنُّ لله ورسوله. فبكى القوم حتى أخضلوا لحاهم. من ثم، بتعبير بليغ ومنصف في حضور المهاجرين والأنصار، عبّر النبي ضمناً عن قيم كل من الطرفين واعتبرهم جناحين له. في هذا الخطاب، كان الأنصار مقتنعين بأن نصرته النبي ومساعدته كانت ذات قيمة كبيرة، لدرجة أنهم يجب أن يحملوا لقب الأنصار كالشارة ويفخروا به (سبحاني، ١٣٨٥هـ.ش، ص ١٢٦). إن النبي (ﷺ) في حركة سياسية مناسبة وبقوته على السؤال والإجابة، أقنع المخاطبين بأن أعمالهم يجب أن تكون على الصدق؛ لذلك نال الأنصار إلى إقناع سلوكي في هذا النقاش، وثبتوا على تدينهم.

٣-١-٣. الأمر

من الوظائف المجازية لفعل الأمر هو أسلوبه الاحتجاجي والإقناعي، حيث إن هذا الأسلوب من خلال دعوة المخاطبين إلى العمل، يقنعهم ويجعلهم مقتنعين بالسلوك المعياري. في غضون فتح مكة، حدثت منطوقة بين النبي وأبي سفيان، ولما هم المسلمون بدخول مكة، قرأ سعد بن عباد، أحد أمراء الخزرج وكبارها، هذا الرجز: «الْيَوْمَ يَوْمَ الْمَلْحَمَةِ، الْيَوْمَ تُسْتَحَلُّ الْكَعْبَةُ» (ابن هشام، ١٩٣٦م، ج ٢، ص ٤٠٧). فحمل أبو سفيان، كبير مكة، هذا الخبر إلى النبي (ﷺ)، وسأله: هل تنوي سفك دماء قومك (أهل مكة)؟ بينما أنت رجل المحبة وحسن الخلق وعطوف على أقاربك؟ فقال النبي هذه الجملة رداً على ذلك الرجز: يا أبا سفيان اليوم يوم المرحمة، اليوم أعز الله قريشاً، فأخذ رسول الله اللواء من سعد، وأعطاه ابنه قيساً. على الرغم من أن العادة عند العرب في الفتح والانتصارات كانت الانتقام والإعدام والسبي حسب عاداتهم وتقاليدهم؛ لكن النبي (ﷺ) من خلال التفاعل السياسي والخطاب الاحتجاجي حرر أهل مكة جميعاً، وعفا عنهم، إلا عشرة أشخاص.

لقد استخدم النبي (ﷺ) في هذا الفعل السياسي قوة فعل الأمر استخداماً لغوياً لإقناع المخاطبين، وقام بتصحيح سلوك الشخص المخطئ بالسلوك اللغوي المناسب حتى يقتنع المخاطبون بالتفاعل الصحيح (الطبري، ١٩٦٧م، ص ٥٦). في المعاملات والحروب، كان النبي (ﷺ) يهتم بمراعاة المعايير الإنسانية والأخلاقية من أجل إقناع المخاطب وتوجيهه؛ لهذا السبب، كانت أفعاله العسكرية بعيدة عن الانتقام، ومبنية على الأخلاق والحجج اللفظية؛ لذلك، وبأقل قدر من العنف، ينجح في فتح البلاد، لكي يسهل إقناع المخاطبين وتوجيههم.

٣-٣-٣. النهي

في العلوم البلاغية، النهي حقيقة تخرج عنها إلى المجاز في بعض المواضع، وبحسب سياق النص توضع في مقام الإقناع، وباعتباره إستراتيجية لغوية تمهّد السبيل لتوجيه المتلقي وهداياته. في السرية التي لم يحضر فيه النبي، جعل النبي (ﷺ) الإمام علي (عليه السلام) قائداً فيها. قال أمير المؤمنين الإمام علي (عليه السلام): «بعثني رسول الله (ﷺ) إلى اليمن وقال لي: يا علي، لا تُقاتلنَّ أحداً حتى تدعوهُ، وأيم الله لأن يهدي الله على يديك رجلاً خيراً لك مما طلعت عليه الشمس وعزبت» (واقدي، ١٣٦٩هـ.ش، ص ٨٢٦-٨٢٧).

في هذه المنطوقة، يمنع النبي (ﷺ) مخاطبه الخاص من أن يبدأ الحرب مع العدو، مستخدماً الوظيفة الإقناعية لفعل النهي "لا تقاتلن"، وفي فعل سياسي يقنعه بأن الإسلام ليس دين الحرب، بل إن غايته هي توجيه المخاطبين.

٣-٤-١. الآليات البلاغية في خلق الإقناع

البلاغة فن تصويري^١، تزيد من القدرة على إيصال الرسالة ذات الأغراض الإقناعية، حتى يتمكن المخاطب المثقف من الوصول إلى رسالة المرسل بطريقة ضمنية وغير مباشرة. الكفاءة البلاغية هي التقنيات التواصلية التي لها القدرة على الاحتجاج، بالإضافة إلى خلق الجمال؛ لأنّ البلاغة من وجهة نظر بيرلمان في الغرب، وطه عبد الرحمن في الشرق، صور مجازية تسبب ظهور الحجة في الكلام وتعزيزها في بناء الخطاب (عزّوزي، ٢٠١٤م، ص ٤٣ - ٥٩).

٣-٤-١.١. الاستعارة^٢

نظراً إلى الدور البارز الذي تلعبه الاستعارة في الخطابات اللغوية المعاصرة، باعتبارها أسمى المحسنات، فإنها تكون أسلوباً كلامياً بارزاً يتجاوز عن غيره من الأساليب البلاغية الأخرى؛ لأنّ المخاطب يواجه رموزاً لفظية جديدة أثناء قراءة النصوص، وهي باعتبارها نوعاً منزاحاً من الاستخدام المجازي للكلمات في عملية التواصل. فإنها تعتبر واحدة من أكثر الإستراتيجيات الحجاجية تأثيراً (كالر، ١٣٩٠هـ، ص ٣٣٢).

إنّ الاستعارة هي أحد الجوانب المجازية للغة الأكثر استخداماً؛ ولهذا السبب، يجب على المرسل إليه المشاركة عقلياً في فك رموز النصوص المجازية مع المرسل من أجل فهم عالم جديد في استنباط المفاهيم (المصدر نفسه، ص ٣٥٤). يعتقد الجرجاني أنّ الاستعارة هي نقل العبارة عن موضع استعمالها في أصل اللغة إلى غيره، وهي غالباً ما في المعنى الاحتجاجي، أي إقناع المتلقّي (الجرجاني، ١٩٩٩م، ص ٢٧).

للاستعارة العديد من الأدوار، بما في ذلك عملية سد الفجوات في الحجة؛ لذلك يتم استخدام الاستعارة من أجل استقرار النص وثباته لتثبيت المعارف الموجودة لدى المتلقّي. وفي اللقاء المباشر مع معاني الكلمات، يتمتع بالحركية الذهنية والتخيلية، ويصل بفضل المعاني الجديدة إلى الإبداع العقلي والفكري ويرافق ويتزامن مع المتحدث في النص.

إنّ خطابات النبي البلاغية تحظى بامتياز جوامع الكلام؛ أي أنّه بكلمات قليلة ينقل معاني كثيرة، مما يؤدي إلى تطور النطاق الدلالي. في غزوة حنين، عندما اندلعت الحرب، قال النبي: «الآنَ حَمَى الوطيسُ» (ابن الأثير، ١٩٥٩م، ص ٩٧)، وأعرض عن عبارة "اشتدت الحرب" والتي تعتبر عبارة مألوفة. الوطيس يعني تنور من حديد، وبه شبه حر الحرب. وقال النبي (ﷺ) في حنين: «الآنَ حمي الوطيس، وهي كلمة لم تسمع إلا منه، وهو من فصيح الكلام عبر به عن اشتباك الحرب وقيامها على ساق» (ابن منظور، ١٩٩٠م، ج ١٤، ص ٣٢٠). وفي ساحة المعركة، يقنع النبي أذهان المخاطبين بأنّ الحملة السياسية مع الأعداء قد وصلت إلى ذروة الشدة والصعوبة من خلال تصوير التهاب حرب حنين ذهنيّاً.

٣-٤-١.٢. الكناية^٣

القيمة التداولية للكناية في بنيتها الفنية هي خلق تفاعلات منطقية واحتجاجية تسبب تقريباً دلاليّاً بين المرسل والمرسل إليه. نظراً لمكانة النبي (ﷺ) الذي كان معروفاً عند الجميع في البلاغة والفصاحة، وهو كان أفصح العرب، على أنّه لا يتكلف القول، ولا يقصد إلى تزيينه، ولا يبغى إليه وسيلة من وسائل الصنعة، ولا يجاوز به مقدار الإبلاغ في المعنى الذي يريده، فإنّه

1. Image
2. Metaphor
3. Irony

يستفيد من فن الجمالية في الكلام، وبسلوكه اللفظي، يوفر الإقناع الفكري للمتلقّي، ويمهّد السبيل لإقناعه ورضاه (الرافعي، ١٩٩٠م، ص ٣١٦).

بعد فتح مكة، اغتسل النبي في منزله بعد استراحة قليلة، ودخل المسجد الحرام بالقرب من الكعبة، وهو على راحلته، واستلم الحجر الأسود، وقال: "الله أكبر"، فقال أصحابه: "الله أكبر" أيضاً. كان حول الكعبة ثلاثمائة وستون صنماً، ولما مرّ بكل صنم، جعل يكسرهما بعصاه، وهو يردد قول الله تعالى: ﴿وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَزَهَقَ الْبَاطِلُ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا﴾ (الإسراء: ١٧: ٨١) (ابن هشام، ١٩٣٦م، ج ٢، ص ٤١٧). والمعنى: استقر وشاع الحق، (وهو عبادة الله تعالى) الذي يدعو إليه النبي وانقضى الباطل، (وهو عبادة الشيطان) الذي كان النبي (ﷺ) ينهى عنه. في رسالة سياسية مصممة بالعبارة الكنائية، يسعى النبي إلى إقناع الجمهور بأنّه على حق في سلوكه اللفظي، وأنّ تصرفات المعارضين هي جهد عقيم.

٣-٤-٢. الأمثال

الأمثال هي كلام قل عدد حروفه، وكثر عدد معانيه، وجل عن الصنعة، ونزّه عن التكلف، وهي تضيف إلى جاذبية الكلام، وتشجع المتلقّي إلى السماع. كما أشار إليها القرآن الكريم في هذه الآية الكريمة: ﴿لَوْ أَنْزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَىٰ جَبَلٍ لَرَأَيْتَهُ خَاشِعًا مُتَصَدِّعًا مِنْ خَشْيَةِ اللَّهِ وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾ (الحشر: ٥٩: ٢١). وهذا مثل ساقه الله تعالى، كما دل عليه قوله "وتلك الأمثال" إلخ. وقد ضرب هذا مثلاً لقسوة الذين نسوا الله وانتفاء تأثرهم بقوارع القرآن، والمعنى: لو كان الجبل في موضع هؤلاء الذين نسوا الله وأعرضوا عن فهم القرآن ولم يتعظوا بمواعظه، لاتعظ الجبل وتصدع صخره وتربه من شدة تأثره بخشية الله. وضرب التصدع مثلاً لشدة الانفعال والتأثر؛ لأنّ منتهى تأثر الأجسام الصلبة أن تشق وتتصدع؛ إذ لا يحصل ذلك لها بسهولة.

يستخدم الخطباء قدرة الأمثال على التواصل لتقريب هدف المتحدث إلى عقل المستمع، وتعميم القضية، وتجسيد الأمور المجردة، وتقريب المراد للعقل وتصويره بصورة المحسوس. فإنّ الأمثال تصور المعاني بصورة الأشخاص؛ لأنّها أثبت في الأذهان لاستعانة الذهن فيها بالحواس، ومن ثمّ كان الغرض من المثل تشبيه الخفي بالجلي والغائب بالشاهد. يستفيد المرسل من الأمثال لتقرير كلامه بشكل احتجاجي، ولتوضيح أدلته من أجل إقناع متلقّيه وبمساعدة الأمثال يصور المعاني التجريدية، ويجسدها بصورة الأشخاص، لكي يسهّل أمر التعليم ويجعله أكثر حسياً؛ لذلك فالمرسل بواسطة تجسيد الأمور التجريدية يساعد على تنمية العقليات وتعميق الوعي وتثبيتته في أفكار المتلقّي (فتوح، ١٣٨٤هـ.ش، ص ١٧١).

للأمثال دور بارز وحاسم في حقل الأدب واللغة، ولها حضور فريد في مجالات متعددة، كالمجتمع والثقافة والسياسة، لدرجة أنّه من دونها تصبح قوة نقل اللغة ضعيفة أو غامضة؛ لأنّها عامل من عوامل تقوية اللغة. في النصوص الدينية، بما فيها القرآن وخطب المعصومين، يكون للأمثال دور بارز وحضور جدي في خطاباتها؛ ولذلك فإنّ فهمها يفتح أفقاً جديداً أمام المتلقّي (صفوي، ١٣٧٧هـ.ش، ص ٢٩٣).

لقد روي أنّ أبا عزة الجمحي، شاعر المشركين، أسره المسلمون في غزوة بدر، فاستغفر النبي (ﷺ)، فعفا عنه النبي وأطلق سراحه. مرة أخرى شارك جمحي الشاعر في غزوة أحد ضد المسلمين، وأسره المسلمون من جديد، فطلب من النبي (ﷺ) أن يعفو عنه ويطلق سراحه مرة أخرى، فاستخدم النبي في تصوير الجو السياسي قدرة الأمثال في الإقناع قائلاً: «لا

يُذْعَمُ الْمُؤْمِنُ مِنْ جُحْرِ وَاحِدٍ مَرَّتَيْنِ» (السيوطي، ١٤٠١هـ، ص ٥١). والمعنى أن المؤمن عليه أن يكون فطنا كيسا لئلا يقع في مكروه بعد وقوعه فيه مرة قبلها. وهذا من جوامع كلمه التي لم يسبق إليها، أراد به تنبيه المؤمن على عدم عوده لمحل حصول مضرة سبقت له فيه.

نلاحظ أن النبي يستخدم قوة الأمثال من أجل تجسيد العمل الذي قام به عزة الجمحي وترسيخ الرسالة في أذهان المخاطبين مباشرة وإيصال معناه إليهم بجاذبية هادفة وإقناعهم، ويقنع المخاطب بألية متكررة وشعبية، وهي أن العفو له إطار وأهداف تربوية، وإذا تجاوز الحد، فيسيء الجاهل الظن به؛ لذلك عندما يتخلى عن إعادة عفو المجرم، يسعى من خلاله إلى إقناع المخاطب، حيث يكون ذلك مناسباً مع التدابير اللغوية في سياق الموقف.

٣-٤-١-٣. المجاز

الأصل في الكلام هو الحقيقة والمجاز، كأنه فرع منه ولا يعدل عن هذا الأصل إلا لغرض (ابن الأثير، ١٩١١م، ص ١٨٩). إن لهجة الكلام وأساليب الخطاب المختلفة لها تأثيرها في تحديد السياسات وأنواع التفاعلات. يستخدم النبي، بالإضافة إلى الاستدلال في أساليبه وسلوكه، الجاذبية اللفظية أيضاً، ويستعين بفن البلاغة بشكل مقنع في خطبه؛ لذلك، بالإضافة إلى المساومة والدعاية عن طريق الأساليب المبتكرة، يحاول إقناع المخاطب أيضاً.

كان النبي (ﷺ) يُرَبِّي أصحابه على عزّة النفس والرفعة والاستغناء عن الناس وعدم طلب الحوائج من أحد، ويتحدث عن أهمية الصدقة وعدم استجداء المسلم للآخرين في خطاب غير مباشر: «الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى» (الفيض الكاشاني، ١٤٠٦هـ، ج ٢٦، ص ١٦٢). اليد العليا: هي مجاز عن اليد المعطية، والسفلى: هي الآخذة، يعني: أن المعطي أعلى من الآخذ؛ لأن الآخذ يرى نفسه دون المعطي، والمعطي يرى نفسه فوق الآخذ؛ ولهذا تجد الآخذ يخضع للمعطي أكثر من خضوع المعطي للآخذ. فاليد العليا هي المعطية، واليد السفلى هي الآخذة.

تؤكد هذه العبارة المجازية بشكل غير مباشر في فضل البذل والإنفاق في وجوه الخير وذمّ السؤال وفيها الندب إلى التّعفّف عن المسألة والحض على معالي الأمور وترك ذنوبها، وتشير إلى أن العفة من صفات المؤمن الصالح وفيها الحث على الاستعفاف والاستغناء؛ لأنّ دين الإسلام يبنّي على الإنسانية وكرم الأخلاق، ويمنع المخاطبين من الذل. فالتّعفّف عن المسألة والتّرفّع عن سؤال النَّاس مطلبٌ شرعيٌّ يوكّده ويوضّحه النبي (ﷺ) باستخدام الوظيفة المجازية الجزئية لكلمة "اليد". من المؤكّد إذا قمنا بالموازنة بين التعبير لو جاء مصرحاً بـ«المُتَصَدِّقُ خَيْرٌ مِنَ السَّائِلِ»، والتعبير المجازي، فتبيّن قيمة التعبير المجازي والمبالغة التي يحققها، مما لا نجده في التعبير الحقيقي الصريح. ولما كانت اللغة العادية التي لا تتعدّى الشيء المحسوس، عاجزة عن نقل الحالات النفسية الغامضة، لجأ النبي (ﷺ) إلى المجاز لما فيه من طاقة إيحائية في التعبير عنها.

٣-٤-٥. البديع^٢

حسب العرف، فن البديع هو من الفنون التي تستخدم في تزيين الكلام وتحسينه بنوع من التتميق؛ لكن في بعض المواقف، يخرج هذا الفن من ساحة وضعه، وهو زخرفة الكلمات وتجميل مظاهر العبارات، إلى الساحة الأكبر، مثل الإقناع والاحتجاج،

1. Figure

2. Embelishment

مما يوفر الرضا والتوجيه للمخاطب؛ ولذلك فإن فن البديع، بما يتجاوز أسلوبه المألوف المعتاد، قد حظي باهتمام الخطباء والمتحدثين، ومن خلال الدخول في مجالات جديدة مثل الموازنة والتفريع، يتجلى في ساحة الاستدلال والاحتجاج.

٣-١-٥-١. الموازنة^١

الموازنة أسلوب خطابي كثر استخدامه في خطب النبي (ﷺ)، وهو بالإضافة إلى الوظيفة الموسيقية، بسبب تجانس الكلمات^٢، يحسن القدرة العملية لهذا الفن على مستويات الإقناع (حمودي، ٢٠١٢م، ص ١٠٩ - ١١٨). هناك رواية عن النبي عن الأهمية السياسية والثقافية للقرآن: «مَنْ جَعَلَهُ أَمَامَهُ، قَادَهُ إِلَى الْجَنَّةِ؛ وَمَنْ جَعَلَهُ خَلْفَهُ، سَاقَهُ إِلَى النَّارِ» (المجلسي، ١٤٠٤هـ، ج ١، ص ٢). إلى جانب التأثير الحسي، يتحول فن الموازنة إلى الاحتجاج في مجال الجدل والحجة لتجميل ظواهر الكلام، ويستخدم الاستدلالات السياسية والثقافية المزخرفة بالفن وجراحة التجميل لإرضاء الجمهور وتوجيهه؛ لذلك فإن فن الموازنة، بالإضافة إلى خلق الشعور بالجمال، يميل إلى مجال أكثر أهمية ويقدم حججا سياسية وعقلانية، ويستشهد بأدلة قوية وحجج فريدة لإثبات شيء ما.

يذكر النبي (ﷺ) باستخدام فن الموازنة وتجميل مظهر الكلمات للجمهور، حجة سياسية وثقافية، بحيث مع وظيفة فن الموازنة، بالإضافة إلى تزيين مظهر الكلمات، ينتبه إلى تأثير قوته الإقناعية، وبذكر الحجج المنطقية، يمهد الطريق لإقناع المخاطبين وتوجيههم، ألا وهو الحث على اتباع القرآن وحفظه واتخاذها قائداً، والتحذير من معارضة القرآن والصد عنه.

٣-٢-٥-١. التفريع^٣

التفريع أو تقسيم الكل إلى أجزائه، وهو: «أن يذكر المرسل حجته في أول الأمر، ثم يعود إلى تفنيدها وتعداد أجزائها، فكل جزء منها بمثابة دليل على دعواه» (الشهري، ٢٠٠٤م، ص ٤٩٤). قال رسول الله (ﷺ) في أحد خطباته: «بني الإسلام على خمسٍ: شهادة أن لا إله إلا الله، وأن محمداً عبده ورسوله، وإقام الصلاة، وإيتاء الزكاة، وحج البيت، وصوم رمضان» (المجلسي، ١٤٠٤هـ، ج ١، ص ٧). كما نرى أن النبي (ﷺ) في البداية، شرح الإسلام على أساس أمر كلي، ثم عرض أجزائه، حيث طرح موضوعاً كلياً يعتبر ركناً أساسياً للإسلام، ثم ينقسم هذا الركن الكلي إلى أجزاء أصغر، ويتم التعبير عن فروعها بالحجة اللفظية لتوفير الإقناع البلاغي للجمهور بفن لفظي مزين بالحجة السياسية والثقافية والاحتجاج اللغوي؛ لذلك، يخطط النبي الإقناع بخطاب مستمد من فن التفريع، حتى يقتنع المخاطب الخاص بالهداية والتوجيه.

٣-٣-٥-١. الآليات المنطقية في الإقناع

إنّ القياس المنطقي^٤ يعد من أهم الآليات المنطقية التي تقوم على الخطابات الحجاجية، ونعني بالوسائل المنطقية الآليات والتقنيات المنطقية التي تؤسس بنية الحجاج في الخطاب، أي جملة الأساليب التي تعتمد قوانين المنطق من مقدمة كبرى ومقدمة صغرى والنتيجة والتي تهدف في الخطاب إلى إقناع المتلقي بما طرح عليه من أفكار. بالإضافة إلى تجميل خطابه، يستخدم النبي القدرة المنطقية لهذه المحسنة البديعية للمساعدة في العملية الحجاجية وتعزيز قوة الإقناع لدى المتلقي.

في القياس التالي، نرى المنطق الذي يعد أحد أهم أنواع الحجج والخطابات البرهانية. وبكلمات واضحة وغير غامضة، أقام النبي (ﷺ) صلة عميقة وعامة بين مقدمات البحث ونتائجه، لكي يعترف المتلقي، بالإضافة إلى قبول المقدمات،

1. Parallelism
2. Homogeneity
3. Extraction
4. Syllogism

بنتائجها أيضاً؛ لذلك، فهو يستخدم قوة القياس ولغة المنطق لتوجيه الآخرين، حيث يجعلهم يقتنعون بالفكرة المطروحة؛ لأن الغرض من القياس هو نقل الحقائق إلى الجمهور من خلال قوة الكلمات والاحتجاج (السباعوي، ٢٠١١م، ص ٢٢٦). يقول النبي (ﷺ) في عبارة قياسية: «دُعُونِي مَا تَرَكَتُكُمْ، إِنَّمَا هَلَكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ بِسُؤَالِهِمْ وَاخْتِلَافِهِمْ عَلَيَّ أَنْبِيَائِهِمْ، فَإِذَا نَهَيْتُكُمْ عَنْ شَيْءٍ فَاجْتَنِبُوهُ، وَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِأَمْرٍ فَأَتُوا مِنْهُ مَا اسْتَطَعْتُمْ» (المجلسي، ١٤٠٤هـ، ج ٤، ص ١٤٤١). وفي هذا الحديث: النهي عن الاختلاف وكثرة الأسئلة من غير ضرورة؛ لأنه توعد عليه بالهلاك؛ والوعيد على الشيء دليل على كونه كبيراً، والاختلاف المذموم ما يؤدي إلى كفر أو بدعة. وفيه الأمر بطاعة الرسول (ﷺ)، والتمسك بسنته، والعمل بأقواله وأفعاله وتقريراته، والوقوف عندها أمراً ونهياً.

يمكن تصور القياس المنطقي المتكامل الأركان في هذا الحديث الشريف على النحو الآتي:

المقدمة الكبرى: عدم اتباع الرسول في أمره ونهيه، فيه الهلاك؛

المقدمة الصغرى: كثرة السؤال والاختلاف على الأنبياء، فيه الهلاك؛

النتيجة المنطقية: كثرة السؤال والاختلاف على الأنبياء، ليس من اتباع الرسول.

نلمح القوة الحجاجية لهذا القياس المنطقي من خلال طرح المقدمة الكبرى والصغرى والنتيجة المنطقية في تأثيره في نفس المتلقي، فيسير باقتناع راسخ بأن عدم اتباع عن أوامر الأنبياء يؤدي إلى الضلال والهلاك الذي يصيب كل فاسد. فهذا القياس يتضمن حجة قوية تدعم قول النبي (ﷺ)، بمعنى أنه هناك تسلسل منطقي بين الأقوال يؤدي إلى شد انتباه المتلقي نحو الفكرة المطروحة.

من المؤكد أن للاحتجاج والإقناع معايير وتقنيات مختلفة، والتي من خلال مراعاة هذه المعايير والمبادئ المتمحورة حول العقل والفكر، ستوفر الأساس للتفاهم المتبادل، وستسهل فهم المتلقي ومشاركته. النمو في خلق الخطاب يتم من خلال الحجج والمجادلات بين أطراف الخطاب؛ لأن الاستشهاد بالحجج اللفظية شرط أساسي في إستراتيجية الإقناع، فهو أسلوب يختلف عن إستراتيجيات الخطاب الأخرى؛ لأن الغرض من كل هذا إقناع المرسل إليه والتأثير فيه بتلك الحجج، فهو أكثر شمولاً من الإستراتيجيات اللغوية الأخرى، بحيث يشمل نطاقها البالغين والشباب والأطفال، ولها تأثيرات تعليمية أكثر من الإستراتيجيات اللغوية الأخرى، ويكون تأثيرها على متلقي الرسالة أعمق؛ لذلك، في الأمور التي لا تخضع للإجماع، يتم استخدام إستراتيجية الإقناع، بحيث يحصل متلقي الرسالة على صورة صحيحة للخطاب، ويحميه من التأويل الخاطئ.

الخاتمة

بناء على منهج البحث في الإطارين النظري والتحليلي، تتضح النتائج التالية:

نظراً لأهمية الإقناع وتأثيره على المتلقي، استخدم النبي (ﷺ) هذا الفن التواصلية أكثر من الإستراتيجيات التواصلية الأخرى في الخطب والخطابات السياسية؛ لأنه يحظى بمزيد من القبول والاستحسان العام، وأساليبه التواصلية باطنية، وله اتصال وثيق بضمير المتلقي وطبيعته، ويزيد من طول الخطابات وخلودها، ولن تكون النتيجة الناتجة عنه مصحوبة بالشكوك.

من أجل نشر الدين وشرح الرسالة السياسية، ووفقاً لظروف مختلفة، يستخدم النبي (ﷺ)، بوصفه أستاذاً بلا منازع في اللغة، أدوات اللغة والفنون التواصلية، كالبلاغة والمنطق على النحو الأمثل في الإقناع، لكي يتسبب توجيه المتلقي وهدايته؛

لذلك، توصل السياسيون اليوم إلى نتيجة، مفادها أنه من أجل الإقناع في الساحات السياسية والثقافية، ينبغي الاستفادة من الكفاءة اللغوية، وفقاً لأذواق المتلقي ورغباته.

إن أهم إستراتيجية الإسلام هي مراعاة مبدأ الوسطية والاعتدال في صنع السياسات؛ لذلك، في الحجة الإقناعية، بالإضافة إلى القدرة البلاغية التي تستهدف عواطف المستمعين ومشاعرهم، استخدم النبي القدرة التناسية استخداماً سياسياً ومنطقياً، لكي يوقظ أفكار مخاطبيه الخواص.

من خلال اتخاذ الإستراتيجيات التواصلية الخاصة مثل فن الإقناع، نجح النبي (ﷺ) في حل العقد الاجتماعية والسياسية والثقافية للمجتمع المستهدف، ومن خلال رسم الآليات اللغوية على شكل القدرات المعجمية والبلاغية والمنطقية، تمكن من إقناع المتلقي والتحكم فيه وهدايته.

ينبني منهج آليات النبي (ﷺ) التواصلية على التعبير الواضح والبسيط، وإن استخدم بحسب سياق الموقف، تعبيرات إيحائية على شكل الاستعارة والكناية والتشبيه في الخطابات السياسية؛ لأن استخدام مثل هذه التعبيرات يهدب عقول المتلقي الخاص، ويزيد من رغبته في خلق الخطاب، ويعمق تأثير الكلام، فبالتالي يقدم أفكار الشخص الجاهزة للمتحدث، ويسهل عملية الإقناع.



المصادر والمراجع

* القرآن الكريم

أ. العربية

- ابن الأثير، ضياء الدين نصر الله بن محمد. (١٩١١م). *المثل السائر*. تقديم وتعليق أحمد الحوفي وبدوي طبانة. القاهرة: نهضة مصر.
- ابن جنّي، أبو الفتح عثمان. (١٤٢٩هـ). *الخصائص*. تحقيق عبد اللطيف الهنداوي. بيروت: دار الكتب العلمية.
- ابن منظور، جمال الدين محمد بن مكرم. (١٩٩٥م). *لسان العرب*. بيروت: دار صادر.
- ابن هشام، أبو محمد عبد الملك بن هشام. (١٩٣٦م). *السيرة النبوية*. تحقيق مصطفى السقاء وإبراهيم الأبياري. بيروت: دار المعرفة.
- برغوث، علي. (٢٠٠٥م). *الاتصال الإقناعي*. فلسطين: جامعة الأقصى للنشر والتوزيع.
- العجاظ، أبو عثمان عمرو بن بحر. (٢٠٠٣م). *البيان والتبيين*. تحشبه موفق شهاب الدين. بيروت: دار الكتب العلمية.
- الجرجاني، أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن. (١٩٩٩م). *أسرار البلاغة*. تحقيق محمد الفاضلي. ط ٢. بيروت: المكتبة العصرية.
- حاقّة، عبد الكريم. (٢٠٢٢م). «آليات الإقناع في القرآن الكريم: دراسة لنماذج لغوية وبلاغية مختارة». *مجلة الشهاب*. ع ١. ص ٩ - ٣٠.
- حمودي، محمد. (٢٠١٢م). «الحجاج وإستراتيجية الإقناع عند طه عبد الرحمن: مقارنة أستمولوجية» *مجلة حوليات التراث*. ع ١٢. ص ١٢٧ - ١٣٨.

الرافعي، مصطفى صادق. (١٩٩٠م). *إعجاز القرآن والبلاغة النبوية*. بيروت: دار الكتاب العربي.

السباعي، طه. (٢٠٠١م). *أساليب الإقناع من المنظور الإسلامي*. بيروت: دار الكتب العلمية.

السيوطي، جلال الدين عبد الرحمن بن أبي بكر. (١٤٠١هـ). *الجامع الصغير في أحاديث البشير النذير*. بيروت: دار الفكر.

شعبان، خيضر. (٢٠٠٧م). *الإعلام والاتصال*. الجزيرة: دار اللسان العربي للترجمة والنشر والتأليف.

الشهري، عبد الهادي بن ظافر. (٢٠٠٤م). *إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولي*. بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة.

- الطبري، أبو جعفر محمد بن جرير. (۱۹۶۷م). *التفسير الطبري*. تحقيق محمد أبو الفضل إبراهيم. ط ۲. بيروت: دار التراث.
- العبد، محمد. (۲۰۰۵م). *النص والخطاب والاتصال*. القاهرة: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعية.
- عزّوزی، البشير. (۲۰۱۴م). *حجاجية الاستعارة في الشعر العربي: ديوان المتنبي أنموذجاً*. رسالة الماجستير. جامعة دكلى محدّد اولحاج - البويرة.
- علي عيد، عريب محمد. (۲۰۱۱م). *الخطاب النبوي في ضوء اللسانيات الاجتماعية*. أطروحة الدكتوراه. الجامعة الأردنية. عمان.
- عماريش، فاطمة. (۲۰۲۱م). «استراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي، المفهوم والآليات». *مجلة الضاد مجلة لسانيات العربية وآدابها*. ع ۴. ص ۴۳۸ - ۴۱۳.
- الغامدي، عبد الكريم جمعان. (۲۰۱۳م). «الحجاج في الخطبة النبوية». *مجلة جامعة أم القرى*. ع ۱۰. ص ۲۷۳ - ۳۵۲.
- فروم، هشام. (۲۰۰۹م). *تجليات الحجاج في الخطاب النبوي دراسة في وسائل الإقناع الأربعة النووية*. رسالة الماجستير. جامعة الحاج لخضر باتنة.
- قاسم، رفيق حمود ناجي. (۲۰۱۸م). «الإقناع في القرآن الكريم الأنبياء عليهم السلام أنموذجاً». *دراسات تركية*. ع ۱۷. ص ۱۷۶ - ۲۰۳.
- المجلسي، محمد باقر. (۱۴۰۳هـ). *بحار الأنوار*. بيروت: مؤسسة الوفاء.
- المسدّي، عبد السلام. (۲۰۰۸م). *اللغة والسياسة*. تونس: مجلّة الثقافات.
- مصباح، عامر. (۲۰۰۵م). *الإقناع الاجتماعي*. الجزيرة: ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع.
- المغامسي، آمال يوسف. (۲۰۱۵م). *الحجاج في الحديث النبوي: دراسة تداولية*. الجزيرة: دار المتوسط للنشر.
- نعمة، أنطوان؛ وآخرون. (د.ت). *المنجد في اللغة العربية المعاصرة*. بيروت: دار المشرق للنشر والتوزيع.
- نوري مصعب، محمود عزواوي. (۲۰۰۴م). *خطب الرسول الكريم محمد (ص): دراسة توثيقية تحليلية*. رسالة الماجستير. جامعة بغداد. كلية التربية. قسم اللغة العربية.

ب. الفارسية

- آقایی، هوشنگ؛ روح الله صیادی نژاد، و محسن سیفی. (۱۴۰۱هـ.ش). «واکاوی زبان سیاسی پیامبر اعظم (ص)». *مجله پژوهش های سیاست اسلامی*. ش ۲۱. ص ۱۲۳ - ۱۵۰.
- باقری، مهري. (۱۳۷۴هـ.ش). *مقدمات زبان شناسی*. ج ۳. تبریز: قطره.
- بیرد، ایدرین. (۱۳۸۹هـ.ش). *زبان سیاست*. ترجمه محمدرضا اصلانی. تهران: فرهنگ نشر نو.
- رهر، محمد بتقی. (۱۳۹۱هـ.ش). *پژوهشی در تبلیغ*. قم: مؤسسه بوستان.
- حمیدالله، محمد. (۱۳۷۵هـ.ش). *نامه ها و پیمان های سیاسی حضرت محمد*. ترجمه سیدمحمد حسینی. ج ۳. تهران: سروش.
- حیدری، فاطمه؛ و بیبا دارایی. (۱۳۹۲هـ.ش). «بینامتنیت در شرق اثر شهریار مندنی پور». *جستارهای ادبی دانشگاه تربیت مدرس*. ش ۲. ص ۱۲۰ - ۱۴۱.
- سبحانی، جعفر. (۱۳۸۵هـ.ش). *فروغ ابدیت*. قم: بوستان کتاب.
- صفوی، کوروش. (۱۳۷۷هـ.ش). *درآمدی بر معنا شناسی*. تهران: سوره مهر.
- صلاحی مقدم، سهیلا؛ و اکرم امیری. (۱۳۹۲هـ.ش). «تأثیر پذیری امام خمینی (ره) و حزین لاهیجی از حافظ در موسیقی کناری (ردیف)، بر اساس نظریه ترامتیت». *همایش پژوهش های زبان و ادبیات فارسی*. ص ۶ - ۱۴.
- صیادی نژاد، روح الله. (۱۳۹۷هـ.ش). «بررسی منظورشناسانه برهان های بلاغی در گفتن پیامبر». *پژوهشنامه نقد ادب عربی*. ش ۱. ص ۱۴۹ - ۱۸۲.
- فتوحی، محمود. (۱۳۸۴هـ.ش). «تمثیل، ماهیت، اقسام، کارکرد». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی - دانشگاه خوارزمی*. ش ۴۹. ص ۱۴۱ - ۱۸۷.
- کالر، جانانان. (۱۳۹۰هـ.ش). *در جستجوی نشانه ها*. ترجمه لیلی صادقی. تهران: علم.

نظري، علي؛ و نعمت عزيزي. (۱۳۹۳هـ.ش). *بازتاب مضامين ديني در شعر برهان الدين عموشي*. قم: پويشگر.
واقدي، محمد بن عمر. (۱۳۶۹هـ.ش). *المغازي*. ترجمه محمود مهدوي دامغاني. تهران: مركز نشر دانشگاهي.

