



تحلیل گفتمان ادبی خطبه جهاد

سعیده محمودی^۱، حسین چراغی‌وش^{۲*}، محمود میرزایی‌الحسینی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۸/۰۷

چکیده

گفتمان (discourse) به‌طور کلی به بافت زبان در مراحل بالاتر از جمله اطلاق می‌شود. تحلیل گفتمان، یکی از ابزارهای تحلیل متون ادبی است که ارتباط بین ساختارهای گفتمان‌مدار و دیدگاه‌های اجتماعی حاکم بر تولید گفتمان را بررسی می‌کند، تحلیل گفتمان ادبی به عنوان یکی از فروع تحلیل گفتمان به بررسی و نقد متون ادبی از جنبه ساختارهای زبانی و بافت متنی و هماهنگی آن‌ها با بافت موقعیتی می‌پردازد. نهج‌البلاغه به عنوان مجموعه سخنانی فروتر از قرآن کریم و فراتر از کلام بشری همواره مورد تحلیل پژوهشگران قرار گرفته است؛ اما یکی از ویژگی‌های شایان توجه درباره نهج‌البلاغه ویژگی گفتمان ادبی است که به نظر می‌رسد کمتر مورد پژوهش و بررسی قرار گرفته است، در حالی که بخشی از زیبایی‌های کلام امام(ع)، به ارتباط و هماهنگی بین ابزارهای ادبی درون متنی و بافت موقعیتی آن‌ها مربوط است. این پژوهش در پی آن است که با روش توصیفی-تحلیلی و از منظر تحلیل گفتمان ادبی به بررسی یکی از خطبه‌های مشهور نهج‌البلاغه به نام خطبه جهاد بپردازد و کوشیده گفتمان ادبی این خطبه را بر اساس تناسب و انسجام بین بافت متن در ساختارهای مختلف و بافت موقعیتی آن تحلیل و تبیین نماید. برآیند پژوهش نشان می‌دهد که ساختارهای خطبه اعم از ساختار بیرونی که شامل سطح آوایی، سطح نحوی و سطح دلالی می‌باشد و ساختار درونی که شامل محتوا و عواطف گفتمان است، متناسب و منسجم با بافت موقعیتی آن یعنی کوتاهی و غفلت مخاطب در امر جهاد، در پی برانگیختن احساسات مخاطب و بیدار کردن او از خواب غفلت می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: تحلیل گفتمان، گفتمان ادبی، امام علی(ع)، خطبه جهاد.

۱. کارشناس ارشد زبان و ادبیات عربی دانشگاه لرستان

۲. استادیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه لرستان

۳. دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه لرستان

*: نویسنده مسئول

۱. مقدمه

نهج البلاغه فصیح‌ترین و بلیغ‌ترین سخن‌ها بعد از قرآن کریم و سخنان پیامبر اکرم (ص) است. زیبایی لفظ و معنا، قدرت ترکیب و تنوع آن، به‌کارگیری عواطف و احساسات، کاربرد اسلوب قرآنی و همچنین استشهاد به آیات قرآن کریم از ویژگی‌های بی‌نظیر خطبه‌های امام (ع) می‌باشد، اما آن‌چه که بیش از همه‌ی این موارد به کلام ایشان زیبایی خاصی بخشیده، این است که ایشان با توجه به موقعیت‌های مختلف، زیباترین و تأثیربرانگیزترین سخنان را بر زبان جاری ساخته و این امر با توجه به فی‌البداهه بودن اکثریت خطبه‌های ایشان، خود دلیل دیگری است که بلاغت بی‌نظیر کلام ایشان را به اثبات می‌رساند. سخنان حضرت (ع) همواره مورد بررسی و تحلیل پژوهشگران قرار گرفته، از جمله ابزارهای تحلیل متون ادبی و از آن جمله نهج‌البلاغه، تحلیل گفتمان است «در تحلیل گفتمان، کلام را در بافت متن بررسی می‌کنیم و خارج از متن و موقعیت، آن را غیر قابل تفسیر می‌دانیم» (یارمحمدی، ۱۳۸۳: ۲۰۸).

۱-۱. بیان مسئله

«گفتمان یک واژه فرانسوی است که از ابتدای قرن ۲۰ در علوم انسانی تبدیل به موضوعی علمی و تجربی شد» (شرشار، ۲۰۰۶: ۱۳). و به معنای مرادده کلامی، سخن و گفتگو، بده بستانی بین گوینده و شنونده، مباحثه درباره یک موضوع و گپ زدن است (میلز، ۱۳۸۸: ۱۰-۷). از جمله ابزارهای تحلیل متون ادبی، تحلیل گفتمان است در نظریه تحلیل گفتمان، در کنار ساختار متن، بافت موقعیت نیز جهت تحلیل متون از اهمیت قابل‌ملاحظه‌ای برخوردار است «در تحلیل گفتمان برخلاف تحلیل‌های سنتی زبان شناسانه، دیگر صرفاً با عناصر نحوی و لغوی تشکیل‌دهنده جمله به عنوان عمده‌ترین مبنا یعنی زمینه متن سروکار نداریم، بلکه فراتر از آن به عوامل بیرون از متن یعنی بافت موقعیتی، فرهنگی، اجتماعی و غیره سروکار داریم» (فرکلاف، ۱۳۸۹: ۸). تحلیل گفتمان ادبی یکی از شاخه‌های تحلیل گفتمان است، «بحث درباره‌ی گفتمان ادبی و ارتباط آن با نقد، از ابتدای قرن بیستم در رأس تلاش‌های پژوهشگران قرار گرفت» (شرشار، ۲۰۰۶: ۲۶). «بسیاری از گفتمان‌ها از جمله گفتمان ادبی بر این موضوع تأکید دارند که زبان تحت تأثیر احساس و ادراک ما از دنیای بیرون، به تولید منجر شده و به این ترتیب گفتار پدیدار می‌شود» (شعیری، ۱۳۸۹: ۱۹). «تحلیل گفتمان ادبی تحلیلی است نقدی که آثار ادبی و هنری را به منظور بیان زیبایی‌ها و تصویرگری‌ها، روش‌های آن، تأثیر آن بر خواننده و برانگیختن احساس وی و همچنین میزان ابداع و نوآوری آن‌ها را از جانب ادیب و هنرمند، نقد و تحلیل می‌کند» (زارع و طوبایی، ۱۳۹۰: ۷۸).

در گفتمان ادبی، ادیب می‌کوشد با ایجاد تناسب و هماهنگی میان عناصر زیباشناختی ادبی و بافت موقعیت به جذب، اقناع و اثرگذاری بر مخاطب بپردازد و افکار مورد نظر را به او انتقال دهد که کار تحلیلگر در بحث تحلیل گفتمان ادبی کشف این هماهنگی و انسجام می‌باشد.

این پژوهش در پی آن است که از منظر تحلیل گفتمان ادبی، به تجزیه و تحلیل خطبه مذکور پرداخته و نشان دهد که تمامی ساختارهای متنی این خطبه، متناسب با بافت موقعیتی آن چگونه و به چه کیفیتی

به خدمت گرفته شده تا از این رهگذر نقش خود را در تحریک مخاطب به امر جهاد ایفا کند. در این پژوهش از ترجمه دشتی استفاده شده است.

و اما سؤال پژوهش:

کارکرد ساختارهای متنی خطبه جهاد در هماهنگی و انسجام با بافت موقعیتی آن و انتقال احساسات و افکار صاحب متن به مخاطب در این گفتمان ادبی به چه صورت می‌باشد؟

۱-۲. پیشینه پژوهش

از جمله پژوهش‌های انجام شده در زمینه تحلیل گفتمان ادبی می‌توان به «تحلیل گفتمان ادبی خطبه‌های حضرت زینب(س)» اشاره کرد که در سال ۱۳۸۸ با همکاری کبری روشنفکر و دانش محمدی در مجله سفینه، شماره ۲۲ به چاپ رسید، پژوهش دیگری تحت عنوان «تحلیل خطبه الغدير علی منهج تحليل الخطاب الادبی» نیز موجود است که با همکاری آفرین زارع و طاهره طوبایی در زمستان ۱۳۹۰ در شماره ۴ مجله فصلیه النقد و الادب المقارن (بحوث فی اللغة العربیة و آدابها) منتشر گردید. در خصوص خطبه جهاد و نهج البلاغه نیز از جمله پژوهش‌هایی که با نگاه ادبی این خطبه را بررسی کرده‌اند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: ۱- «مقاله بررسی و تحلیل زیبایی‌شناختی خطبه جهاد» نوشته سید اسماعیل حسینی اجدادنیکی در مجله پژوهشنامه نقد ادبی و بلاغت که البته ایشان بیشتر تلاش نموده عناصر زیبایی‌شناختی متن را بررسی کند و نگاهش از دید تحلیل گفتمان ادبی نیست. ۲- «تحلیل گفتمان انتقادی خطبه ششقیه بر اساس الگوی فر کلاف» چاپ شده در مجموعه مقالات نخستین همایش ملی نهج البلاغه و ادبیات در ۱۳۹۱ در شهر قم این مقاله نیز با محوریت گفتمان انتقادی و بر اساس الگوی فر کلاف می‌باشد و در مورد خطبه ششقیه که با پژوهش حاضر متفاوت است. ۳- همچنین مقاله «بررسی ساختار وجهی خطبه جهاد نهج البلاغه بر اساس فرانتش بینافردی نظریه نقش گرا» در مجله زبان پژوهی در سال ۱۳۹۴ به چاپ رسیده است که همان‌طور که از عنوان مشخص است بر اساس نظریه فرا نقش بینافردی دستور نقش‌گرای نظام‌مند هلیدی می‌باشد که نتایج حاصله‌ی از این پژوهش بیشتر در حوزه نحوی است و با تحلیل گفتمان که نگاهی همه‌جانبه به کل اثر در ساختارهای مختلف آن دارد، متفاوت است. البته قابل ذکر است که این مقاله حاصل پایان‌نامه‌ای است که در سال ۱۳۹۲ نوشته شده است و ممکن است که بعد از این کار مقالاتی در حوزه نهج البلاغه نوشته شده باشد که ما از آنها استفاده نکرده‌ایم و طبیعتاً آنها جزء پیشینه ما نیستند مثلاً مقاله‌ای که با عنوان سبک‌شناسی لایه‌ای خطبه جهاد در پاییز ۱۳۹۳ در شماره ۷ نشریه پژوهشنامه نهج البلاغه چاپ شده است بعد از پژوهش ما نوشته شده، هر چند این مقاله فقط لایه‌های مختلف متن را بررسی کرده و ما افزون بر آن تلاش کرده‌ایم با نگاه تحلیل گفتمان ادبی استراتژی متن را که استراتژی گزایشی است کشف کرده و مبانی این گفتمان ادبی را تحلیل کنیم. مورد شماره ۳ نیز همین‌طور است که در سال ۱۳۹۴ چاپ شده است.

۱-۳. ضرورت و اهمیت پژوهش

در باب ضرورت این پژوهش، می‌توان به این نکته اشاره کرد که پژوهشگران همواره، در زمینه تحلیل و بررسی خطبه‌های امام(ع) و کشف زیبایی‌های آن همت گمارده‌اند، اما تلاش آن‌ها از دیدگاه تحلیل گفتمان ادبی، بسیار جزئی و اندک است، لذا این پژوهش درصدد است از این منظر، به کشف ارتباط بین ابزارهای ادبی خطبه مذکور و بافت موقعیتی آن بپردازد.

۱-۴. روش پژوهش

در این پژوهش، با روش توصیفی تحلیلی ابتدا به تحلیل بافت موقعیتی خطبه مذکور و سپس به تحلیل بافت متنی خطبه می‌پردازیم، «تحلیل متن به عنوان بخشی از تحلیل گفتمان متشکل از دو بخش است: تحلیل زبان‌شناسی و تحلیل بینامتنی که این دو مکمل یکدیگرند» (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۱۱۷). لذا در این مرحله، ابتدا بافت محتوایی خطبه توضیح داده می‌شود زیرا «در گفتمان جدایی بین شکل و مضمون رد می‌شود و ساختارها و اشکال زبانی در کنار هدف نویسنده مورد بررسی قرار می‌گیرند» (فضل، ۱۹۹۲: ۷۸)؛ و سپس به تحلیل زبان‌شناسی (ساختار بیرونی و درونی) متن پرداخته می‌شود، در بررسی بافت ساختاری خطبه، در کنار ساختار بیرونی، ساختار درونی نیز مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد، زیرا «هیچ‌کس نمی‌تواند منکر بعد عاطفی گفتمان شود» (شعیری، ۱۳۸۹: ۱۳۸-۱۳۷).

در تحلیل بافت ساختار بیرونی، کامل‌ترین دسته‌بندی پیشنهادی در کتاب «بلاغه الخطاب و علم النص»، تألیف دکتر صلاح فضل ملاک قرار گرفته است؛ که عبارت است از:

- ۱: سطح آوایی، به بحث صوتی گفتمان مربوط شده و ایجاد هیجان می‌کند.
- ۲: سطح نحوی: در این بخش به بررسی ساختمان جمله‌ها پرداخته شده است.
- ۳: سطح دلالتی: این سطح معمولاً محور دسته‌بندی‌های بلاغی است که مهم‌ترین انواع آن عبارتند از: تشبیه، استعاره، مجاز، کنایه. لازم به ذکر است که صنایع بدیع معنوی همچون طباق، توریه، مبالغه و ... نیز از آن جهت که جنبه معنایی کلام، مدنظر است در این تقسیم‌بندی قرار می‌گیرند (فضل، ۱۹۹۲: ۲۱۹-۲۰۹).

بعد از بررسی و تحلیل زبان‌شناسی متن، به تحلیل روابط بینامتنی پرداخته می‌شود.

۲. تحلیل گفتمان ادبی خطبه جهاد

خطبه جهاد در حقیقت نوعی فراخوانی به جهاد است که سعی دارد روح غیرت و حماسه را در وجود مخاطب شعله‌ور سازد، حضرت(ع) در این خطبه اطرافیان خود را به خاطر عدم آمادگی برای جهاد، سرزنش می‌فرماید. تعیین بافت موقعیتی خطبه جهت تحلیل و بررسی بافت متن، امری ضروری است، لذا در ابتدای بحث به آن پرداخته می‌شود.

۲-۱. بررسی بافت موقعیتی

بافت موقعیت عبارت است از «زمینه و شرایطی که سخن در آن جریان می‌یابد و از آن با اصطلاحاتی مانند زمینه، بافت، بافت موقعیتی، سیاق و در بلاغت قدیم با عنوان اقتضای حال یا مقتضای حال و اعتبار مناسب تعبیر کرده‌اند» (فتوحی رود معجنی، ۱۳۹۱: ۵۷).

این خطبه از خطبه‌های پایانی عمر شریف حضرت علی (ع) است که در آن اطرافیان خود را به خاطر عدم آمادگی برای جهاد، توبیخ و سرزنش می‌فرماید (ابن میثم، ۱۳۶۲: ۶۷/۲)؛ و بیانگر سوز درونی مولا و خشم فراوان او از کوتاهی مردم در امر جهاد با دشمنان اسلام است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵: ۱۳۳/۲).

دلیل مشهور ایراد این خطبه این است که، مردی به نام علج از مردم شهر انبار، بر آن حضرت وارد شد و خبر داد که سفیان بن عوف غامدی به فرماندهی سپاه معاویه به شهر انبار وارد شده و کارگزار آن حضرت حسان بن حسان بکری را به شهادت رسانده است. حضرت با شنیدن این خبر ناگوار به منبر رفت و خطاب به مردم فرمود: «برادر شما حسان بکری در شهر انبار دچار مصیبت و گرفتاری شد. او با وجود این که سخت درمانده شده بود، از حادثه نهراسید، نعمت‌های آماده نزد خداوند را، بر زندگی دنیا ترجیح داد و آخرت را برگزید. پس به سوی دشمن بشتابید، آنان را تعقیب کنید و اگر بر آنها دست یافتید، چنان گوشمالی‌شان دهید که برای همیشه از زندگی، در عراق قطع امید کنند.» پس از ادای این جملات، به امید شنیدن پاسخ مناسب ماند، اما مردم خاموش ماندند سکوتی مرگبار همگان را فرا گرفت هیچ‌کس، حتی یک کلمه بر زبان نراند. حضرت که با سکوت آنان روبرو شد، از منبر پایین آمد، پیاده به سوی اردوگاه نخيله به راه افتاد مردم پشت سر آن حضرت آمدند و در محل اردوگاه سپاه، برخی از بزرگان کوفه، اطرافش را گرفتند و از آن حضرت درخواست کردند به منزل بازگردند و سپس معروض داشتند که امر جنگ را به عهده خواهند گرفت. حضرت با ناراحتی فرمود: «شما نه به درد خود می‌خورید و نه مرا به کار می‌آیید» ولی آنان همچنان بر تقاضای بازگشت آن حضرت اصرار ورزیدند تا سرانجام به منزل بازگشت و یکی از فرماندهان خود به نام سعید بن قیس همدانی را با هشت هزار نفر، به تعقیب، سفیان بن عوف غامدی فرستاد. سعید بن قیس آنها را تا محلی به نام ادانی در سرزمین قنسرین تعقیب کرد اما بر آنان دست نیافت، به هنگام بازگشت سعید بن قیس، حضرت کسالت داشت و بر ایراد سخنرانی در میان مردم قادر نبود، جلو باب السده در حالی که حسن و حسین علیهم‌السلام و عبدالله جعفر او را همراهی می‌کردند، نشست؛ و جهت گزارش «سعد» را فراخواند و کاغذی را که بر آن همین خطبه را نوشته بود به وی داد و فرمود، برای مردم چنان با صدای بلند بخواند، که همگان و خود آن حضرت بشنوند. در روایت دیگری، مبرّد علت ایراد این خطبه را چنین نقل می‌کند: هنگامی که خبر ورود لشکر معاویه به شهر انبار و کشته شدن حسان بن حسان بکری، به آن حضرت رسید، خشمگین از منزل بیرون شد، درحالی که از فرط ناراحتی عباي مبارکش را بر زمین می‌کشید، به اردوگاه نخيله آمد و مردم آن بزرگوار را همراهی می‌کردند، بر بالای بلندی قرار گرفت، خدای را ستایش کرد و بر پیامبر (ص) رحمت و درود فرستاد، سپس این خطبه را ایراد فرمود (ابن میثم، ۱۳۶۲: ۳۱/۲).

کوتاهی و غفلت مخاطب (مردم کوفه) در امر جهاد، عدم اطاعت و فرمان‌پذیری آنها از حضرت، بی‌مسئولیتی، بی‌غیرتی، ترس، بی‌خردی، بهانه‌جویی‌ها و رفتارهای متناقض، به عنوان شرایط حاکم بر جامعه آن زمان منجر به بروز حادثه‌ای تأسف‌بار در سرزمین‌های اسلامی می‌شود. به نظر می‌رسد بیان خشونت‌آمیز، تحقیر و سرزنش و ابراز تنفر از مخاطب از جمله راهکارهایی است که در این خطبه جهت انگیزش و تحریک مخاطب به امر جهاد گزینش شده است.

۲-۲. بررسی بافت متنی

بافت زبانی یا متنی: «منظور متنی است که از پیوند کلمه‌ها و جمله‌ها و روابط واژگانی با هم پدید می‌آید، سخن‌گو با پیوند شماری از جمله‌های زبان، یک بافت یا یک متن می‌سازد که بافت زبانی نامیده می‌شود. کلمه‌ها و جمله‌ها تنها در درون این بافت زبانی معنا دار می‌شوند» (فتوحی رود معجنی، ۱۳۹۱: ۵۷). بافت متنی خطبه‌ی جهاد شامل بررسی بافت محتوایی، بافت ساختاری و روابط بینامتنی است.

۲-۲-۱. بررسی بافت محتوایی

بافت محتوایی خطبه، شامل موارد زیر می‌باشد:

۱. بیان فضیلت و اهمیت جهاد و پیامدهای منفی ترک آن.
۲. اعلام خبر حمله دشمن به شهر انبار و قتل عام و غارت مسلمین، سرزنش مردم کوفه به خاطر عدم اطاعت و بهانه‌جویی و ترس آن‌ها از جهاد در راه خدا.
۳. بیان مظلومیت امام(ع) و اشاره به سوابق ایشان در امر جهاد و مبارزه با دشمن.

۲-۲-۲. بررسی بافت ساختاری

در این بخش ابتدا ساختار بیرونی و سپس ساختار درونی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

۲-۲-۲-۱. بررسی ساختار بیرونی

۲-۲-۲-۱-۱. سطح آوایی

مشاهده‌ی انواع موسیقی درونی مانند موسیقی ناشی از تکرار هجا و حروف، این مسأله را روشن می‌سازد که کوتاهی و بی‌توجهی مخاطب نسبت به جهاد و پیامدهای منفی آن باعث شده که ابزارهای ادبی و از آن جمله موسیقی، جهت جلب توجه مخاطب، تحریک احساسات و برانگیختن او به خدمت گرفته شود زیرا زیبایی ناشی از موسیقی در جلب توجه مخاطب و اثرگذاری بر او بسیار مؤثر می‌باشد.

الف: آوای ناشی از تکرار هجا

در ابتدای بحث باید گفت که: «هجا یک واحد صوتی مشترک در میان تمام زبان‌هاست که ریشه علمی دارد و در علم موسیقی (phonetics) نامیده می‌شود، هجا عبارت است از حرکت کوتاه یا بلند همراه با یک یا چند حرف (صوت) ساکن» (انیس، ۱۹۵۲: ۱۴۴). هجا در زبان عربی به سه دسته تقسیم می‌شود:

۱. هجای کوتاه: صوت ساکن + حرکت کوتاه. کَ
۲. هجای متوسط:

الف) بسته: صوت ساکن + حرکت کوتاه + صوت ساکن. کم

ب) باز: صوت ساکن = حرکت بلند (حرف مد). کا

۳. هجای بلند:

الف) صوت ساکن + حرکت بلند + صوت ساکن. نار

ب) صوت ساکن + حرکت کوتاه + صوت ساکن + صوت ساکن. بحر (همان: ۱۴۵).

تکرار انواع هجا:

انواع هجا	تکرار
۱. هجای کوتاه:	۳۱۴ مرتبه
۲. هجای متوسط بسته:	۳۱۱ مرتبه
۳. هجای متوسط باز:	۱۵۲ مرتبه
۴. هجای بلند:	۳۲ مرتبه

به عنوان نمونه، خبر تأسف‌بار حمله به شهر انبار با عباراتی به مخاطب اعلام می‌شود که در آن بسامد هجای کوتاه (۳۸ مرتبه) از هجای متوسط (۳۷ مرتبه) بیشتر است. «وَلَقَدْ بَلَغَ نَبِيُّ أَنْ نَرَجُلٌ لَمِنْهُمْ كَانَ يَدْخُلُ لُعْلُكَ لَمَرَّ أَيْلِ مُسْ لِمَ ةِ وَلِ أُوْخِ رَلْمُ عَاهِ دةَ فَايْنَتَ زِعُ حِجْ لَهَا وَقُلْبَهَا وَقَلْبِ لَأَيْ دَهَا وَرَعُ ثَهَا مَا تَمَّتَنِعْ مِنْ هُ إِلِ لَابِلِ اسِ تِرْ جَاعِ وَا سِ تِرْ حَامِ» حمله به شهر انبار، قتل و غارت و حتی غارت زیورآلات زنان، همان خواری و ذلت ناشی از عدم توجه به امر جهاد است که حضرت(ع) در ابتدای گفتمان خویش به آن اشاره فرموده و مخاطب را از آن بر حذر داشتند، بعد از ذکر آثار منفی ترک جهاد، به توضیح نمونه عینی یکی از این آثار پرداخته شده است، «هجای کوتاه به خاطر وضوح و آشکاری و ساده بودن ساختار آن و همچنین به خاطر شکل واحدی که دارد (صوت ساکن + حرکت کوتاه) در جلب توجه مخاطب مؤثر می‌باشد» (عوده و احمد صالح، ۲۰۰۳: ۱۶). گویی توضیح این خبر ننگین از طریق تکرار هجاهای کوتاه باعث جلب توجه مخاطب به این پیامد و در نتیجه برانگیخته شدن احساسات مخاطب و بیدار شدن او از خواب غفلت می‌شود، از سوی دیگر «هجای کوتاه بر حالت روانی آشفتگی و نگران و همچنین سرعت در حرکت دلالت دارد» (عوده و احمد صالح، ۲۰۰۶: ۲۲). ابراهیم انیس اعتقاد دارد که: «تعداد و نوع مقاطع صوتی به احساسات و حالات روحی گوینده نیز ارتباط دارد، مثلاً کلام در وقت مصیبت و نگرانی تحت تأثیر انفعالات درونی قرار گرفته و بحری کوتاه که متناسب با نفس‌های سریع و ضربان قلب بالاست را می‌طلبید» (انیس، ۱۹۵۲: ۱۷۶-۱۷۵).

اندوه درونی و نگرانی حضرت(ع) نسبت به این حادثه چنان شدید است که گویی این خبر با نفس‌هایی بریده که نشان از نگرانی و آشفتگی ایشان است به مخاطب اعلام شده، این بریدگی صدا و اضطراب، حس

غم و اندوه را در فضای گفتمان ایشان پخش کرده و با انتقال این حس به مخاطب باعث تحریک احساسات او می‌شود.

هجای متوسط باز و بسته بیشترین بسامد را در گفتمان امام(ع) به خود اختصاص داده‌اند. «مدت زمانی که برای ادای مقطع کوتاه صرف می‌شود تقریباً نصف مدت زمانی است که صرف ادای هجای متوسط می‌شود» (همان: ۱۵۵)؛ و گوینده از طریق هجای متوسط (به نسبت هجای کوتاه) با سرعت کمتری به بیان مطالب خویش می‌پردازد (عوده و سعید عبدالرحمن، ۲۰۰۶: ۲۹).

بعد از دعوت به جهاد و توضیح عوامل شکست کوفیان، در بخش پایانی گفتمان به ابراز احساسات نسبت به مخاطب سست عنصر و بی‌اراده پرداخته می‌شود:

«يَا أَشْبَاهَ رَجَالٍ وَ لَأَرْجَالٍ. حُلُوْ مُلْ أَطْفَالٍ. وَعَ قَوْلُ رَبِّ بِأَتْلَحِ جَالٍ. لَوَدِدْتُ أَنْ نِي لَمْ أَرَ كُمْ وَ لَمْ أَعْرِفْ كُمْ مَعَ رِفَاتِنِ وَ لَآهَ جَرَّتْ نَدَمًا وَ أَعْقَبَتْ سَدَمًا. قَاتَلَكُمُ لَآهَ لَقَدْ مَلَأْتُمْ قُلُوبِي قِيْحًا وَ شَحْنًا تُمْ صَدْرِي غِيْظًا وَ جَرَّعْتُ مُوْنِي نُغْبَتَ تَهْمًا أَنْ فَاسًا وَ أَفْسَدْتُ مَعْلِي رَأْيِي بِلِ عِصْيَانِ وَ لَ خِذْلَانٍ.»

در این بخش هجای متوسط باز (۲۱ مرتبه)، هجای متوسط بسته (۴۵ مرتبه) و هجای کوتاه (۳۸ مرتبه) تکرار شده‌اند. سرزنش و تحقیر مخاطب و ابراز تنفر و بیزارگی از آشنایی با او به صورت شمرده‌تر و با سرعت کمتری بیان می‌شود، گویا با توجه به اینکه این سخنان جزء عبارات پایانی خطبه هستند، آخرین وسیله برای تحریک احساسات مخاطب و به حرکت درآوردن آن‌ها نیز به حساب می‌آیند، لذا با سرعت کمتری به بیان این مطالب پرداخته شده است تا امکان تأمل بیشتری برای مخاطب فراهم شود، از طرفی تکرار هجای بلند (۶ مرتبه) نیز در ایجاد این فضای تأمل برانگیز سهیم بوده و از سرعت بیان مطالب کاسته است.

ج: موسیقی ناشی از تکرار که خود به دو بخش تکرار کلمات و حروف تقسیم می‌شود:

۱- تکرار کلمات

در گفتمان حضرت(ع) نوعی موسیقی ناشی از تکرار کلمات نیز وجود دارد که به نظر می‌رسد از طریق برجسته کردن معنا و مفهومی خاص، سعی در تشدید احساسات مخاطب داشته است، گویی تکرار این کلمات که گاهی، همان تکرار نقاط ضعف و اشتباهات اصحاب و در واقع مهم‌ترین دلایل شکست است، ابزاری جهت برانگیختن مخاطب و تحریک او به جهاد می‌باشد.

تکرار بر اندیشه مخاطب تأثیر می‌گذارد و علت آن این است که شیء تکراری در اعماق ضمیر ناخودآگاه انسان حک می‌شود، لذا با گذر زمان در ذهن مخاطب تثبیت شده و پذیرفته می‌شود (احمد بدوی، ۲۰۰۵: ۱۱۲).

به عنوان نمونه، رفتارهای متناقض و بهانه‌جویی مخاطب به عنوان یکی دیگر از دلایل شکست در فضایی موزون به مخاطب یادآوری می‌شود: «فَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي أَيَّامِ الْحَرِّ قُلْتُمْ هَذِهِ حَمَارَةٌ الْقَيْظِ»

أَمْهَلْنَا يُسَبِّحُ عَنَّا الْحَرُّ وَ إِذَا أَمَرْتُمْكَ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي الشِّتَاءِ قُلْتُمْ هَذِهِ صَبَارَةٌ الْقَرَّ أَمْهَلْنَا يَنْسَلِخُ عَنَّا الْبَرْدُ كُلُّ هَذَا فِرَاراً مِنَ الْحَرِّ وَ الْقَرَّ فَإِذَا كُنْتُمْ مِنَ الْحَرِّ وَ الْقَرَّ تَقْرُونَ فَأَنْتُمْ وَاللَّهِ مِنَ السَّيْفِ أَقْرُ.» به نظر می‌رسد که موسیقی ناشی از تکرار عبارات «فَإِذَا أَمَرْتُمْكَ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ، قُلْتُمْ هَذِهِ أَمْهَلْنَا، الْحَرُّ، الْقَرَّ وَ مُشْتَقَاتِ وَائِةً (فَرَّ)، با یادآوری آن بهانه‌جویی‌ها، زمینه پذیرش محتوا را برای مخاطب فراهم می‌کند و او را به تأمل و دقت در مطالب فوق وا می‌دارد، لذا این موسیقی ابزاری است نه در جهت زیباسازی متن، بلکه ابزاری است که از طریق آن، توجه مخاطب به مطلب موردنظر جلب می‌شود.

۲- تکرار حروف

تکرار بعضی حروف مانند (قاف- واو) نیز در گفتمان امام(ع) قابل تأمل می‌باشد. حرف (قاف) (۴۰ مرتبه) در گفتمان امام(ع) تکرار شده است «این حرف نوعی معنای برتری‌جویی، آشفتگی و اضطراب را می‌رساند» (بلوچی، ۲۰۰۴: ۱۰۹).

گوی حضرت(ع) از طریق این حروف، آشفتگی و نگرانی خویش را نسبت به کوتاهی و بی‌ارادگی مخاطب ابراز می‌فرماید، این احساسات در سرتاسر گفتمان ایشان پخش شده و مخاطب نیز از طریق حروف مذکور متوجه این حالت آشفتگی حضرت(ع) می‌شود.

حرف (واو) در سرتاسر گفتمان امام(ع) کاربرد وسیعی دارد، «تلفظ حرف (واو) به خاطر بیرون راندن هوا از دهان، معنای حرکت به جلو را می‌رساند و برای تحریک و به هیجان آوردن مؤثر پدیده‌ها به کار می‌رود» (همان: ۹۵). مثلاً آن‌جا که مخاطب به خاطر کوتاهی و عدم مقابله به مثل در برابر دشمن سرزنش می‌شود این چنین آمده است: «يُعَارُ عَلَيْكُمْ وَ لَا تُغَيِّرُونَ وَ لَا تُغَيِّرُونَ وَ لَا تُغَيِّرُونَ وَ يُعْصَى اللَّهُ وَ تَرْضَوْنَ» گویی کاربرد این حرف به هنگام سرزنش مخاطب و یادآوری کوتاهی گذشته‌ی او، مخاطب را به هیجان آورده و او را به جبران کوتاهی خویش تحریک می‌کند.

۲-۲-۱-۲-۲-۲. سطح نحوی

بررسی سطح نحوی گفتمان امام(ع) نشان می‌دهد که در بخش‌هایی از گفتمان ایشان از نوعی استراتژی خاص به نام استراتژی گرایشی جهت‌گرایشی و تحریک مخاطب به سوی هدف موردنظر (جهاد و پیکار با دشمن) استفاده شده است. «استراتژی گرایشی نوعی فشار و نفوذ بر مخاطب (به درجات مختلف) و جهت‌دهی او به انجام عملی معین در آینده است، گاهی اوقات فرستنده پیام مشاهده می‌کند که در گفتمان او رابطه مصالحه‌آمیز میان او و گیرنده پیام، مورد توجه قرار نمی‌گیرد (کارایی لازم را ندارد) لذا آن رابطه مصالحه‌آمیز را نادیده گرفته و بر اساس استراتژی گرایشی سخن می‌گوید» (الشهری، ۲۰۰۴: ۳۲۲). ابزارهای زبانی استراتژی گرایشی عبارتند از: «امر، نهی، استفهام، تحذیر، اغراء و ذکر عاقبت» (همان: ۳۲۲). همان‌گونه که از متن خطبه نیز مشخص است امام(ع) به عنوان خلیفه مسلمین مکرراً در قالب روابط مصالحه‌آمیز (نصیحت، دعوت و تشویق) مخاطب را از یورش ناگهانی دشمن بر حذر داشته و او را به جهاد

فرامی‌خواند: اما مخاطب به خاطر دلایل مختلف (ترس، بی‌خردی، غفلت و بی‌مسئولیتی) نسبت به این هشدارها بی‌تفاوت است به این ترتیب مسلمانان در سرزمین خویش مورد هجوم قرار گرفته و دچار شکست و ننگی عظیم می‌شوند، لذا در شرایط جدید، دعوت مخاطب به جهاد با روشی کاملاً متفاوت صورت می‌پذیرد. در این بخش به بررسی عناصر نحوی همچون جملات انشایی (استفهام و ندا)، جمله شرطی، (که در این استراتژی ذکر عاقبت نامیده می‌شود) تکرار و افعال مجهول پرداخته می‌شود. این ابزار، متناسب با بافت موقعیتی خطبه (سستی و کوتاهی مخاطب) و در جهت تحقق هدف موردنظر (تحریک مخاطب به جهاد) به خدمت گرفته شده‌اند.

الف: استفهام

استفهام ابزاری است که در گفتمان حضرت(ع) جهت گرایش مخاطب به امر جهاد گزینش شده است، در تعریف استفهام این‌چنین آمده است: «استفهام، جهت آگاهی یافتن از اطلاعات مختلف و متنوع به کار برده می‌شود، اما بعضی از سؤال‌ها خالی از طلب آگاهی هستند زیرا فرستنده پیام، بعضی از پرسش‌ها را به کار می‌برد تا توجه مخاطب را بر روی یک نقطه مشخص از سخن متمرکز سازد» (الشهری، ۲۰۰۴: ۳۵۳).

قریش اعتقاد داشت که ضعف اندیشه سیاسی و عدم تدبیر امام(ع) عامل اصلی شکست در برابر سپاه معاویه است، لذا آن حضرت با طرح این سؤال، «و هَلْ أَحَدٌ مِنْهُمْ أَشَدُّ لَهَا مِرَاسًا وَ أَقَدَمُ فِيهَا مَقَامًا مِثِّي» سوابق جنگی گذشته‌ی خویش را به یاد مخاطب می‌آورد و ذهن مخاطب را بر آن سوابق و رشادت‌ها متمرکز می‌سازد، گویی پاسخ به این سؤالات، به خودی خود حقیقت امر را روشن و عاملان اصلی شکست را رسوا می‌سازد، از سوی دیگر، «استفهام انکاری به مخاطب می‌فهماند که ادعای مطرح‌شده غیرممکن است و در حد توان مخاطب نیست» (الزرکشی، ۱۹۸۴: ۳۳۰/۲). گویی استفهام موجود علاوه بر متمرکز ساختن اندیشه‌ی مخاطب، ادعای مذکور، مبنی بر ضعف اندیشه‌ی سیاسی امام(ع) را کاملاً رد می‌کند، زیرا خود مخاطب عامل اصلی فاجعه است.

شکل دیگری از استفهام نیز در گفتمان حضرت(ع) وجود دارد که به آن اشاره می‌شود: «طلب خبر به وسیله‌ی فعل مضارع موسیقی‌داری که بر استفهام دلالت دارد نیز از جمله الفاظی است که دلالت بر پرسش دارد» (الشهری، ۲۰۰۴: ۳۵۴). در عبارت «يُعَارُ عَلَيْكُمْ وَ لَا تُغَيِّرُونَ؟ وَ تُغَزُونَ وَ لَا تُغَزُونَ؟ وَ يُعَصَى اللَّهُ وَ تَرُضُونَ؟» مسلماً هدف از طرح این‌گونه سؤالات، دریافت پاسخ مثبت یا منفی از جانب مخاطب نیست، بلکه شاید بتوان گفت این سؤالات با هدف متمرکز ساختن فکر و اندیشه‌ی مخاطب بر عمق فاجعه و در نتیجه تحریک احساسات او مطرح شده و غیرت دینی و ملی مخاطب را نشانه گرفته‌اند، شاید بدین‌گونه احساسات مخاطب تحریک‌شده و به جبران کوتاهی خویش اقدام کند.

ب. ندا

ندا از دیگر ابزاری است که با هدف جلب توجه مخاطب و در نتیجه تحریک احساسات او به خدمت گرفته شده است. لازم به ذکر است که این ابزار با وجود اینکه در گفتمان حضرت(ع) تنها یک‌بار تکرار شده، اما از آن‌جا

که در گرایش مخاطب و تحریک احساسات او مؤثر است مورد بررسی قرار می‌گیرد، «ندا آن است که با استفاده از ابزار مخصوص ندا از شخص مورد ندا درخواست کرد که به سوی شخص ندا دهنده رو بیاورد» (الزركشي، ۱۹۸۴: ۳۳۳/۲). ندا ابزار مختلفی دارد، «همزه و آی» برای منادای قریب و «یا، آی، وا، آیا و هیا» برای منادای بعید به کار می‌رود (الهاشمی، ۱۳۸۳: ۱۰۶).

در عبارت «يَا أَشْبَاهَ الرَّجَالِ وَلَا رِجَالَ حُلُومِ الْأَطْفَالِ وَ عَقُولُ رَبَّاتِ الْحِجَالِ لَوَدِدْتُ أَنِّي لَمْ أُرْكُمْ وَ لَمْ أَعْرِفْكُمْ»، صفت مردانگی از مخاطب نفی شده و با صفاتی که در نهایت حقارت است و موجب انزجار و تنفر اوست مورد خطاب قرار می‌گیرد، گویی این نحوه خطاب، با هدف قرار دادن شخصیت و احساسات مردانه مخاطب، سعی در تحریک و تشویق او به جهاد دارد، از طرفی باید توجه داشت که: «گاهی اوقات منادای نزدیک به منزله منادای دور در نظر گرفته شده و جهت خطاب قرار دادن آن از حرف ندای دور (یا) استفاده می‌شود تا پستی موقعیت مخاطب به او فهمانده شود» (همان: ۱۰۶). در واقع حضرت (ع) چنان از مخاطب و کوتاهی و بی‌مسئولیتی او متنفر است و مخاطب در نزد حضرت (ع) از جایگاه پایینی برخوردار است که برای خطاب قرار دادن او (که در مجلس حضور دارد) از حرف ندای دور استفاده می‌فرماید و از این طریق، کمال تنفر خویش را از او نشان می‌دهد، مسلماً این روش نیز در انتقال معنای حقارت به مخاطب مؤثر بوده و احساسات او را بیشتر تحریک می‌کند.

ج. شرط

اسلوب شرط از جمله ابزارهای نحوی است که در بردارنده‌ی فعل شرط و جواب شرط می‌باشد و در گفتمان مذکور، مخاطب به وسیله‌ی آن از ترک جهاد منع شده است، «در جمله شرطی، (گاهی) فعل شرط سبب و جواب شرط، مسبب می‌باشد» (الجزجانی، ۲۰۰۳: ۴۹۱). در ابتدای گفتمان در قالب عبارتی همچون «فَإِنَّ الْجِهَادَ بَابٌ مِنْ أَبْوَابِ الْجَنَّةِ فَتَحَهُ اللَّهُ لِخَاصَّةِ أَوْلِيَائِهِ وَ هُوَ لِبَاسُ التَّقْوَى وَ دِرْعُ اللَّهِ الْحَصِينَةِ وَ جَنَّتُهُ الْوَثِيقَةُ» به بزرگداشت جهاد پرداخته شده و ارزش والای آن برای مخاطب روشن می‌گردد، سپس در قالب جمله شرطیه «فَمَنْ تَرَكَهُ رَغْبَةً عَنْهُ أَلْبَسَهُ اللَّهُ تَوْبَ الدُّلِّ وَ شَمَلَهُ الْبَلَاءَ وَ دَيَّتْ بِالصَّغَارِ وَ الْقَمَاءَ وَ ضَرَبَ عَلَى قَلْبِهِ بِالْإِسْهَابِ وَ أَدِيلَ الْحَقِّ مِنْهُ بِتَضْيِيعِ الْجِهَادِ وَ سِيمَ الْخُسْفِ وَ مَنَعَ النَّصْفَ» که در حقیقت شامل هفت جمله شرطی می‌باشد زیرا هفت جواب شرط به هم عطف شده‌اند، پیامدهای منفی ترک جهاد و عاقبت روی گردانی از آن به صورت متوالی ذکر می‌شود، رابطه بین فعل شرط و جواب شرط که همان رابطه سبب و مسبب است، مخاطب را مطمئن می‌سازد که در صورت ترک جهاد (بدون دلیل) عواقب منفی این کار حتماً دامن‌گیر او خواهد شد، لذا این امر در تحذیر مخاطب مؤثر خواهد بود، «از سوی دیگر اسلوب شرط در عمق ساختار خود دو اسلوب امر و نهی را در بردارد» (الشهری، ۲۰۰۴: ۳۶۳). گویی اسلوب امر و نهی نهفته در جمله شرطی نیز عاملی است که به صورت غیرمستقیم مخاطب را به سوی جهاد و مبارزه با دشمن می‌کشاند و احتمال انجام دستور مورد نظر را توسط مخاطب بیشتر می‌کند.

علاوه بر ابزارهای زبانی استراتژی گرایشی، ابزارهای نحوی دیگری همچون تکرار، افعال مجهول، قسم و جملات کوتاه نیز وجود دارد که به نظر می‌رسد در آماده‌سازی مخاطب و تحریک او به پیکار با دشمن، نقش مهمی داشته‌اند.

د. تکرار

ذکر دو یا چند باره یک لفظ را تکرار گویند. به نظر می‌رسد یادآوری و تکرار بعضی از دلایل شکست از طریق صنعت تکرار، با هدف تحریک احساسات مخاطب و بیدار کردن او از خواب غفلت صورت گرفته است.

باید در نظر داشت که: «پدیده‌ی تکرار به یک عامل درونی برمی‌گردد که در جان مخاطب تأثیر می‌گذارد، لفظ تکراری در قلب انسان جا می‌گیرد و باعث جلب توجه مخاطب به معنا می‌شود، این صنعت، احساسات خاموش مخاطب را شعله‌ور و عواطف خفته او را بیدار می‌سازد» (عودة و سعید عبدالرحمن، ۲۰۰۶: ۸۶).

مثلاً در عبارت «أَلَا وَ إِنِّي قَدْ دَعَوْتُكُمْ إِلَى قِتَالِ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ لَيْلًا وَ نَهَارًا وَ سِرًّا وَ إِعْلَانًا وَ قُلْتُ لَكُمْ اغْزُوهُمْ قَبْلَ أَنْ يَغْزَوْكُمْ فَوَاللَّهِ مَا غَزَى قَوْمٌ قَطُّ فِي عَقْرِ دَارِهِمْ إِلَّا ذَلُّوا» تکرار ماده (غ ز و) در قالب صیغه‌های ماضی، مضارع و امر همان تکرار نصیحت پیشین امام (ع) است که مخاطب آن را نادیده گرفته و نسبت به آن بی‌توجه بود، این تکرار، با یادآوری خطای گذشته مخاطب، احساسات و عواطف خاموش او را بیدار می‌سازد. یکی از اهداف تکرار، «جلب توجه مخاطب به شیء تکراری است که این کار به خاطر مبالغه در مدح یا ذم یا غیره به کار می‌رود» (ابن اثیر، بی‌تا: ۴۴/۳). گویی این صنعت هدفمندانه جهت جلب توجه مخاطب به کوتاهی گذشته خویش و در نتیجه مبالغه در نکوهش مخاطب گزینش شده است، این مبالغه مسلماً در تحریک احساسات مخاطب و تحقق هدف موردنظر (تحریک به جهاد) مؤثر خواهد بود.

ه. افعال مجهول

در مورد حذف فاعل در صیغه‌های مجهول دلایل گوناگونی وجود دارد، «یکی از عوامل حذف، آگاه بودن از فاعل محذوف است، این جنی اعتقاد دارد قانون این حذف این است که هدف تنها، اعلام وقوع فعل بر مفعول باشد» (الزرکشی، ۱۹۸۴: ۱۴۴/۳). در گفتمان امام (ع) ۱۵ فعل مجهول یافت می‌شود، گویی کوتاهی و غفلت مخاطب و در نتیجه بروز حادثه حمله به شهر انبار، چنان دل امام (ع) را به درد آورده که جای هیچ‌گونه اطمینان و پردازش مطلب وجود ندارد و هدف اصلی ایشان تنها اعلام وقوع مصیبت مذکور بر مسلمانان است.

به‌عنوان نمونه تکرار متوالی افعال مجهول در عبارت «فَمَنْ تَرَكَهُ رَغْبَةً عَنْهُ أَلْبَسَهُ اللَّهُ ثَوْبَ الذُّلِّ وَ شَمِلَهُ الْبَلَاءَ وَ دَيْثَ الْبَصَّارِ وَ الْقَمَاءَ وَ ضُرْبَ عَلِيٍّ قَلْبِهِ بِالْإِسْهَابِ وَ أَدِيلَ الْحَقِّ مِنْهُ بِتَضْيِيعِ الْجِهَادِ وَ سِيمِ الْخَسْفِ وَ مُنْعِ النَّصْفِ» با هدف جلب توجه مخاطب به هشدار است که همیشه در صورت ترک جهاد و روی‌گردانی از آن به وقوع می‌پیوندد، لذا این اعلام و خبررسانی از طریق این ویژگی فعل مجهول در واقع نوعی اعلام

خطر به مخاطب نیز است، یعنی حضرت(ع) از طریق کاربرد افعال مجهول و اجتناب از هرگونه حاشیه پردازی، ذهن مخاطب را متوجه نتایج ترک جهاد کرده و از این طریق اهمیت آن را برای مخاطب روشن می‌سازد.

و. جملات کوتاه

کاربرد فراوان جملات کوتاه نیز از دیگر نکات قابل توجه در گفتمان امام(ع) می‌باشد، «فراوانی جملات کوتاه و منقطع در سخن باعث شتاب سبک و هیجان‌انگیزی مخاطب می‌شود... این گونه سبک‌های منقطع و پرشتاب، عاطفی‌تر نیز هستند» (فتوحی رود معجنی، ۱۳۹۱: ۲۷۴).

به عنوان نمونه در پایان خطبه این گونه آمده است: «لَوَدِدْتُ أَنِّي لَمْ أُرَكِّمْ وَ لَمْ أَعْرِفِكُمْ مَعْرِفَةً وَ اللَّهُ جَرَّتْ نَدْمًا وَ أَعْقَبَتْ سَدَمًا قَاتَلَكُمْ اللَّهُ لَقَدْ مَلَأْتُمْ قَلْبِي قَيْحًا وَ شَحْنَتُمْ صَدْرِي غَيْظًا وَ جَرَعْتُمُونِي نَعْبَ التَّهْمَامِ أَنْفَاسًا وَ أَفْسَدْتُمْ عَلَيَّ رَأْيِي بِالْعَصِيَانِ وَ الْخِذْلَانِ» آیت‌الله مکارم شیرازی در شرح این جملات می‌گوید: «گویی این عبارات به عنوان آخرین راه درمان و چاره‌ای برای این بیماران کوردل است» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵: ۱۶۲/۲). به نظر می‌رسد این بخش از گفتمان حضرت(ع) نقطه اوج ناراحتی و تأسف ایشان نسبت به مخاطب است، بیان احساساتی همچون بی‌زاری، اندوه، پشیمانی و خشم، موضع ایشان را در برابر مخاطب روشن می‌سازد، گویی ایشان از طریق بیان این احساسات، قصد بیدار کردن مخاطب و تحریک او را دارد، جملات کوتاه به خاطر ویژگی عاطفی بیشتر (به نسبت جملات بلند) میزان عواطف و احساسات را در این بخش دو چندان کرده و هیجان مخاطب را برمی‌انگیزد.

ز. قسم

از دیگر ابزارهایی که در این گفتمان جهت تحریک مخاطب و بیدار ساختن او از خواب غفلت به خدمت گرفته شده، قسم (۴ مرتبه) می‌باشد. زرکشی می‌گوید: «قسم برای تأکید آن چه مورد قسم قرار گرفته، استفاده می‌شود و گاه برای مبالغه در تأکید به سخن اضافه می‌گردد» (الزرکشی، ۱۹۸۴: ۴۴/۳).

پراکندگی مسلمانان در پیروی از امام و رهبر خویش، به عنوان یکی از دلایل شکست، ناراحتی شدید حضرت(ع) را به دنبال داشته، «وَاللَّهِ يُمِيتُ الْقُلُوبَ وَ يَجْلِبُ إِلَيْهِم مِّنَ اجْتِمَاعِ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ عَلَى بَاطِلِهِمْ وَ تَتَرَفَّقُكُمْ عَنْ حَقِّكُمْ» به نظر می‌رسد قسم مذکور، شدت ناراحتی ایشان را مورد تأکید قرار داده و سرزنش فوق را شدت می‌بخشد، مسلماً کاربرد قسم، با تأکید قرار دادن این بخش از گفتمان حضرت(ع) تأثیر بسزایی در آگاه‌سازی مخاطب داشته و او را درباره دلایل شکست، به یقین می‌رساند. «فَإِذَا كُنْتُمْ مِنَ الْحَرِّ وَ الْقُرِّ تَفْرُونَ فَأَنْتُمْ وَ اللَّهُ مِنَ السَّيْفِ أَفْرٌ» در این عبارات مخاطب به خاطر ترس از جهاد و بهانه‌جویی سرزنش می‌شود گویی قسم مذکور با تأکید قرار دادن این ترس و بهانه‌جویی، حس غیرت و حماسه را در وجود مخاطب تحریک کرده و به جبران اشتباهات خویش وادار می‌سازد. «لَوَدِدْتُ أَنِّي لَمْ أُرَكِّمْ وَ لَمْ أَعْرِفِكُمْ مَعْرِفَةً وَ اللَّهُ جَرَّتْ

نَدَمًا وَ أَعْقَبَتْ سَدَمًا» این ابراز پشیمانی از آشنایی با مخاطب، به عنوان آخرین ابزار تحریک مخاطب و بیدار ساختن او به وسیله قسم چنان مورد تأکید قرار می‌گیرد که هر وجدان خفته‌ای را بیدار می‌سازد. لذا می‌توان اشاره کرد که حضرت به زیبایی از قسم در این گفتمان ادبی در راستای استراتژی گرایشی خود بهره گرفته‌اند.

۲-۲-۱-۳. سطح دلالی

الف: تصویرپردازی

به نظر می‌رسد انواع تصاویر بلاغی (استعاره، تشبیه و مجاز) در بخش‌های خاصی از گفتمان مذکور نه با هدف صنعت‌پردازی بلکه با هدف تأثیرگذاری بر احساس و اندیشه‌ی مخاطب گزینش شده‌اند.

۱. تشبیه

در گفتمان امام(ع) انواع مختلفی از تشبیه بلیغ وجود دارد و آن تشبیهی است که در آن تنها مشبه و مشبه‌به ذکر شود و با ایجاد احساساتی از قبیل شوق و رغبت، تنفر و یا شرمساری سعی در تحریک احساسات مخاطب و بیداری او از خواب غفلت دارد.

ردیف	انواع تشبیهات	نوع احساسات برانگیخته‌شده در مخاطب
۱	«فَإِنَّ الْجِهَادَ بَابٌ مِنْ أَبْوَابِ الْجَنَّةِ» «وَهُوَ لِبَاسُ التَّقْوَى» «وَدِرْعُ اللَّهِ الْحَصِينَةُ» «وَجُنَّةُ الْوَيْقَةِ»	حس شوق و رغبت
۲	«فَمَنْ تَرَكَهُ رَغْبَةً عَنْهُ أَلْبَسَهُ اللَّهُ تَوْبَ الدُّلِّ»	حس تنفر و انزجار
۳	«يَا أَشْبَاهَ الرَّجَالِ وَ لَا رِجَالَ حُلُومِ الْأَطْفَالِ وَ عُقُولَ رَبَّاتِ الْجِحَالِ»	حس شرمساری

این‌اثیر می‌نویسد: فایده‌ی تشبیه در کلام این است که هنگامی که شیء به شیء دیگر تشبیه می‌شود، هدف این است که از طریق شکل مشبه‌به یا معنای آن، خیالی ایجاد شود، این کار باعث تشویق به سوی آن خیال یا تنفر از آن خیال می‌شود» (ابن‌اثیر، بی‌تا: ۱۲۳/۲).

مثلاً در عبارت «فَمَنْ تَرَكَهُ رَغْبَةً عَنْهُ أَلْبَسَهُ اللَّهُ تَوْبَ الدُّلِّ» تشبیه ذلت و خواری به لباسی که تمام وجود انسان را فرا می‌گیرد با ایجاد حس تنفر، مخاطب را از ترک جهاد بر حذر می‌دارد باید متذکر شد که عبارت‌های «لِبَاسُ التَّقْوَى وَ تَوْبَ الدُّلِّ» یکی از انواع تشبیه بلیغ هستند «که در آن مشبه‌به به مشبه اضافه‌شده است» (الهاشمی، ۱۳۸۳: ۲۸۰).

۲. استعاره

بنا به اعتقاد عبدالقاهر جرجانی، از جمله اهداف استعاره مبالغه در تشبیه است(الجرجانی، ۲۰۰۹: ۲۰۹). در استعاره شباهت طرفین تشبیه به فراموشی سپرده می‌شود و ادعای یکسانی طرفین در وجه‌شبه مطرح می‌شود، گویی که هیچ‌کدام بر دیگری برتری ندارد. در واقع دقت در تمامی الفاظ مستعار در گفتمان حضرت(ع) نشان می‌دهد که به جای استفاده از الفاظ صریح، از جانشین‌هایی استفاده شده که با به تصویر

کشیدن و ملموس ساختن معنای موردنظر به بهترین شکل ممکن، در انتقال آن معنا مؤثر بوده‌اند. از جمله نمونه‌های استعاره در گفتمان حضرت(ع) می‌توان به مورد زیر اشاره کرد:

عبارت «شَحْتُمُ صَدْرِي غَيْظًا»: ابن‌میثم در شرح استعاره این بخش می‌نویسد: «شَحْنٌ» به معنای پر کردن است که در حقیقت رابطه‌ی میان دو جسم است ولی در این‌جا برای پر کردن دل به وسیله‌ی اعمال دردناک اصحاب که امری غیرجسمانی است، استعاره است (ابن‌میثم، ۱۳۶۵: ۳۸/۲). اعمال و رفتارهای دردناک اصحاب، چنان دل امام(ع) را مالمال از غم و اندوه ساخته که شدیدترین نفرین‌ها را نثار آن‌ها می‌فرماید، گویی توصیف این شدت غم و اندوه که از جانب مخاطب بر قلب امام(ع) عارض شده، در قالب لفظ مستعار «شَحْتُمُ» به مخاطب عرضه شده تا ادعای اتحاد طرفین تشبیه در استعاره، مخاطب را متوجه اعمال زشت خویش سازد؛ و همچنین در عبارت «جَرَعْتُ مَوْنِي نَغَبَ التَّهْمَامِ أَنْفَاسًا» «جَرَعٌ: به معنای جرعه جرعه ریختن، معمولاً درباره‌ی وارد کردن آب و مانند آن در گلو به کار می‌رود، عارض شدن غم و اندوه بر قلب آن حضرت(ع) و دردهای جسمانی که لازمه‌ی آن غم و اندوه است و تکرار آن از طرف یاران شبیه نوشیدنی ناگواری بود که جرعه جرعه به کام آن حضرت ریخته شده است» (همان: ۳۸). لفظ مستعار «جَرَعٌ» نیز مانند نمونه‌ی فوق، در انتقال معنای دقیق آزار و اذیت اصحاب و آثار بد آن اعمال بر وجود مبارک حضرت(ع) کاملاً موفق بوده است، گویی این الفاظ مستعار، تصویر دقیقی از مستعارمنه در ذهن مخاطب به تصویر می‌کشند، لذا لفظ مستعار به مخاطب کمک می‌کند تا درک دقیقی از رفتارهای زشت خویش به دست بیاورد که این امر به نوبه‌ی خود در ایجاد حس پشیمانی در مخاطب و در نتیجه جبران کوتاهی و اشتباهات گذشته، مؤثر خواهد بود.

باید در نظر داشت که کیفیت بعضی تصاویر بلاغی در گفتمان امام(ع) نشان از موقعیت‌شناسی و مخاطب-شناسی ایشان دارد. در این گفتمان جهت به تصویر کشیدن معانی موردنظر غالباً از شبه‌به‌های محسوس همچون «بَابُ الْجَنَّةِ، لِبَاس، دِرْع، جَنَّة، تَوْب» استفاده شده است، گویی مخاطب چنان از فضیلت جهاد و پیامدهای ترک آن غافل است که تنها از طریق واژه‌های محسوس و ملموس که متناسب با سطح فکر کوتاه‌اوست متوجه این معانی می‌گردد و موقعیت ایراد خطبه و شرایط مخاطب، استفاده از این شیوه را اقتضا کرده است.

ب: صنایع بدیع معنوی

تضاد و مقابله از جمله صنایع بدیع معنوی هستند که در این گفتمان، با هدف انتقال معنای موردنظر به مخاطب و در نتیجه برانگیختن او به امر جهاد، به خدمت گرفت شده‌اند.

۱. تضاد:

تضاد در گفتمان حضرت(ع) کاربرد نسبتاً وسیعی دارد. حضرت(ع) با توجه به موقعیت ایراد خطبه، با قرار دادن بعضی از دلایل شکست در قالب صنعت تضاد و اشاره به شجاعت، دلاوری و اتحاد دشمن از یک‌سو

و قرار دادن آن در مقابل سستی، کوتاهی و تفرقه یاران خویش، در صدد تحریک مخاطب به جهاد و جبران کوتاهی گذشته می‌باشد.

«صنعت تضاد گاهی اوقات در بردارنده معنای شمول و فراگیری است» (عودة و احمد صالح، ۲۰۰۳: ۹۳). به عنوان نمونه عبارت «أَلَا وَ إِنِّي قَدْ دَعَوْتُكُمْ إِلَى قِتَالِ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ لَيْلًا وَ نَهَارًا وَ سِرًّا وَ اِعْلَانًا» امام (ع) در زمان‌های مختلف و به شکل‌های گوناگون، مخاطب را به مبارزه با دشمن فراخوانده بودند، اما هر بار به خاطر غفلت، این دعوت بدون پاسخ باقی می‌ماند، گویی تضاد میان کلمات «لَيْلًا وَ نَهَارًا» و «سِرًّا وَ اِعْلَانًا» به این دعوت ایشان نوعی معنای فراگیری بخشیده است و به این ترتیب هرگونه اتهام بی‌تدبیری را از ایشان نفی می‌کند.

این صنعت در بخش‌های دیگری از گفتمان حضرت (ع) نیز کاربرد دارد «فَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي أَيَّامِ الْحَرِّ قُلْتُمْ هَذِهِ حَمَارَةٌ الْقَيْظِ أَمْهَلْنَا يُسَبِّحُ عَنَّا الْحَرُّ وَ إِذَا أَمَرْتُكُمْ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي الشِّتَاءِ قُلْتُمْ هَذِهِ صَبَارَةٌ الْقَرِّ أَمْهَلْنَا يَنْسَلِخُ عَنَّا الْبَرْدُ كُلُّ هَذَا فِرَارًا مِنَ الْحَرِّ وَ الْقَرِّ فَإِذَا كُنْتُمْ مِنَ الْحَرِّ وَ الْقَرِّ تَفْرُونَ فَانْتُمْ وَ اللَّهُ مِنَ السَّيْفِ أَفْرُ» دقت در عبارت فوق نشان می‌دهد که این سخنان در واقع تناقض‌گویی و بی‌منطقی مخاطب را نشان می‌دهد، «ارتباط میان دو کلمه متضاد از واضح‌ترین چیزها جهت تداعی معانی در ذهن مخاطب است» (مختار عمر، ۱۹۹۸: ۲۰۹). گویی تضاد میان کلمات «الْحَرُّ وَ الْقَرُّ» و «صَبَارَةٌ وَ حَمَارَةٌ» در تداعی معنای تناقض، مؤثر بوده است و به این ترتیب به علت اصلی نافرمانی مخاطب و در نتیجه شکست و خواری ایشان در حادثه مذکور اشاره می‌شود، لازم به ذکر است «که «صَبَارَةٌ» همان شدت سرما است» (ابن منظور، ۱۴۱۴: ۴/۴۴۳)؛ و «شدت زمان گرما را «حَمَارَةٌ» می‌نامند» (همان: ۲۱۲).

۲. مقابله

صنعت مقابله نیز در گفتمان حضرت (ع) همچون صنعت تضاد، در توصیف بعضی مفاهیم مؤثر بوده است، نمونه‌ی کاربرد این صنعت زمانی است که حضرت (ع)، تفرقه اصحاب خویش را در مقابل اتحاد دشمن، از جمله دلایل شکست معرفی می‌فرماید: «وَاللَّهِ يُمِيتُ الْقُلُوبَ وَ يَجْلِبُ إِلَيْهِمْ مِنَ اجْتِمَاعِ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ عَلَيَّ بَاطِلِهِمْ وَ تَفَرُّقِكُمْ عَنِّي حَقِّكُمْ» از طرفی باید در نظر داشت که: «از اسلوب‌های تشویق به جهاد در خطبه‌های امام (ع) برانگیختن روح غیرت‌ورزی و شجاعت از طریق به تصویر کشیدن کارهای دشمن است» (الموسوی، ۲۰۰۲: ۵۷). در این عبارت همچون نمونه پیشین از طریق الفاظ متضاد، تصویر اتحاد دشمن در پیروی از رهبر خویش در مقابل تصویری از پراکندگی مسلمانان و عدم اطاعت آن‌ها از حضرت (ع) قرار گرفته و یکی دیگر از دلایل شکست مخاطب به صورت واضح برای او توضیح داده می‌شود، گویی رابطه میان الفاظ متضاد، سرزنش فوق را آزاردهنده‌تر ساخته و غیرت مخاطب را شعله‌ور می‌سازد.

۲-۲-۲-۲. بررسی ساختار درونی

«امام(ع) خصوصاً در خطبه‌های جهاد و تشویق مخاطب به رویارویی با دشمن، تواناترین خطیبان در به‌کارگیری احساس و عواطف درونی است» (الموسوی، ۲۰۰۲: ۱۸). شاید دلیل این امر این باشد که: «به‌کارگیری عواطف و احساسات از جمله عوامل تأثیرگذار بر افراد جامعه است» (همان: ۱۶). دقت در گفتمان امام(ع) نشان می‌دهد که ساختار درونی گفتمان ایشان همچون ساختار بیرونی سعی در بیدار ساختن مخاطب از خواب غفلت و تحریک او به جهاد داشته است، گویی مخاطب چنان غافل است که تنها از طریق ساختار بیرونی نمی‌توان او را از حقیقت امر آگاه کرد به همین منظور در کنار ساختار بیرونی به ابزار دیگری نیاز است که شاید حتی در این موقعیت از اهمیت بیشتری برخوردار است، لذا جهت اثرگذاری، به‌کارگیری بعضی عواطف امری ضروری به حساب می‌آید، به عنوان نمونه به برخی از این عواطف که در قالب آهنگ گفتمانی یا تصاویر عاطفی بروز کرده اشاره می‌شود:

حس عاطفی اضطراب: این حس همان‌گونه که در بخش آوایی ذکر شد از طریق تکرار دو صوت (قاف و تاء) به مخاطب انتقال می‌یابد.

حس عاطفی خشم و اندوه: «قَاتَلَكُمُ اللَّهُ لَقَدْ مَلَأْتُمْ قُلُوبِي قَيْحًا وَ شَخْنْتُمْ صَدْرِي غَيْظًا» ملامت بودن قلب امام(ع) از خشم و عارض شدن اندوه بر قلب ایشان از طریق تصاویر بلاغی: «وَاللَّهُ لَقَدْ مَلَأْتُمْ قُلُوبِي قَيْحًا» «جَرَّعْتُمُونِي نُغَبَ التَّهْمَامِ أَنْفَاسًا» «وَاللَّهُ يُمِيتُ الْقُلُوبَ وَ يَجْلِبُ إِلَيْهَا مِنَ الْجَمْعِ هَوْلًا الْقَوْمِ عَلَى بَاطِلِهِمْ» نشان داده می‌شود.

حس عاطفی تنهایی از طریق استعاره تمثیلیه: «وَلَكِنْ لَأَرَى لِمَنْ لَأُطَاعُ» به مخاطب یادآور می‌شود. یکی از راه‌های تولید عاطفه در گفتمان آن است که: «گفته پرداز می‌تواند به‌گونه‌ای منحصر به فرد عناصر طبیعی را با صحنه‌ای که ایجاد می‌کند به هم مرتبط ساخته و بار عاطفی خود را از طریق گفتمان تولید کند» (شعیری، ۱۳۸۹: ۱۶۱). توصیف صحنه‌های حقیقی از تجاوز دشمن به سرزمین اسلامی و از آن جمله حمله به زنان و غارت زیورآلات ایشان، احساسات مختلفی همچون تحسر، اندوه، تأسف و خشم را در وجود مخاطب برانگیخته و خون او را به جوش می‌آورد و او را به جبران کوتاهی گذشته خویش و مقابله به مثل تحریک می‌کند، گویی تحریک این احساسات بهتر از هر لفظ و عبارتی قادر خواهد بود مخاطب را به سوی هدف موردنظر تحریک کند چرا که «عرب‌ها به غیرت‌ورزی نسبت به زنانشان معروف هستند، حضرت(ع) این خبر را که از مهم‌ترین شاخصه‌های عاطفی نزد عرب است به کار گرفت و آن‌گونه آن را عرضه کرد که آتش حمیت و غیرت‌ورزی را در وجود آن‌ها شعله‌ور ساخت» (الموسوی، ۲۰۰۲: ۱۹).

۲-۲-۳. گفتمان مستقیم و غیرمستقیم

بعد از بررسی و تحلیل زبان‌شناسی متن، به تحلیل روابط بینامتنی پرداخته می‌شود و آن (بینامتنی) عبارت است از: «تمایل متن‌ها به ارجاع به یکدیگر و شکل‌گیری آن‌ها از طریق این ارجاع متقابل» (میلز، ۱۳۸۸:

(۱۹۴). بررسی روابط بینامتنی در این پژوهش بر اساس دسته‌بندی کاربرد شناسان، تحت عنوان گفتمان مستقیم و غیرمستقیم مورد بررسی قرار گرفته است. «کاربرد آگاهانه و مستقیم متون دیگر در گفتمان را گفتمان مستقیم و جذب متون دیگر و بیان آن نه به روش لفظ به لفظ را گفتمان غیرمستقیم می‌نامند» (فضل، ۱۹۹۲: ۱۰۱-۱۰۰).

کاربرد مستقیم استعاره، تشبیه قرآنی و ضرب‌المثل نیز در گفتمان حضرت(ع) قابل بررسی است.

۲-۲-۳-۱. استعاره و تشبیه قرآنی

از برجستگی‌های این گفتمان ادبی امام(ع) این است که بخشی از سطح دلالی گفتمان ایشان، برگرفته از سطح دلالی به کار برده شده در قرآن کریم می‌باشد.

ردیف	استعاره تشبیه موجود در متن خطبه	استعاره و تشبیه قرآنی
۱	«وَهُوَ لِيَأْسُ التَّقْوَى» تشبیه بلیغ	«يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِيَأْسًا يُوَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَ لِيَأْسُ التَّقْوَى خَيْرُ ذَلِكَ» (اعراف/۲۶)
۲	«ضُرِبَ عَلَيَّ» استعاره از فراگیری (ذلت)	«وَ ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ وَ الْمَسْكَنَةُ» (بقره/۶۱) «ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا تُفُؤُوا» (ال عمران/۱۱۲)
۳	«تَنْسَلِجُ عَنَّا الْبُرْدُ» استعاره از سپری شدن کامل زمان	«فَإِذَا انْسَلَخَ الْأَشْهُرُ الْحُرُمُ فَاقْتُلُوا الْمُشْرِكِينَ» (توبه/۵)

تحریک احساسات دینی مخاطب مسلمان از طریق تصاویر قرآنی مسلماً در تحقق هدف موردنظر که همان تحریک به جهاد است مؤثر خواهد بود، گویی این شیوه با ایجاد ارتباط بین کلام امام(ع) و کلام خداوند، در پوشش اسلوب قرآنی به نصیحت و تذییر مخاطب پرداخته و به این ترتیب زمینه را برای پذیرش محتوای سخن آماده می‌سازد.

۲-۳-۲-۲. ضرب‌المثل

در توضیح «وَلَكِنْ لَأَرَى لِمَنْ لَأَ يُطَاعُ» آمده: این ضرب‌المثل تنها زمانی به کار می‌رود که هدف بزرگی به خاطر نافرمانی از دست رفته و مورد تحسر است (غروی، ۱۳۶۵: ۳۸۸). برخلاف تصور قریش که بی‌تدبیری امام(ع) را عامل شکست می‌دانست، عدم اطاعت اصحاب از دستورات حضرت(ع)، عامل اصلی شکست بود، امام(ع) با ضرب‌المثل مذکور از این مسئله ابراز تحسر می‌فرماید که به خاطر این نافرمانی، رأی و تدبیر ایشان در مقابله با دشمن مؤثر واقع نشده و نتیجه مطلوب را به دنبال نداشته است.

۲-۳-۲. تأثیر گفتمان

همان‌گونه که ملاحظه گردید تمامی ساختارهای موجود در این گفتمان با توجه به موقعیت خطبه و با هدف بیدارسازی و تحریک مخاطب به امر جهاد به خدمت گرفته شده‌اند، اما غفلت و بی‌خردی چنان قلب و اندیشه‌ی مخاطب را فراگرفته که بعد از اتمام سخنان حضرت(ع)، از میان انبوه جمعیت، تنها یک نفر به

دعوت حضرت(ع) پاسخ می‌دهد، ابن میثم می‌نویسد: «هنگامی که حضرت سخنان خود را به پایان رساندند، تنها یک نفر جهت انجام جهاد اعلام آمادگی کرد» (ابن میثم، ۱۳۶۲: ۳۱/۲).

۳. نتیجه‌گیری

سستی و کوتاهی مخاطب، به عنوان بافت موقعیتی خطبه جهاد، انگیزش و تحریک مخاطب به امر جهاد را می‌طلبد، بر این اساس در راستای بررسی کارکرد ساختارهای مختلف این گفتمان ادبی در هماهنگی و انسجام با بافت موقعیتی آن، به این نتایج می‌توان اشاره کرد:

۱- در بررسی سطح آوایی از ساختار بیرونی مشخص شد که موسیقی با توجه به موقعیت ایراد خطبه در برانگیختن احساسات مخاطب و آگاهی او نقش بسزایی ایفا کرده است، در این راستا امام به زیبایی در ساختار آوایی گفتمان خود بین کارکرد انواع هجاهای کوتاه، متوسط و بلند و موقعیت خاص ایراد کلام خویش هماهنگی ایجاد کرده است مثلاً موضوعاتی همچون سرزنش مخاطب و بیان دلایل شکست، در قالب هجای متوسط و بلند مطرح شده‌اند که فرصت بیشتری را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد تا درباره این موضوعات بیندیشد. از سوی دیگر دیدیم که در این ساختار از تکرار کلمات و حروف نیز در راستای هماهنگی گفتمان با موقعیت ایراد خطبه بهره گرفته شده است.

۲- در سطح نحوی از ساختار بیرونی بعضی عناصر استراتژی گرایشی همچون ندا، استفهام و اسلوب شرط، با هدف ایجاد گرایش در مخاطب به امر جهاد به شیوه خاصی مورد استفاده قرار گرفته‌اند، مثلاً در کاربرد عنصر ندا در این گفتمان شاهد هستیم که امام از حرف ندای دور استفاده می‌کند تا پایین بودن جایگاه مخاطب نزد خود را نشان دهد و از این رهگذر مخاطب را در راستای هدف خود بیشتر برانگیزد. یا به عنوان نمونه ذکر عواقب و نتایج کوتاهی مخاطب در برابر مسئله جهاد که در ابتدای خطبه مطرح شده است، در قالب اسلوب شرط که حدوداً هفت جمله شرطیه در آنجا به کار گرفته شده و پی در پی به هم عطف شده‌اند، مخاطب را درباره‌ی وقوع حتمی این پیامدها هشدار می‌دهد و از کوتاهی در این زمینه بر حذر می‌دارد. علاوه بر ابزارهای زبانی استراتژی گرایشی، ابزارهای نحوی دیگری همچون تکرار، افعال مجهول، قسم و جملات کوتاه نیز با بسامد بالا وجود دارد که به نظر می‌رسد در آماده‌سازی مخاطب و تحریک او به پیکار با دشمن، نقش مهمی داشته‌اند.

۳- در سطح دلالی از ساختار بیرونی این گفتمان ادبی نیز شاهد بودیم که امام (ع) با توضیح دلایل شکست (ترس، تناقض‌گویی، عدم اتحاد اصحاب) در قالب صنعت تضاد و کاربرد تشبیهاتی همچون «لِیَاسُ التَّقْوَى وَ دَرِعُ اللّهِ الْحَصِیْنَةُ وَ جُنَّتُهُ الْوَیْقَةُ وَ تَوْبُ الدُّلِّ» با ایجاد حس رغبت یا تنفر سعی در تحریک مخاطب داشته‌اند. مثلاً تصاویر بلاغی این گفتمان نشان از موقعیت‌شناسی و مخاطب‌شناسی ایشان دارد؛ زیرا تصاویر اکثراً محسوس، همچون «بَابُ الْجَنَّةِ، لِیَاسُ، دَرِعُ، جُنَّةُ، تَوْبُ» استفاده شده است، گویی مخاطب چنان از فضیلت جهاد و پیامدهای ترک آن غافل است که تنها از طریق واژه‌های محسوس و ملموس که متناسب

با سطح فکر کوتاه اوست متوجه این معانی می‌گردد. افزون بر آن در این راستا از استعاره و صنعت مقابله نیز در این گفتمان بهره گرفته شده است.

۴- در ساختار درونی این گفتمان ادبی نیز دیدیم که عواطف مشابهی همچون تنفر، تنهایی، تحسر، پشیمانی و اندوه که همگی دارای یک محور هستند، مهم‌ترین جایگاه را در انگیزش مخاطب و تحریک احساسات او داشته و در این موقعیت حتی به نسبت ساختار بیرونی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند.

در خصوص گفتمان مستقیم و غیرمستقیم که به بررسی روابط بینامتنی می‌پردازد نیز شاهد بودیم که کاربرد آیات قرآن و مفاهیم و تصاویر قرآنی نیز به نوبه خود در تحذیر یا تشویق مخاطب به امر جهاد نقش مهمی را ایفا کرده است.

منابع

- قرآن کریم.
- ابن اثیر، ضیاءالدين. (بی تا). المثل السائر فی الادب الکاتب و الشاعر. به تعلیق: احمد الحوفی و بدوی طبانة، مصر: دار النهضة مصر للطبع و النشر.
- ابن منظور، محمد بن مکرم. (۱۴۱۴). لسان العرب. الطبعة الثالثة. بیروت: دارالصادر.
- ابن میثم، علی بن میثم بحرانی. (۱۳۶۲). شرح نهج البلاغة. بی جا: دفتر نشر الکتاب.
- احمد بدوی، احمد. (۲۰۰۵). من بلاغة القرآن. قاهرة: نهضة مصر.
- انیس، ابراهیم. (۱۹۵۲). موسیقی الشعر. الطبعة الثانية. مصر: مكتبة الانجلوا المصرية.
- بلوحي، محمد. (۲۰۰۴). آليات الخطاب النقدي العربي الحديث في مقارنة الشعر الجاهلي بحث في تجليات القراءات السياقية. دمشق: اتحاد الکتاب العرب.
- الجرجاني، عبدالقاهر. (۲۰۰۳). دلائل الاعجاز. بیروت: المكتبة العصرية.
- رود معجنی، محمود. (۱۳۹۱). سبک شناسی (نظریه ها و رویکردها و روش ها). چاپ اول. تهران: انتشارات سخن.
- زارع، آفرین و طاهره طوبایی. (۱۳۹۰). «تحلیل خطاب الغدير علی منهج تحلیل الخطاب الادبی». فصيلة النقد و الادب المقارن. العدد ۴، ۱۰۲-۷۵.
- الزركشى، بدرالدين محمدبن عبدالله. (۱۹۸۴). البرهان في علوم القرآن. تحقيق: محمد ابوالفضل ابراهيم. الطبعة الثالثة. القاهرة: مكتبة دار التراث.
- شعیری، حمیدرضا. (۱۳۸۹). تجزیه و تحلیل نشانه-معنائشناختی گفتمان. چاپ دوم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و دانشگاهها (سمت).
- الشهرى، عبدالهادى بن ظافر. (۲۰۰۴). استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية. الطبعة الاولى. بیروت: دار الکتاب الجديدة المتحدة.
- معین رفیق، احمد صالح. (۲۰۰۳). دراسة اسلوبية في سورة مريم. رسالة الماجستير. جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- مروان محمد، سعید عمران. (۲۰۰۶). دراسة اسلوبية في سورة الكهف، رسالة الماجستير. جامعة النجاح الوطنية. نابلس. فلسطين.
- غروی، محمد. (۱۳۶۵). الامثال و الحكم المستخرجة من نهج البلاغة. قم: دفتر انتشارات اسلامی.

- فرکلاف، نورمن. (١٣٧٩). **تحليل انتقادى گفتمان**. ترجمه: فاطمه شايسته پيران و همکاران. چاپ سوم. تهران: وزارت فرهنگ و اسلامى.
- فضل، صلاح. (١٩٩٢). **بلاغة الخطاب و علم النص**. الكويت: عالم المعرفة.
- مختار عمر، احمد. (١٩٩٨). **علم الدلالة**. الطبعة الخامسة. القاهرة: عالم الكتب.
- مكارم شيرازى، ناصر (١٣٧٥). **پیام امام شرح تازه و جامعى بر نهج البلاغة**. تهران: دارالکتب الاسلامية.
- الموسوى، محسن باقر. (٢٠٠٢). **المدخل الى علوم نهج البلاغة**. الطبعة الاولى. بيروت: دارالعلوم.
- ميلز، سارا. (١٣٨٨). **گفتمان**. ترجمه: فتاح محمدى. چاپ دوم. زنجان: هزاره سوم.
- الهاشمى، احمد. (١٣٨٣). **جواهر البلاغة**. الطبعة الاولى. بی جا: انتشارات اسماعيليان.
- يارمحمدى، لطف الله. (١٣٨٣). **گفتمان شناسى رايج و انتقادى**. چاپ اول، تهران: هرمس.