



(Research Article)  
**Study of the Ethos in Nahj al-Balagha**

Hamid Aghajani<sup>1\*</sup>, Mohammad Taheri<sup>2</sup>

Submit Date: 4 May 2023

Revise Date: 10 July 2023

Accept Date: 25 August 2023

Publication Date: 22 September 2023

(Page 23-46)

**Abstract**

In the art of rhetoric, the principle of the speaker's authority (ethos) is one of the three principles of speech, which, along with the other three principles, namely pathos (arousal in the audience) and logos (logical reasoning), form the sides of the "triangle of persuasion", which has a great importance and impact on the audience. The examination and careful consideration of the content of the words of Amir al-Muminin indicates that he has used this rhetorical device in many positions and according to the time and place, and it is one of the most important reasons for the inclusion of the Nahj al-Balagha in the list of primary rhetorical works in history concerns considering such subtleties in rhetoric. The point that is raised in the meantime is that observing the principle of the speaker's authority, which in itself implies the speaker's definition and praise of his virtues, can be combined with the virtue of humility and modesty, which is the virtue of all ethical people, especially Amir al-Muminin (AS). As we will see in the examples, throughout Nahj al-Balagha, wherever the Imam had to comply with the principle of eloquence, there was an expedient that he mentioned to justify his virtues. In other words, the words of Amir al-Muminin in expressing his unique qualities are only to prove his truthfulness in his words, actions, character and way of life, which of course is in complete contrast with self-praise, arrogance and pride.

**Keywords:** Nahj al-Balagha, Rhetoric, Ethos, Virtues of Amir al-Muminin (a.s.)

1. Member of the academic staff of the Ministry of Science, Research and Technology

2. Associate Professor, Department of Persian Language and Literature, Faculty of Humanities, Bu- Ali Sina University

\*: Corresponding Author:

Email: hamid.aghajani@msrt.ir

**How to cite this article:** Aghajani, H., & Taheri, M. (2023). Study of the Ethos in Nahj al-Balagha, *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 11(42), 23-46. DOI: 10.22084/NAHJ.2023.28380.2972

## **Extended Abstract**

### **1. Introduction**

The words of Imam Ali (a.s) in Nahj al-Balagha have long been considered a benchmark for oratory. Throughout history, many scholars of rhetoric have praised the power of his speech and its impact, emphasizing the importance of his words. This shows that one can find and extract many examples of the rules of rhetoric by carefully examining the sentences and phrases of Nahj al-Balagha.

In this research, we intend to examine one of the old principles of rhetoric, namely the ethos of the speaker, in the words of Imam Ali (a.s) from the perspective of Greek rhetoric. We will show that Nahj al-Balagha can be evaluated using criteria beyond those of traditional rhetoric books.

### **2. Research Method**

This research, with a descriptive and analytical approach, examines the application of the speaker's ethos as one of the three principles of the art of persuasion in the sermons and letters of Imam Ali (a.s) in Nahj al-Balagha.

First, to provide the necessary background, the concept of rhetoric in general and the subtleties of religious rhetoric in the Greek and Islamic traditions will be examined. Then, focusing on the words of Imam Ali (a.s), the instances of his use of this principle will be identified, categorized, and analyzed to reveal the multifaceted nature of his approach to ethos in Nahj al-Balagha.

The ultimate goal of this research is to dissect this complex relationship and to shed light on the how and why of Imam Ali's (a.s) masterful use of this fundamental tool of rhetoric to effectively convey his message.

### **3. Theoretical framework**

One of the most important challenges faced by all rulers throughout the history of mankind in governance is the issue of persuading public opinion in order to achieve government goals. The importance of persuasion and persuasion of public opinion is such that it can be considered one of the most important goals that political legitimacy seeks. The principle of ethos in Greek rhetoric is based on the description of the speaker's virtues and excellences, which he personally uses in his speech to have a greater impact on the audience. This principle has a subtle and obvious difference with self-praise and boasting, and its application should be done with complete delicacy and precision. The key elements effective in creating ethos are: the person's personality, expertise and experience, reputation and history, and transparency in words.

Aristotle, the great ancient Greek philosopher, proposed three basic pillars for persuasion; their careful consideration helps to analyze and understand rhetoric in texts and speeches. These three pillars are Ethos, Pathos and Logos. Aristotle defined and analyzed these three concepts as the "triangle of persuasion" in his Rhetoric treatise and gave complete explanations about the quality and quantity of their effects on the audience. By introducing these three concepts as key elements of persuasion, he advised speakers and writers to use the appropriate combination of these concepts in texts and speeches; to achieve the best result in influencing the audience.

According to Aristotle, the first pillar, i.e. ethos, refers to the credibility and trust that the speaker creates about his personality in the eyes of the audience. According to him, the speaker can force the audience to accept his positions and opinions by showing an authentic and trustworthy personality.

If we examine the content of Nahj al-Balagha from this point of view, we can see that in more than twenty sermons and letters, there are many sections whose content includes the virtues of the speaker, and Imam Ali (pbuh) openly talks about his morals and virtues and warns the listeners not to ignore them. This high volume of content covers many topics; among them, special affinity and closeness with the Prophet (pbuh), his piety and priority in the succession of the Prophet (pbuh), excellence in courage and justice, and having a unique scientific support. Since Imam Ali (pbuh) was in charge of the religious leadership of the Islamic Ummah in addition to ruling and governing, it was necessary to guide public opinion in line with his lofty goals because the importance of persuasion and persuasive communication in religious governments is more than other governments due to its welfare-oriented goal; otherwise, it will not be possible to achieve welfare in that society, and therefore, in his speech Imam Ali (pbuh) has used persuasive elements, tools and techniques that would have the greatest impact on the audience. In this direction, Imam Ali (pbuh) tried more to use the direct and face-to-face method for persuasion, and the elements he used for this purpose were God-centeredness, philanthropy, and hostility.

Imam's emphasis on his virtues is completely different from boasting and showing off. This allows the audience to properly understand the weight of his words and recognize him as a worthy leader. The era of Imam Ali (pbuh) was a period of political and ideological turmoil. Since the opponents and enemies of the Prophet (pbuh) had published false information about his personality and qualifications, he countered the slanders and lies by cleverly reminding the listeners of his virtues

establishing his authority. However, it should be noted that the strategic use of the authority of the theologian in Nahj al-Balagha went beyond informing the specific audience in that era, and all truth-seeking people throughout history are addressed by him. The repetition of this approach throughout Nahj al-Balagha confirms its importance. This shows a conscious strategy of Imam Ali (pbuh) to communicate effectively with diverse audiences, some of whom are probably unaware of his merits, and others may have been misled by the intrigues of his enemies. The strategic use of ethos is a powerful tool for persuasion and guidance and establishes his authority.

The special virtues that he highlights are deeply in line with Islamic values; as his emphasis on early faith in Islam reminds the audience of his firm faith. His closeness to the Prophet (pbuh) highlights his unique understanding of Islamic principles, and the embodiment of his justice and courage is completely consistent with the characteristics of the Imam of the Right, which is emphasized in the Qur'an and the teachings of the Prophet (pbuh). This strategic choice of virtues strengthens his authority and competence not only as a ruler but also as a leader of believers throughout history.

#### **4. Conclusion**

In Aristotelian rhetoric, ethos refers to the credibility and trustworthiness of the speaker or writer. It is one of the three main pillars of rhetoric and persuasion in Greek oratory, along with the speaker's logic and reasoning, and the overall impact of the speech on the audience. Ethos is prominently displayed in Nahj al-Balagha, as Imam Ali (pbuh) frequently reminds his audience and listeners of his virtues, such as his fitness and superiority in the leadership of the believers, his precedence in Islam, his close relationship with the Prophet (p.b.u.h), and his possession of qualities such as justice and courage.

A close examination of the instances of ethos in Nahj al-Balagha reveals that Imam Ali (a.s) employed it for informing the audience, countering false information, proving his own legitimacy and guiding the audience.

Overall, the high frequency of this important pillar of rhetoric in the speeches of Imam Ali (a.s) is undoubtedly not related to self-aggrandizement or boasting. Rather, the requirements of eloquence dictated that he remind the unaware and heedless audience, who were drowning in the flood of misinformation spread by enemies, ill-wishers, and seditionists, of the truth of the matter and leave no room for doubt.

**References [In Persian]**

- Al-Bahrani, Kamaluddin Ibn Haitham (1375). *Commentary on Nahj al-Balagha*, translator: Mohammad Sadeiq Aref, Mashhad: Islamic Research Foundation.
- Aristotle (1392). *Rhetoric*, translated by Isma'il Sa'adat, Tehran: Hermes.
- Eftekhari, A. and Kazemi, S. M. S. (1395). The model of public opinion persuasion in the Holy Quran; A case study of dealing with hypocrites, *Strategic Policy Research Quarterly*, No. 52, 9-39.
- Eslami, Sh. and Amirkaveh, S. (1395). Methods of persuading the audience in Nahj al-Balagha, *Islamic Social Researches*, No. 110, 175-214.
- Hakim Ara, M. A. (1384). *Persuasive communication and advertising*. Tehran: Samt Publications.
- Hasoumi, W. A., Nikoo Nezhad, Z., & Razavi Doost, G. R. (1398). Investigating the persuasive element of humor in Nahj al-Balagha and its role in illustrating concepts, *Literary Studies of Islamic Texts*, No. 2, 103-124.
- Hemmtian, M. (1396). The characteristics of eloquent theologians based on the views of rhetoricians from the beginning to today, *Literary techniques*, No. 21, 91-102.
- Karampour, Z., Hasoumi, V. A. and Khakpour, H. (1394) Audience Persuasion in Nahj al-Balagha, *Nahj al-Balagha Research Quarterly*, No. 9, 27-54.
- Karbakhsh, F. (1400). Investigating the methods of persuasion in the political life of Imam Ali (p. b. u. h), *Modern Jurisprudential Journal of Women and Family*, No. 14, 105-132.
- Motahhari, M. (1382). *A look at Nahj al-Balagha*, Sadra Publications: Qom.
- Motevalli, K. (1384). *Public opinion and methods of persuasion*, first edition, Tehran: Bahjat Publishing.
- Nasiri, A. (1384). The appearance of the Amir al-mo'menin ( p.b.u.h) from the perspective of Nahj al-Balagha, *Shia Studies Quarterly*, No. 10, 57-71.
- Nik sirat, A. (1386). A speech about logos, *Philosophical-theological researches*, No. 34, 209-225.
- Rajabi Ala, H., Masboogh, S. M., & Fatehi, S. H. (1402). A pragmatic reading of argumentation techniques in Nahj al-Balagha proverbs, *linguistic essays*, ready for publication. <https://lrr.modares.ac.ir/article-14-61363-fa.html>
- Rosenberg, Lawrence, D. (1389). Aristotle's methods for conducting eloquent oral argument, *Lawyers Association*, Nos. 208 and 209, 55-78.
- Shafiei Mazandarani, S. M. (1381). Asceticism and piety of Ali (a.s) is the elixir of society, *Ma'rafat*, No. 59, 78-87.
- Shahidi, S. J. (1378). *Persian translated of Nahj al-Balagha*, Tehran: Scientific and Cultural Publishing Company.
- Shariatmadar jaza'eri, S. N. (1379). The concept of justice in the political thought of Imam Ali (a.s), *Political Science Quarterly*, No. 11, 16-44.
- Shirani, M., Ghasemi Shub, M., & Iqbal, I. (1399). Explaining the legitimacy of Alavi government in the light of Nahj al-Balagha, *Nahj al-Balagha Research Quarterly*, No. 30, 37-55.

- Wafa'ei Taj Khatouni, S., & Darabi Amin, M. (2014). Studying the theory of Aristotle's Ethos among Indian style poets from the perspective of discourse analysis, *Farhangestan Special Issue (Subcontinent)*, No. 4, 303-320.

#### **References [In Arabic]**

- *Holy Quran*.
- Fa'ez Kashani, Mohammad Ibn Shah Mortaza (1401 a.h). *Keys of Shari'ah in al-Umamiyah jurisprudence*, researcher: Mahdi Raja'ei, Qom: Al-Zhakhar al-Islamiyyah.
- Tabrizi Ansari, Mohammad Ali (1418 a.h). *Al-Lom'ah Al-Bayza*, researcher: Sayyed Hashem Milani, Qom: Al-Hadi Institute.

#### **References [In English]**

- Gross, Alan, G. & Walzer, E Arthur (2008). *Rereading Aristotle's Rhetoric*, Southern Illinois: University Press.
- Killingsworth, M. Jimmie (2005). *Appeals In Modern Rhetoric: An Ordinary-language Approach*, Chicago: Southern Illinois University Press.



(مقاله پژوهشی)

## بررسی اصل بلاغی و جاهت متکلم در نهج البلاغه

حمید آقاجانی<sup>۱\*</sup>، محمد طاهری<sup>۲</sup>

بازنگری مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۱۹

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۱۴

انتشار مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۳۱

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۰۳

(از ص ۲۹ تا ۴۶)

### چکیده

در فن بلاغت، اصل و جاهت متکلم (اتوس) یکی از اصول سه‌گانه خطابه است که در کنار سه اصل دیگر، یعنی پاتوس (شورانگیزی در مخاطب) و لوگوس (استدلال منطقی) اضلاع «مثلث اقناع» را تشکیل می‌دهد و اهمیت زیادی در تأثیرگذاری بر مخاطبان دارد. عناصر کلیدی مؤثر در ایجاد اتوس عبارتند از: شخصیت فرد، تخصص و تجربه، شهرت و سابقه و شفافیت و همدلی با مخاطبان. بررسی و دقت نظر در محتوای سخنان امیرالمؤمنین (ع) در نهج البلاغه حاکی از آن است که حضرت امیر(ع) در مواضع متعدد و به اقتضای زمان و مکان، همه عناصر چهارگانه این مولفه بلاغی را به کار بسته است و یکی از مهم‌ترین علل قرارگرفتن کتاب شریف نهج البلاغه در ردیف نخستین آثار بلاغی تاریخ، در نظر گرفتن چنین ظرافت‌هایی در امر سخنوری است. در پژوهش حاضر به شیوه توصیفی - تحلیلی، خطبه‌ها و نامه‌های نهج البلاغه، از حیث رعایت اصل اتوس مورد واکاوی قرار گرفته است و آن‌چنان که در شرح مصادیق امر خواهیم دید، بیشترین تأکید حضرت امیر در بیان فضایل خویش، ذکر سابقه در اسلام و جهاد و همنشینی و پرورش در مکتب حضرت رسول(ص) است. باید دانست که در سرتاسر نهج البلاغه هر جا که امام به اقتضای بلاغت کلام، ناچار از رعایت اصل و جاهت بوده، مصلحتی وجود داشته که یادکرد امام(ع) از فضایل خویش را موجه می‌نماید. به دیگر سخن، کلام امیرمؤمنان در اظهار اوصاف منحصر به فرد خود، صرفاً برای اثبات حقانیت ایشان در گفتار و کردار و منش و روش زندگی است که البته با خودستایی و کبر و غرور بی‌جا در مابینت کامل قرار دارد.

**کلید واژه‌ها:** نهج البلاغه، بلاغت، اتوس، و جاهت متکلم، فضایل امیرالمؤمنین (ع).

۱. عضو هیات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

۲. دانشیار، گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

## ۱. مقدمه

از دیر باز سخنوری حضرت امیر معیار بلاغت بوده است و بسیاری از صاحب‌نظران علم بلاغت همچون جاحظ و خلیل‌بن‌احمد و ابن‌ابی‌الحدید از قدرت خطابه و نفوذ کلام ایشان تمجید کرده و بر احاطه آن حضرت بر دقایق سخنوری تأکید نموده‌اند (مطهری، ۱۳۸۲: ۱۱-۱۸). این امر حاکی از آن است که شواهد بسیاری از قوانین و قواعد علم بلاغت را با دقت نظر در جملات و عبارات نهج‌البلاغه می‌توان تشخیص داد و استخراج کرد. در پژوهش حاضر قصد داریم از دیدگاه بلاغت یونانی و مباحثی که ارسطو در کتاب کلاسیک فن خطابه مطرح کرده، یکی از اصول بلاغی کهن، تحت عنوان وجاهت متکلم (اتوس) را در سخنان حضرت امیر(ع) بررسی کرده و نشان دهیم که کتاب شریف نهج‌البلاغه ظرفیت آن را دارد که با معیارهایی فراتر از کتب بلاغت سنتی و جهان‌شمول مورد ارزیابی قرار گیرد. آن‌چنان‌که در ادامه این مقاله خواهیم دید، اصل اتوس در بلاغت یونانی، مبتنی بر شرح فضایل و برتری‌های سخنور است که شخصاً در کلام خود می‌آورد تا تأثیرگذاری بیشتر و بهتری بر مخاطب داشته باشد و این امر تفاوت دقیق و باریکی با خودستایی و فخرفروشی دارد و لذا کاربرد آن باید با ظرافت و دقتی هرچه تمام‌تر باشد.

با در نظر گرفتن تمهید فوق، چنانچه مطالب نهج‌البلاغه را از این دیدگاه بررسی کنیم، مشاهده می‌شود که در بیش از بیست خطبه و مکتوب، فرازهای متعددی به چشم می‌خورد که محتوای آن متضمن فضایل سخنور است و امیرالمؤمنین صراحتاً از مکارم اخلاق و فضایل خویش سخن می‌گوید و شنوندگان را نسبت به بی‌توجهی بدان‌ها انداز می‌دهد. این بسامد بالای مطالب، مضامین متعددی را همچون قرابت منحصربه‌فرد با رسول اکرم(ص)، حقانیت و اولویت ایشان در امر جانشینی حضرت رسول، سرآمد بودن در شجاعت و عدالت برخورداری از احاطه علمی بی‌نظیر، شامل می‌شود. چنانکه در خطبه سوم معروف به خطبه شقشقیه امام به صراحت خود را به‌عنوان بهترین شخص برای هدایت و امامت امت، معرفی می‌کند و بدون پرده‌پوشی بر فضیلت و ارجحیت خویش تأکید می‌نماید و خود را در عظمت به کوهساری بلند و دست‌نیافتنی تشبیه می‌نماید و سایرین را مادون خود می‌بیند.

## ۱-۱. بیان مسئله

با توجه به مقدمات فوق، پرسشی که در اینجا ممکن است مطرح شود؛ آن است که بیان چنین حقایقی از زبان شخص گوینده، چگونه با فضیلت تواضع و فروتنی که خصیصه همه مردان حق، به‌ویژه وجود مقدس حضرت امیر(ع) است، قابل جمع می‌باشد؛ به‌ویژه آن‌که شخص امام (ع) بارها خودستایی و خودنمایی را نکوهش کرده و آن را از رذائل اخلاقی می‌داند. چنان‌که در حکمتی بلیغ فرموده‌اند که: «تَرْكِيَةُ الْمَرْءِ لِنَفْسِهِ قَبِيحٌ» (تبریزی انصاری، ۱۴۱۸ق: ۹۹) و بارها در سخنان خود، دامن خویش را از این رذیلت مبرا دانسته است؛ چنان‌که می‌فرماید: «قد كرهتُ أن يكونَ جالَ في ظنكم إني أحبُّ الاطراء و استماعَ الشاء و لستُ بحمدالله كذلك، و لو كنتُ أحبُّ أن يُقالَ ذلكَ لتركتهُ إخطاطاً، لله سبحانه عن تناول ما هو أحبُّ به من العظمه والكبرياء» (خطبه/۲۱۶): «خوش ندارم که در خاطر شما بگذرد که من دوست‌دار ستودنم و خواهان شنیدن ستایش. سپاس خدای را که چنین نیستم و اگر دوست داشتم که درباره‌ام چنین گفته شود، آن را وامی‌نهادم؛ به



خاطر فروتنی در پیشگاه خداوند سبحان و عظمت و بزرگی که او بدان سزاوار است؛ و در جای دیگر، توضیح می‌دهد که اگر خداوند تعالی از خودنمایی و خودستایی منع نفرموده بود، سخن برای شرح فضایل خویش بسیار داشتم: «و لولا ما هَمَّى اللهُ عنه من تزكیه المرء نفسه لَدَكَّرَ ذَاكِرٌ فضائلَ جَمَّةٍ تعرفُها قلوبُ المؤمنینَ و لا تَمَجُّهُا آذانُ السامعینَ» (نامه/۲۸): «و اگر نبود که خداوند پاک شمردن خویش را نهی کرده است، گوینده فضیلت‌های انبوهی را یاد می‌کرد که دل‌های مؤمنان با آن‌ها آشناست و در گوش شنوندگان خوش آواست.»

بنابراین، «سخن از شخصیت امیرمؤمنان نیست تا اگر تمجیدی صورت گیرد، به شخص برگردد و حمل بر خودستایی شود؛ بلکه سخن از علم، معنویت، کمالات اخلاقی و سیاست دانی است که به صورت تمام و جامع، در این انسان سترگ گرد آمده‌اند و زود است که عمر او به سر آید و مردم از این کان عظیم بی‌بهره بمانند.» (نصیری، ۱۳۸۴: ۶۷).

سوای این استدلال عقلی و توجیه منطقی در اینجا می‌خواهیم از دیدگاه علم بلاغت، به خصوص بر اساس آراء ارسطو در کتاب فن خطابه (رتوریک) به امر بیان فضایل خویشتن در نهج البلاغه بپردازیم. چنان‌که در ادامه خواهیم دید، یکی از اضلاع «مثلث اقناع» از دیدگاه بلاغت یونانی، اصل «وجاهت متکلم» است که بر اساس آن، اقتضای کلام بلیغ آن است که سخنور گاهی روایتگر هنرهای خویشتن باشد تا کلامش مؤثر باشد و شنونده را مجاب کند.

در پژوهش حاضر، هدف آن است که با شیوه توصیفی - تحلیلی، نخست با توضیح و تبیین اصل بلاغی و جاهت متکلم از نظرگاه بلاغت یونانی و اسلامی، جایگاه و اهمیت این اصل در سخنوری را توضیح دهیم و سپس با ذکر برجسته‌ترین مواضعی که حضرت امیر در خطبه‌ها و نامه‌های نهج البلاغه به جهت رعایت این اصل، فضائل خویش را گوشزد و بر آن‌ها تأکید نموده؛ پاسخی در خور برای پرسش‌های زیر بیابیم:

- ۱- مهمترین مصادیق رعایت اصل و جاهت متکلم در کلام امیرالمؤمنین، کدامند؟
- ۲- کدام یک از عناصر چهارگانه و جاهت متکلم، در نهج البلاغه نمود بیشتری دارد؟
- ۳- رعایت اصل و جاهت متکلم چگونه با فضیلت فروتنی و تواضع که پیرایه همه انسان‌های اخلاق مدار به‌ویژه امیرالمؤمنین (ع) است، قابل جمع می‌باشد؟

## ۲-۱. پیشینه پژوهش

بررسی سوابق پژوهشی مربوط به تبیین مصادیق بلاغی فن اقناع در کلام امیرالمؤمنین (ع)، حاکی از آن است که در پژوهش‌های معاصر، تاکنون پنج مقاله، حول این موضوع چاپ و منتشر شده که تفصیل آن از قرار ذیل است:

- ۱- کرمپور و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله «اقناع مخاطب در نهج البلاغه» با رویکرد دینی و با روش تحلیلی با استفاده از منابعی در زمینه روانشناسی اجتماعی و ارتباطات و منابع مرتبط با نهج البلاغه، به بررسی و تحلیل فن اقناع در نهج البلاغه پرداخته‌اند. بنا بر پژوهش ایشان امام (ع) برای اقناع مخاطب در سخنان خویش از انواع فنون و شیوه‌های اقناع مثل تبلیغ، حکمت، موعظه استفاده نموده‌اند. علاوه بر این، آن

حضرت در کلام خود در راستای اقناع مخاطب بر معیارهایی همچون آزاداندیشی، هدف‌داری و عدم دروغ‌پردازی و فریب‌کاری و... توجه داشته‌اند.

۲- اسلامی و امیرکاوه (۱۳۹۵) در مقاله «روش اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه» روش‌های کلامی و غیرکلامی اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه را مورد بررسی قرار داده‌اند. بنا بر یافته‌های این پژوهش، حضرت علی جهت اقناع مخاطب از طریق کانال اقناع کلامی موارد حکمت، جدال احسن، تجربه، استناد به منبع معتبر، موعظه و اخبار غیبی و همچنین از کانال اقناع غیرکلامی از زبان بدن، سیره عملی، زبان صدا و معجزه به‌طور هنرمندانه‌ای بهره برده‌اند.

۳- حسومی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله «بررسی عنصر اقناعی طنز در نهج‌البلاغه و نقش آن در تصویرسازی مفاهیم» به تحلیل نقش عنصر طنز در نهج‌البلاغه پرداخته است. به نظر نویسندگان این مقاله، استفاده از اسلوب ادبی طنز، از جمله شیوه‌های تصویر آفرینی در نهج‌البلاغه جهت اقناع مخاطب است و طنز علاوه بر آن که تصاویر ادبی زنده و جذابی می‌آفریند، از طرفی نیز با بیان ادیبانه کاستی‌ها، نقش به‌سزایی در اقناع مخاطب دارد.

۴- فاطمه کاربخش (۱۴۰۰) در مقاله «بررسی شیوه‌های اقناع در سیره سیاسی حضرت علی علیه‌السلام» به معرفی و شرح شیوه‌های اقناع مخاطبان و اهداف امام(ع) در باب اقناع پرداخته است. متأسفانه نویسنده این مقاله نیز، علی‌رغم شباهت محتوای بسیار با مقاله زهرا کرمپور و دیگران هیچ اشاره‌ای به آن نکرده است.

۵- رجیبی علا و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله «خوانش کاربردشناختی تکنیک‌های برهان‌ورزی در ضرب المثل‌های نهج‌البلاغه»، به این نتیجه رسیده‌اند که امام علی(ع) در نهج‌البلاغه در جهت اقناع و متقاعدسازی مخاطب، از انواع راهبردهای زبانی - بلاغی، روش‌های اقناع، ساختارهای شبه منطقی، رویکردهای بلاغی، موعظه، تشبیه، کنایه، تمثیل و استعاره بهره جسته و به‌صورت هنرمندانه، مفاهیم اخلاقی، اجتماعی و سیاسی موردنظر خویش را در قالب واژگان مطرح نموده که بیانگر توانش زبانی و کاربردشناختی امیر بیان(ع) است.

بررسی محتوایی آثار فوق، حاکی از آن است که تحلیل بلاغی طبق آراء ارسطو مدنظر نویسندگان نبوده و بالطبع موضوع و جاهت متکلم نیز مورد بحث واقع نشده است.

### ۳-۱. ضرورت و اهمیت پژوهش

باید دانست که تمرکز پژوهشگران در عرصه تحلیل امتیازات بلاغی نهج‌البلاغه، بیشتر حول مباحث رایج بلاغت کلام؛ یعنی علم بیان و بدیع بوده و بلاغت متکلم، آن‌گونه که در آثاری چون فن خطابه محل بحث است؛ در سخنان حضرت امیر(ع) تاکنون بررسی و واکاوی نشده؛ همچنین آن‌چنان‌که در پیشینه تحقیق مشاهده شد، در بررسی فنون اقناع در نهج‌البلاغه، به مسئله و جاهت متکلم (اتوس) اشاره‌ای نشده است؛ لذا اقتضا می‌کرد فتح بابی در این باب صورت گیرد و امتیازات نهج‌البلاغه از منظر بلاغت ارسطویی نیز مدنظر قرار گیرد.

## ۲. بحث

## ۱-۲. اصل اقناع در بلاغت

اقناع در لغت به مفهوم قانع کردن و راضی نمودن افراد جهت گرایش به موضوعی خاص است که با انجام فعالیتی خاص صورت می‌گیرد (حکیم آراء، ۱۳۸۴: ۲۸۵). در علم ارتباطات، اقناع، فرایندی ارتباطی است که هدف آن نفوذ در گیرنده پیام است؛ به این معنی که فرستنده (سخنران/نویسنده) یک پیام ترغیبی، یک نظر، یا رفتار را به گیرنده ارائه می‌کند و انتظار می‌رود که این پیام به شکلی غیراجباری در مخاطب یا گیرنده پیام مؤثر واقع شود (متولی، ۱۳۸۴: ۷۳).

اقناع دارای صفاتی است که اشکال دیگر قدرت فاقد آن هستند؛ زیرا دربردارنده خاصیت روان‌شناختی آزادی است و ترغیب‌شوندگان احساس می‌کنند که موافق میل خود، اهداف و رهنمودهای تعیین شده را انجام می‌دهند. از نگاهی دیگر، اقناع عبارت است از تلاش صادقانه برای مجاب ساختن مخاطبین به پذیرش موضوع و خواسته‌ای به وسیله ارائه مناسب اطلاعات مربوط و روشی است برای تأثیرگذاری و جهت‌دهی ذهنی افرادی خاص و به‌طورکلی، اقناع مخاطب، هدف اساسی و پایانی همه نوع رفتارهای ارتباطی است. به عبارت دیگر، ارتباط موفق و مؤثر، ارتباطی است که نتیجه دلخواه؛ یعنی مجاب کردن مخاطب را به دنبال داشته باشد.

اقناع در علم بلاغت نیز جایگاهی مهم و اساسی دارد. در بلاغت، اقناع به فرآیندی گفته می‌شود که در آن، سخنور یا نویسنده با استفاده از ابزارهای زبانی و ادبی، مخاطب را به پذیرش نظر یا باور خود ترغیب می‌کند؛ و در واقع، هدف اصلی سخنرانی و نگارش مقاله و کتاب نیز قانع ساختن مخاطبان است.

یکی از نخستین و درعین حال دقیق‌ترین تقسیماتی که در مورد مفهوم اقناع در فن خطابه و سخنوری ارائه شده، آراء ارسطو در کتاب معروف رتوریک (فن خطابه) است. در دسته‌بندی مفاهیم سخنرانی و اقناعی، ارسطو، فیلسوف بزرگ یونان باستان، برای اقناع سه رکن اساسی را مطرح کرده است. سه رکنی که دقت نظر در آنها به تحلیل و درک بلاغت در متون و سخنرانی‌ها کمک می‌کند. این سه رکن عبارتند از اتوس (Ethos)، پاتوس (Pathos) و لوگوس (Logos). ارسطو در رتوریک به تعریف و تحلیل این سه مفهوم به‌عنوان «مثلث اقناع» پرداخته و در مورد کم و کیف تأثیرات آنها بر مخاطبان توضیحات کاملی داده است (ارسطو، ۱۳۹۲: ۳۱).

بنابر آراء ارسطو، رکن اول، یعنی اتوس (وجاهت متکلم)، به اعتبار و اعتمادی اشاره دارد که سخنران از خود و شخصیت خود در نظر مخاطبان به وجود می‌آورد. به گفته او سخنران با نشان دادن شخصیتی معتبر و مورد اعتماد می‌تواند مخاطبان را به قبول مواضع و نظرات خود وادار کند.

ضلع دوم مثلث اقناع، پاتوس (شورانگیزی) نام دارد که به هنر برانگیختن عواطف و احساسات مخاطبان اشاره دارد. به نظر ارسطو، سخنران با استفاده از تصاویر و کلمات هیجان‌انگیز و هدف قرار دادن عواطف رقیق بشری می‌تواند احساسات مخاطبان را به سمت مواضع خود جلب کند و چه بسا شنوندگان یک خطابه، با تحریک احساسات عادی بشری همچون ترحم و نوع‌دوستی و یا حتی عواطفی نه‌چندان

مثبت، مانند جاه‌طلبی و غرور و یا حتی ایجاد هراس و تردید، به سرعت تحت تأثیر قرار گیرند و هم‌رأی با صاحب‌سخن شوند.

ضلع سوم مثلث اقناع در رتوریک ارسطو، لوگوس (منطق و استدلال) است که با استفاده از استدلال منطقی، دلایل معقول و ارقام و اطلاعات، معقول‌ترین وسیله برای متقاعد کردن مخاطبان به شمار می‌رود و در واقع همان عقل سلیم انسانی است (نیک‌سیرت، ۱۳۸۶: ۲۱۳). سخنران با ارائه مستندات و شواهد منطقی می‌تواند مخاطبان را مجاب کند که نظرات و مواضع او عقلانی و درست است (Killingsworth, 2005: 25-26).

ارسطو با معرفی این سه مفهوم به عنوان عناصر کلیدی اقناع، به سخنرانان و نویسندگان توصیه کرده است که از ترکیب مناسب این مفاهیم، در متون و سخنرانی‌ها بهره‌برداری کنند؛ تا به بهترین نتیجه در تأثیرگذاری بر مخاطبان دست یابند (Alan & Gross, 2008: 5-13).

## ۲-۲. اقناع در نهج البلاغه

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که در امر حکمرانی پیش روی همه حاکمان در طول تاریخ بشریت قرار داشته، مسئله اقناع افکار عمومی در جهت تحقق اهداف حکومتی است. «اهمیت اقناع و متقاعدسازی افکار عمومی به میزانی است که می‌توان آن را مهم‌ترین و یا یکی از مهم‌ترین اهدافی دانست که مشروعیت، این واژه پر مفهوم سیاسی به دنبال آن است» (افتخاری و کاظمی، ۱۳۹۶: ۱۰). طبیعی است که حضرت امیر نیز در دوران پنج‌ساله خلافت خود با این چالش روبه‌رو بوده و در همین جهت محتوای اکثر خطابه‌ها و نامه‌های آن حضرت در جهت نیل به این مهم بوده است و آن حضرت «در سراسر نهج البلاغه کوشیده‌اند با بهره‌گیری از انواع فنون فصاحت و بلاغت، شنوندگان پیام را به پذیرش پیام خویش تشویق و ترغیب نمایند» (کرم‌پور و دیگران، ۱۳۹۴: ۳۴)؛ البته ذکر این نکته لازم است که آن حضرت علاوه بر زمامداری و حکومت، پیشوای دینی امت اسلام نیز بوده‌اند و از این جهت نیز باید افکار عمومی را در راستای اهداف والای خود هدایت می‌کرده‌اند و «باید اذعان کرد اهمیت اقناع و ارتباطات اقناعی در دولت‌های دینی به دلیل غایت سعادت‌محور آن بیش از سایر دولت‌ها است؛ زیرا در غیر این صورت تحقق سعادت برای آن جامعه ممکن نخواهد بود» (همان)؛ و لذا «از عناصر، ابزارها و فنونی برای متقاعدسازی بهره می‌بردند که بیشترین تأثیر را بر مخاطب داشته باشد در این راستا سعی حضرت بیشتر بر آن بود که از شیوه مستقیم و چهره به چهره برای اقناع استفاده کنند و از عناصری که برای این امر بکار می‌گرفتند خدامحوری، مردم‌داری و دشمن‌شناسی بود» (کاربخش، ۱۴۰۰: ۱۰۵).

## ۲-۳. وجاهت متکلم و عوامل به وجود آورنده آن

چنان‌که گفتیم؛ نخستین رکنی که ارسطو در رساله رتوریک بر آن تأکید دارد و آن را مهم‌ترین وسیله اقناع معرفی می‌کند؛ مؤلفه اتوس است. اتوس به معنای وجاهت، شخصیت و منش سخنور در نزد مخاطب است.

به اعتقاد ارسطو در کار اقناع، مهم است که گوینده خود را شخصیتی متمایز نشان دهد و در شنوندگان این تصور را به وجود آورد که نسبت به آنها در حالت روحی متمایز است» (همان: ۸۲۳). اتوس در واقع تلاش صاحب سخن است تا خردمند و اخلاقی و عملگرا جلوه کند. بر این اساس، شیوه و لحن سخنور باید به گونه‌ای باشد که شنونده از فحوای کلام برای سخنور شخصیت و جایگاهی عالی قائل شود و بدین‌سان تحت تأثیر قرار گیرد. به تصریح ارسطو، «اقناع از این طریق، زمانی حاصل می‌شود که گفتار چنان باشد که سخنگو را درخور اعتماد کند؛ زیرا ما به‌طور کلی در همه موضوعات و به‌خصوص در موضوعاتی که درباره آن‌ها آگاهی درستی در دست نیست و صحت آن مورد تردید است؛ به مردمان صالح زودتر و با اطمینان خاطر بیشتر اعتماد می‌کنیم» (همان: ۲۲). هم‌چنین اعتقاد به فضایی همچون دوراندیشی و خیرخواهی سخنور، لازمه برخورداری خطیب از صفت و جاهت است (همان: ۸۲۳)؛ بنابراین، اتوس روشی است که گوینده باید در اختیار گیرد تا توجه و اعتماد شنونده را جلب کند و بتواند صلاحیت خویش را ثابت کرده و خود مورد اعتماد نشان دهد. «سخنوری که به اتوس خود می‌اندیشد، سعی می‌کند که هنگام خلق اثر چه از نظر سبک و ساختار و چه از نظر مضمون دقت بسیار به خرج دهد تا هنگامی که از نظر خواننده ارزیابی می‌شود، کلام او درست و بی‌نقص جلوه کند.» (وفایی تاج خاتونی و دارابی امین، ۱۳۹۴: ۳۰۵).

بر اساس آراء ارسطو، عناصر کلیدی مؤثر در ایجاد اتوس عبارتند از: شخصیت فرد، تخصص و تجربه، شهرت و سابقه و شفافیت که در ادامه به تفصیل، هر یک از این عناصر را توضیح می‌دهیم.

### ۱-۳-۲. شخصیت فردی

شخصیت فرد، عنصر اساسی و جاهت است. مخاطبان به‌طور طبیعی مجذوب افراد دارای اعتماد به نفس که حرکات و سکناتشان نشان‌دهنده روحیه عالی و مستحکم است، می‌شوند. معمولاً در سخنرانی‌ها زبان بدن متکلم، تأثیر زیادی در نشان دادن استانداردهای شخصیتی دارد. مسلماً اگر مخاطبان نسبت به شخصیت سخنور کم‌اطلاع و یا به‌طور کلی خالی‌الذهن باشند، مقتضی است که سخنران شخصاً اطلاعاتی به آنها بدهد تا بر ضریب نفوذ کلام خود بیفزاید.

### ۲-۳-۲. تخصص و تجربه

در کنار سجایای شخصیتی عالی، وجود تخصص در زمینه یا موضوع مربوط به سخنوری برای ایجاد و جاهت ضروری است و نشان دادن درک عمیق، تجربه و دانش در موضوع مورد بحث به تثبیت اعتبار و اعتبار گوینده کمک می‌کند. تخصص را می‌توان از طریق صلاحیت‌ها و دستاوردها به نمایش گذاشت. سخنور می‌تواند با قرار دادن خود به‌عنوان یک منبع آگاه و قابل اعتماد، ارتباط مخاطب با خود را تقویت کند و احترام او را به دست آورد.

### ۳-۳-۲. شهرت و سابقه

شهرت و سابقه گوینده به‌طور قابل‌توجهی به وجاهت کمک می‌کند. طبیعی است که مخاطبان توقع داشته باشند که سخنران یا نویسنده، شخصاً در امری که راجع بدان داد سخن داده، دارای تجربه باشد و صرفاً از طریق مطالعه یا مسموعات، مطلبی را بیان نکند. از این دیدگاه است که بیان خاطرات شخصی مرتبط با موضوع در ضمن خطابه، به‌شدت توجه مخاطب را جلب می‌کند و در عین جذابیت، اقناع و تأثیرگذاری کلام را به‌شدت افزایش می‌دهد.

### ۳-۳-۴. شفافیت، صداقت و همدلی با مخاطبان

«یکی از عناصر حیاتی اتوس، صداقت است.» (روزنبرگ، ۱۳۸۹: ۶۰) وقتی سخنران یا نویسنده در مورد باورهای قلبی و اهداف خود شفاف باشد و صداقت او بر مخاطبان، اثبات شود؛ وجاهت تقویت می‌شود. باز بودن و صادق بودن در جهت‌گیری‌های فکری، سیاسی و اعتقادی، موجب حفظ اعتبار و وجاهت شده و اعتماد مخاطب را تقویت می‌کند. ایجاد حس همدلی، به‌ویژه در سخنرانی و خطابه، سد ذهنی مخاطب را می‌شکند و او را در مدار فکری سخنران قرار می‌دهد.

چنان‌که ملاحظه می‌شود؛ اتوس، مفهومی پیچیده است که توسط عوامل متعددی شکل می‌گیرد. با این حال، با درک عناصر کلیدی که به ایجاد اتوس کمک می‌کنند، می‌توانیم درک بهتری از این مفهوم و نحوه تأثیر آن بر رفتار و تعاملات انسان‌ها داشته باشیم.

### ۳-۳-۲. وجاهت متکلم در بلاغت اسلامی

بر اساس پژوهش هم‌تیمان (۱۳۹۶) تا آنجا که به تاریخ بلاغت اسلامی مربوط می‌شود؛ در همه کتاب‌های بلاغی متقدم و متأخر و حتی در پژوهش‌ها و مقاله‌های معاصر، تنها مختصات کلام بلیغ مدنظر بلاغیون بوده و درباره شرایط و ویژگی‌های متکلم بلیغ، تعریف روشن و مطلب مدونی بیان نشده است. وی به استناد مطالبی که جسته و گریخته درباره ملاک و معیارهای بلاغت و فصاحت در کتاب‌های بلاغی پس از جرجانی از مفتاح العلوم سکاکی و شارحان و پیروان او گرفته تا آثار معاصران وجود دارد، مختصات متکلم بلیغ را از این‌جا برشمرده است:

۱- از نظر شخصیتی ویژگی خاصی داشته باشد؛ ۲- درباره کلام، مخاطب و بافت موقعیتی شناختی کامل داشته باشد؛ ۳- دارای شجاعت و سکینه خاطر باشد؛ ۴- مخاطب شناس باشد و ۵- ویژگی‌های زمان و مکان و محیط و در کل بافت موقعیت را تشخیص دهد (هم‌تیمان، ۱۳۹۶: ۹۱-۱۰۲).

برای ایجاد اتوس، سخنران یا نویسنده باید شخصیت معتبری را برای خود ایجاد کند. این امر می‌تواند از طریق نشان دادن تجربه و تخصص در زمینه مورد بحث، استفاده از شواهد و مستندات قابل اعتماد و ایجاد ارتباط معنوی با مخاطبان انجام شود.

## ۵-۲. مصادیق و جاهت متکلم در نهج البلاغه

آن چنان که در مقدمه به تفصیل گفتیم، کاربرد درست و جاهت متکلم از ارکان بلاغت در سخنوری است و مواردی که حضرت امیر(ع) در نهج البلاغه در توصیف فضایل و مراتب خویش، ایراد کرده است؛ مربوط به همین رکن است. در ادامه مصادیق این امر را در چهار مقوله شخصیت فردی، شهرت و سابقه، تخصص و تجربه و شفافیت و همدلی با مخاطبان در گفتار امیرالمؤمنین(ع) مورد بررسی قرار می‌دهیم.

### ۱-۵-۲. شخصیت فردی

در مقوله شخصیت فردی، ویژگی‌های اخلاقی و خصائصی که امام(ع) در بیان خود بدان‌ها اشاره کرده؛ از قرار ذیل است:

#### ۱-۱-۵-۲. جایگاه متعالی علمی

دانش فراگیر امام علی(ع) در زمینه شریعت اسلامی، زبانزد خاص و عام است و با وجود همه مشغولیت‌ها و مسئولیت‌هایی که آن حضرت در زمان حیات پرفراز و نشیب خود با آن دست به گریبان بودند؛ نزدیک به اتفاق صحابه و بزرگان امت اسلامی، ایشان را اعلم امت می‌دانستند و در مسائل علمی و شرعی، نظر ایشان را صائب می‌دانستند. به قول خلیل بن احمد، امام علی(ع) از همه بی‌نیاز بود؛ اما همه به او محتاج بودند و پیوسته برای حل مشکلات خود به ایشان مراجعه می‌کردند. از این رو، لازم می‌نمود که این فضیلت منحصر به فرد در کلام ایشان به‌عنوان بخشی از وجاهت متکلم مورد تأکید فراوان قرار گیرد تا مخاطبان دچار غفلت نشوند و بدانند که سخنان ایشان برگرفته از اقیانوس بی‌پایان علم و آگاهی مقام امامت است. از این جهت است که در نهج البلاغه با عبارات زیر مواجه می‌شویم که نه قبل و نه بعد از حضرت امیرالمؤمنین(ع) کسی را یاری بیان آن نبوده است: «أَيُّهَا النَّاسُ سَلُونِي قَبْلَ أَنْ تَفْقِدُونِي فَلَأَنَا بِطَرِيقِ السَّمَاءِ أَعْلَمُ مِمِّي بِطَرِيقِ الْأَرْضِ قَبْلَ أَنْ تَشْعَرَ بِرَجْلِهَا فِتْنَةٌ تَطَأُ فِي خِطَامِهَا وَ تَذْهَبُ بِأَحْلَامِ قَوْمِهَا» (خطبه/۱۸۹): «مردم! از من بپرسید پیش از آنکه مرا نیابید، که من راه‌های آسمان را بهتر از راه‌های زمین می‌دانم، پیش از آنکه فتنه‌ای پدید شود که همچون شتر بی‌صاحب گام بردارد و مهار خود پایمال کند و مردمان را بکوبد و بیازارد و عقل صاحب‌خردان را ببرد و در حیرتشان گذارد».

#### ۲-۱-۵-۲. شجاعت

شجاعت از فضائل اخلاقی به معنای دلیری و دلاوری، حالتی در انسان دانسته شده که شخص از اقدام به کارهای دشوار ترسی به خود راه ندهد و در مصاف با دشمن و تحمل دشواری‌ها، از قوت قلب برخوردار باشد. علمای اخلاق، شجاعت را به‌عنوان یکی از عناصر اصلی فضایل انسانی معرفی کرده و نقطه مقابل آن، یعنی جبن و ترس را از پست‌ترین خصلت‌ها می‌دانند (فیض کاشانی، ۱۴۰۱: ۱۶/۲).

شجاعت دارای معانی گسترده‌ای است که شامل دلاوری در میدان نبرد نیز می‌شود. مثال‌های دیگری از شجاعت عبارتند از شجاعت در زمینه سیاست، شجاعت در مقام قضاوت، شجاعت در ابراز مسائل علمی و منطقی، شجاعت در انتقاد و بیان حقایق و شجاعت در مقابل هوس‌ها و امور نفسانی.

به روایت دوست و دشمن، امام(ع) در تمام عمر شریف خود از شجاعت فوق‌العاده‌ای برخوردار بودند و در غزوات صدر اسلام، به‌راستی قهرمان یکه‌تاز سپاه مسلمین بودند. مع‌الوصف در کمال تعجب، بعضی کوتاه‌نظران جنگاوری و دلاوری حضرت را مورد تشکیک قرار می‌دادند. از این جهت در موارد متعددی بر فضیلت شجاعت خود تأکید می‌کنند و داد سخن می‌دهند. چنان که در خطبه معروف قاصعه می‌فرمایند:

«أَنَا وَصَعْتُ فِي الصَّغَرِ بِكَالْكَلْبِ الْعَرَبِ وَ كَسَرْتُ نَوَاجِمَ قُرُونِ رَبِيعَةَ وَ مُصْرَةَ.» (خطبه/۱۹۲): «من در خردی

بزرگان عرب را به خاک انداختم و سرکردگان ربیعه و مضر را هلاک ساختم.»

و خطاب به معاویه که ایشان را تهدید به حمله و انتقام کرده بود؛ پاسخی دندان‌شکن می‌دهد: «وَ اللَّهُ لَوْ تَطَاهَرَتِ الْعَرَبُ عَلَيَّ قِتَالِي لَمَا وَلَّيْتُ عَنْهَا وَ لَوْ أَنْكَرَتِ الْقُرُصُ مِنْ رِقَابِنَا لَسَارَعْتُ إِلَيْهَا» (نامه/۴۵): «به خدا اگر عرب در جنگ من پشت به پشت دهد، روی از آنان برنتابم و اگر فرصت دست دهد به پیکار همه بشتابم.»

در همین راستا، در فرازی دیگر، امام در پاسخ به افرادی که از روی جهالت، علت تأخیر در شروع جنگ صفین را ترس امام قلمداد می‌کردند، می‌فرماید: «فَوَاللَّهِ مَا أَبَاي دَخَلْتُ إِلَى الْمَوْتِ أَوْ خَرَجَ الْمَوْتُ إِلَيَّ.» (خطبه/۵۵): به خدا، پروا ندارم که من به آستانه مرگ در آیم یا مرگ به سر وقت من آید.»

و در فرازی دیگر می‌فرمایند: «وَالَّذِي نَفْسُ ابْنِ أَبِي طَالِبٍ بِيَدِهِ، لَأَلْفُ ضَرْبَةٍ بِالسَّيْفِ أَهْوَنُ عَلَيَّ مِنْ مِيتَةِ عَلِيِّ الْفَرَّاشِ.» (خطبه/۱۲۳): «بدان کس که جان پسر ابوطالب در دست اوست، هزار مرتبه ضربت شمشیر خوردن من آسان‌تر است تا در بستر مردن.»

### ۳-۱-۵-۲. زهد و پرهیزگاری

زهد در لغت به معنای ناچیز انگاشتن، بی‌مهری و بی‌اعتنایی، پرهیز کردن و ترک کردن آمده است؛ اما در معارف اسلامی، اصطلاح زهد، معنایی خاص دارد و نقطه مقابل حرص و آز و دنیاپرستی محسوب می‌شود. زهد، در دیدگاه امیرمؤمنان دنیاگریزی محض نیست و وارستگی و عدم وابستگی قلبی به دنیا و بلکه ستیز با بندگی دنیا است (شفیعی مازندرانی، ۱۳۸۱: ۸۰). آن حضرت حقیقت زهد را بر مبنای دو آیه شریفه از قرآن کریم چنین تعبیر فرموده است:

«وَ مَنْ لَمْ يَأْسَ عَلَى الْمَاضِي وَ لَمْ يَفْرَحْ بِالْآتِي، فَقَدْ أَخَذَ الزُّهْدَ بِطَرَفَيْهِ.» (حکمت/۴۳۹): «و آن که بر گذشته

دریغ نخورد و به آینده شادمان نباشد، از دو سوی زهد گرفته است.»

این فضیلت والای اخلاقی نیز از مواردی است که حضرت امیر بر مبنای اصل بلاغی و جاهت متکلم و به منظور ایجاد تمایز و مرکزگی بین خود و دنیاپرستان آلوده به شهوات، از آن یاد کرده است:

«لَوْ شِئْتُ لَاهْتَدِيْتُ الطَّرِيقَ إِلَى مُصَفَى هَذَا الْعَسَلِ وَ لُبِّ هَذَا الْقَمَحِ وَ نَسَائِحِ هَذَا الْقَرِّ وَلَكِنْ هِيَهَاتَ أَنْ يَغْلِبَنِي هَوَايَ.» (نامه/۴۵): «اگر خواستمی، دانستمی چگونه عسل پالوده و مغز گندم و بافته ابریشم را به کار برم؛

لیکن هرگز هوای من بر من چیره نخواهد گردید.»



## ۴-۱-۵-۲. عدالت خواهی

فضیلت عدالت وصفی است که با نام امام علی گره خورده و عجین شده است و در فرهنگ اسلام نام ایشان نماد معدلت و مبارزه با ظلم است؛ چنانکه جرج جرداق، اندیشمند معاصر مسیحی، در اثر ماندگار خود به نام امام علی صدای عدالت انسانی، نام امام را مرادف با صفت عدل و دادگری می‌داند. «از دیدگاه نهج البلاغه حکومتی دارای ارزش است که هدف آن گسترش عدالت و گرفتن حق بر باد رفته ستمدیدگان و انتقام گرفتن از ستمگران باشد» (شریعتمدار جزائری، ۱۳۷۹: ۲۱). هدف در حکومت نباید جاه‌طلبی، سودجویی، کسب قدرت و پیروی از خواسته‌های شخصی باشد. وظیفه حکومت از منظر امام(ع) احیای احکام عدالت‌محور و احقاق حق ستمدیدگان و کیفر ستمگران است. البته باید دانست که فضیلت عدالت خواهی امام را نباید محدود به زمان خلافت ظاهری ایشان کرد. امیرالمؤمنین(ع) نه تنها در دوران حکومت چند ساله، بلکه در سراسر دوران حیات خود، به شیفته عدالت بود و عدالت خواهی در همه جنبه های زندگی فردی و اجتماعی ایشان متجلی بود. امام در فرازهایی متعدد از نهج البلاغه بر این ویژگی خود تأکید می‌کند و تفاوت سلوک خویش با سایر زمامداران جائر را یادآوری می‌نماید: «وَاللَّهِ لَأَنَّ آيَةَ عَلِيٍّ حَسْبُكَ السَّعْدَانِ مُسَهَّدًا وَ أَجْرٌ فِي الْأَغْلَالِ مُصَفَّدًا أَحَبُّ إِلَيَّ مِنْ أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَ رَسُولَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ظَالِمًا لِبَعْضِ الْعِبَادِ وَ غَاصِبًا لَشَيْءٍ مِنَ الْخَطَايَا» (خطبه/۲۲۴): «به خدا سوگند! اگر شب را بر خار سعدان بیدار بگذرانم، یا مرا در غل‌ها و زنجیرهای بسته بکشانند، بیشتر دوست دارم از اینکه خدا و رسول او را روز قیامت، درحالی که به برخی از بندگان ستمی روا داشته باشم و چیزی از مال دنیا را غصب کرده باشم، ملاقات کنم.»

در ادامه همین خطبه می‌فرماید: «وَاللَّهِ، لَوْ أُعْطِيتُ الْأَقَالِيمَ السَّبْعَةَ بِمَا تَحْتُ أَفْلَاكِهَا عَلِيٌّ أَنْ أَعْصَى اللَّهَ فِي مَلِهِ أَسْلُبُهَا جُلْبَ شَعِيرَةٍ مَا فَعَلْتُ»: به خدا سوگند! اگر هفت اقلیم را با هرچه زیر افلاک آن است به من بدهند تا با نافرمانی خدا، پوست جوی را از دهان موری برابیم، چنین نخواهم کرد.»

همچنین در پاسخ افرادی که به خیال خود به ایشان برای مقابله با معاویه مشاورت می‌دهند تا همچون معاویه با هدایا و پول‌های فراوان سران عرب را جذب خود کند؛ می‌فرماید: «أَتَأْمُرُونِي أَنْ أَطْلُبَ النَّصْرَ بِالْجُورِ فِيمَنْ وُلِّيَتْ عَلَيْهِ وَ اللَّهُ لَا أَطُورُ بِهِ مَا سَمَرَ سَمِيرٌ وَ مَا أَمَّ نَجْمٌ فِي السَّمَاءِ نَجْمًا لَوْ كَانَ الْمَالُ لِي لَسَوَّيْتُ بَيْنَهُمْ فَكَيْفَ وَ إِنَّمَا الْمَالُ مَالُ اللَّهِ أَلَا وَ إِنَّ إِعْطَاءَ الْمَالِ فِي غَيْرِ حَقِّهِ تَبْدِيرٌ وَ إِسْرَافٌ وَ هُوَ يَرْفَعُ صَاحِبَهُ فِي الدُّنْيَا وَ يَضَعُهُ فِي الْآخِرَةِ وَ يُكْرِمُهُ فِي النَّاسِ وَ يُهِينُهُ عِنْدَ اللَّهِ وَ لَمْ يَضَعْ امْرُؤٌ مَالَهُ فِي غَيْرِ حَقِّهِ وَ لَا عِنْدَ غَيْرِ أَهْلِهِ إِلَّا حَرَمَهُ اللَّهُ شُكْرَهُمْ وَ كَانَ لِعَيْرِهِ وَ دُهُمَّ فَإِنَّ زَلَّتْ بِهِ النَّعْلُ يَوْمًا فَاحْتَاخَ إِلَى مَعُونَتِهِمْ فَشَرُّ خَلِيلٍ وَ الْأَلْمُ خَدِينٍ» (خطبه/۱۲۶): «آیا مرا فرمان می‌دهید تا پیروزی را بجویم به ستم کردن درباره آنکه والی اویم؟ به خدا که، نپذیرم تا جهان سرآید و ستاره‌ای در آسمان پی ستاره‌ای برآید. اگر مال از آن من بود، همگان را برابر می‌داشتم - که چنین تقسیم سزا است - تا چه رسد که مال، مال خدا است. بدانید که بخشیدن مال به کسی که مستحق آن نیست، با تبذیر و اسراف یکی است. قدر بخشنده را در دنیا بالا برد و در آخرت فرود آرد، او را در دیده مردمان گرامی کند و نزد خدا خوار گرداند. هیچ‌کس مال خود را آنجا که نباید نداد و به نامستحق نبخشود،

جز آنکه خدا او را از سپاس آنان محروم فرمود و دوستی‌شان از آن دیگری بود. پس اگر روزی پای او لغزید و به یاری آنان نیازمند گردید، در دیده‌ایشان بدترین یار است و لئیم‌ترین دوستدار.»

## ۲-۵-۲. شهرت و سابقه

دومین عنصر و جاهد متکلم نیز در کلام امیرالمومنین انعکاس زیادی دارد که مهم‌ترین مصداق‌های آن از قرار ذیل است:

### ۱-۲-۵-۲. پرورش یافتن در مکتب نبی اکرم(ص)

بنا بر منابع متقن تاریخ اسلام، امیرالمؤمنین در همه مراحل زندگی از دوران طفولیت تا جوانی در کنف حمایت و تربیت حضرت رسول بوده است و این ویژگی خاص حضرت ایشان می‌باشد. در این باره در نهج البلاغه می‌خوانیم: «وَ قَدْ عَلَّمْتُمْ مَوْضِعِي مِنْ رَسُولِ اللَّهِ (ص) بِالْقَرَابَةِ الْقَرِيبَةِ، وَ الْمَنْزِلَةَ الْخُصِيصَةَ» (خطبه/۱۹۲): «شما می‌دانید مرا نزد رسول خدا(ص) چه رتبت است و خویشاوندی‌ام با او در چه نسبت است.» امام(ع) در این سخنان به جهت تقویت روحیه‌ی یاران و در هم شکستن دشمنان و غوغاسالاران و فتنه‌جویان، به دو نکته مهم اشاره کرده‌اند؛ نخست جایگاه خود در جنگ‌های صدر اسلام در برابر بزرگان عرب و ضربات سنگینی را که به آنها وارد کرد؛ تذکر می‌دهد تا یارو گویان و غوغاگران بر سر جای خود بنشینند؛ و سپس به رابطه‌ی نزدیک خود با پیامبر اکرم(ص) که امتیاز منحصر به فرد آن حضرت بود؛ اشاره می‌کند؛ تا یارانش با شور و اخلاص بیشتر از او امر ایشان اطاعت نمایند.

چنان‌که از محتوای خطبه قاصعه برمی‌آید، امام(ع) از عنایت خاصه‌ی پیامبر عظیم‌الشان برخوردار بوده و از اوان کودکی در مکتب نبوی تعلیم و تربیت یافته‌اند که امری منحصر به فرد است و فضیلتی است که شخصی به جز حضرت امیر از آن برخوردار نبوده است.

بنا بر نص نهج البلاغه، امیرالمؤمنین(ع) قرآن و سنت را مستقیماً و بی‌واسطه از حضرت رسول(ص) فراگرفته است: «وَ لَقَدْ كُنْتُ أَتَّبِعُهُ أَتِّبَاعَ الْفَصِيلِ أَتَّرُّ أُمِّهِ يَرْفَعُ لِي فِي كُلِّ يَوْمٍ مِنْ أَخْلَاقِهِ عِلْمًا وَ يَأْمُرُنِي بِالْإِقْتِدَاءِ بِهِ وَ لَقَدْ كَانَ يُجَاوِزُ فِي كُلِّ سَنَةٍ بِجِزَاءِ فَأَرَاهُ وَ لَا يَرَاهُ غَيْرِي وَ لَمْ يَجْمَعْ بَيْتٌ وَاحِدٌ يَوْمَئِذٍ فِي الْإِسْلَامِ غَيْرَ رَسُولِ اللَّهِ وَ خَدِيجَةَ وَ أَنَا تَالِئُهُمَا أَرَى نُورَ الْوَحْيِ وَ الرِّسَالَةَ وَ أَشْمُ رِيحَ التُّبُوَّةِ» (خطبه/۱۹۲): «من در پی او بودم در سفر و حضر چنانکه شتر بیچه در پی مادر. هر روز برای من از اخلاق خود نشانه‌ای برپا می‌داشت و مرا به پیروی آن می‌گماشت. هر سال در حراء خلوت می‌گزید، من او را می‌دیدم و جز من کسی وی را نمی‌دید. آن هنگام جز خانه‌ای که رسول خدا(ص) و خدیجه در آن بود، در هیچ خانه‌ای مسلمانی راه نیافته بود، من سومین آنان بودم. روشنایی وحی و پیامبری را می‌دیدم و بوی نبوت را می‌شنودم.»

البته باید توجه داشت که «آنچه برای امام(ع) فضیلت و شرافتی بزرگ محسوب می‌شود و ایشان را از دیگر صحابه ممتاز می‌سازد نه فقط قرابت و خویشاوندی با پیامبر(ص) یا مصاحبت با ایشان است، بلکه تبعیت و اطاعت محض و انقیاد کامل امام(ع) از دستورات نبی اکرم(ص) نیز، امام(ع) را از دیگران متمایز می‌سازد» (شیرانی و دیگران، ۱۳۹۹: ۵۱).

## ۲-۲-۵-۲. پیشتازی در ایمان

به روایت تاریخ امام نخستین فردی بود که بعد از آغاز دعوت اسلام به پیامبر اکرم ایمان آورد و این البته فضیلتی بی نظیر و منحصر به فرد است؛ اما چرا باید ایشان این حقیقت را تذکر دهد و بر آن تأکید نماید؟ ملاحظه فرمایید از نهج البلاغه که امام بر این امر تأکید کرده، نشانگر آن است که با مخاطبانی مواجه بوده که با شایعه‌ای کوچک و تهمت‌های ناروا بر حقانیت ایشان تردید می‌کردند و نسبت‌هایی ناروا همچون کذب و دروغ را به ساحت ایشان روا می‌داشتند و لذا برای مقابله با سیل تهمت‌ها، امام (ع) چاره‌ای جز بیان فضیلت آشکار خود نداشت. به سخنی دیگر به اقتضای فهم مخاطب، فن بلاغت اقتضا می‌کرد که بر جاهت و فضیلت خود تأکید کند؛ چنان که در همین زمینه می‌فرماید: «لَقَدْ بَلَّغَنِي أَنْكُمْ تَقُولُونَ عَلَيَّ يَكْذِبُ قَاتِلُكُمْ اللَّهُ تَعَالَى! فَعَلَيْ مَنْ أَكْذَبَ؟ أَمْ عَلَى اللَّهِ؟ فَأَنَا أَوَّلُ مَنْ آمَنَ بِهِ. أَمْ عَلَى نَبِيِّهِ؟ فَأَنَا أَوَّلُ مَنْ صَدَّقَهُ» (خطبه/۷۱): «شنیده‌ام می‌گویید علی دروغ می‌گوید. خدایتان مرگ دهد! بر که دروغ می‌بندم؟ بر خدا؟ و من نخستین کس هستم که بدو ایمان آوردم یا بر پیامبر او؟ و اولین کس منم که وی را تصدیق کردم.» کاملاً آشکار است که تعریف امام از سبقت خود بر ایمان به اسلام و تصدیق حضرت رسول؛ مقابله با دشمنان و طاعنانی است که ایشان را به کذب متهم می‌کردند.

امام در فرازهای دیگری نیز بر سلامت نفس و راستگویی خویش تأکید کرده است: از جمله: «مَا كَذَّبْتُ وَلَا ذُبْتُ وَلَا ضَلَلْتُ وَلَا ضَلَّ بِي.» (حکمت/۱۸۵): «دروغ نگفتم و دروغ نشنودم و گمراه نشدم و کسی را گمراه ننمودم.»

همچنین آنگاه که از شئومت سب بر سر منابر که بدعت هولناک معاویه در دشمنی با ایشان بود، مردمان را انداز می‌دهد، ناگزیر است که مخاطبان ناآگاه را تذکار دهد که: چه کسی را سب و ناسزا می‌گویید؟ «إِنِّي وُلِدْتُ عَلَى الْفِطْرَةِ وَ سَبَّتُ إِلَى الْإِيمَانِ وَ الْهِجْرَةِ.» (خطبه/۵۷): «من بر فطرت توحید تولد یافته‌ام و در ایمان و هجرت از همه پیش‌قدم‌تر بوده‌ام.» در اینجا نیز بیان و جاهت متکلم به اقتضای کلام است و با فضیلت فروتنی و عدم تفاخر مباحثی ندارد و کلام امام در بیان فضایل خویش در واقع تذکاری است بر گمراهی کسانی که به تبعیت از معاویه او را هجو می‌گفتند؛ تا بدانند به چه میزان در حق ایشان جفا می‌کنند و تا چه در مسیر ضلالت گام برمی‌دارند.

## ۲-۲-۵-۳. تخصص و تجربه

### ۱-۳-۵-۲. خلافت و جانشینی

مهمترین مصداق بیان این عنصر مهم و جاهت در نهج البلاغه، اولویت و ارجحیت در امر خلافت و جانشینی حضرت رسول است. امام (ع) در ضمن بیان شکایت و تأسف خود از واقعه سقیفه، این چنین در این باب داد سخن داده است:

«وَاللَّهِ لَقَدْ تَقَمَّصَهَا فَلَانَ وَ إِنَّهُ لَيَعْلَمُ أَنَّ مَحَلِّي مِنْهَا مَحَلُّ الْقُطْبِ مِنَ الرَّحَى يَنْحَدِرُ عَنِّي السَّيْلُ وَ لَا يَرْقَى إِلَيَّ الطَّيْرُ فَسَدَلْتُ ذُوْمَهَا ثَوْبًا وَ طَوَيْتُ عَنْهَا كَشْحًا وَ طَفِقْتُ أَرْثِي بَيْنَ أَنْ أَصُولَ بِيَدِ جَدَاءٍ أَوْ أَصِيرَ عَلَى طَخِيَةِ عَمِيَاءٍ يَهْرُمُ فِيهَا الْكَبِيرُ وَ يَشِيْبُ فِيهَا الصَّغِيرُ وَ يَكْدُخُ فِيهَا مُؤْمِنٌ حَتَّى يَلْقَى رَبَّهُ.» (خطبه/۳): «به خدا سوگند فلان جامه خلافت

را پوشید و می‌دانست خلافت جز مرا نشاید، که آسیا سنگ تنها گرد استوانه به گردش درآید. کوه بلند را مانم که سیلاب از ستیغ من ریزان است و مرغ از پریدن به قلهام گریزان.»

همچنین در پاسخ افرادی که ایشان را حریص به امر خلافت و رهبری جامعه می‌دانستند، بر حقانیت خود به این مقام استناد جسته، می‌فرماید: «بَلْ أَنْتُمْ وَاللَّهِ لِأَحْرَصُ وَأَبْعَدُ وَأَنَا أَحْصُ وَأَقْرَبُ، وَإِنَّمَا طَلَبْتُ حَقًّا لِي وَ أَنْتُمْ تَحُولُونَ بَيْنِي وَ بَيْنَهُ وَ تَضْرِبُونَ وَجْهِي دُونَهُ (خطبه/۱۷۲): «به خدا سوگند شما آزمندترید- و به رسول خدا- دورتر و من بدان مخصوص ترم و - به وی- نزدیک‌تر. من حقی را که از آنم بود خواستم و شما نمی‌گذارید و مرا از رسیدن بدان بازمی‌دارید.»

### ۲-۳-۵-۲. معیار هدایت و راه نجات

دیگر ویژگی خاص دیگر ائمه هدی (ع) به صورت عام و امیرالمؤمنین (ع) به شکل خاص که ایشان در کلام خود و در قالب وجهت متکلم ابراز کرده‌اند؛ هدایتگری امت اسلامی است: «بِنَا اهْتَدَيْتُمْ فِي الظُّلُمَاءِ وَ تَسَنَّمْتُمُ العُلْيَاءَ- وَ بِنَا انْفَجَرْتُمْ عَنِ السِّوَارِ... مَا زِلْتُ أَنْتَظِرُ بِكُمْ عَوَاقِبَ العُدْرِ- وَ اتَوَسَّعْتُ بِحِلْيَةِ الْمُغْتَرِبِينَ- حَتَّى سَتَرْتَنِي عَنْكُمْ جَلْبَابَ الدِّينِ- وَ بَصَّرْتَنِيكُمْ صِدْقَ النَّبِيِّ» (خطبه/۴): «به راهنمایی ما از تاریکی در آمدید و به ذروه برتری برآمدید. از شب تاریک برون شدید - و به سپیده روشن درون شدید... پیوسته پیمان شکنی شما را می‌پاییدم و نشان فریفتگی را در چهره‌تان می‌دیدم. راه دین‌داران را می‌پیمودید و آن نبودید که می‌نمودید. به صفای باطن درون شما را می‌خواندم...»

ابن هیثم بحرانی شارح نهج البلاغه در باب این جملات می‌نویسد: «و اعلم أنَّ هذه الخطبة من أفصح كلامه عليه السلام و هي مع اشتغالها على كثرة المقاصد الواعظة المحركة للنفس في غاية و جازة اللفظ، ثم من عجيب فصاحتها و بلاغتها أنَّ كل كلمة منها تصلح لأن تفيد على سبيل الاستقلال و هي على ما نذكره من حسن النظم و تركيب بعضها مع بعض» (البحراني، ۱۴۰۱: ۲۷۱): «باید دانست که این خطبه از فصیح‌ترین سخنان امام (ع) است و بسیاری از مقاصد پندآموزی که جان انسان را صفا می‌بخشد در بر دارد؛ با این که در نهایت اختصار بیان شده است. از فصاحت عجیب و بلاغت شگفت‌آور این خطبه این است که هر جمله‌ای به تنهایی معنایی مفید و مستقلی دارد و در عین حال چنان که بیان خواهیم کرد دارای نظم و ترکیب زیبایی است.» این خطبه بعد از واقعه جمل و کشته شدن طلحه و زبیر ایراد شده است؛ دو تن از صحابی نام‌دار که مسلماً کشته شدن آن‌ها در نبرد با امیرالمؤمنین (ع) ممکن بود قلوب بعضی افراد ضعیف‌النفس و ناآگاه را در حقانیت نبرد به تردید افکند؛ لذا امر بلاغت اقتضای آن دارد که امام (ع) محتوای کلام خویش را بر تذکر نقش و جایگاه خویش در پیشبرد اسلام قرار دهد. نقش و جایگاهی که هرگز با نبرد با پیمان‌شکنانی چون طلحه و زبیر مخدوش نمی‌گردد.

### ۲-۳-۵-۴. شفافیت و همدلی با مخاطبان

به گواهی تاریخ خلافت ظاهری حضرت امیر هیچ تغییری در رویه و سلوک ایشان با مردم ایجاد نکرد؛ معهذاً به مناسبت مسئولیتی که در این دوران کوتاه متوجه ایشان بود؛ اقتضا داشت که همه مردم گوش به فرمان‌ها و اوامر ایشان داشته باشند. دقت نظر در خطبه‌ها و نامه‌های نهج البلاغه حکایت از این دارد که

امام با بهره‌گیری از عنصر شفافیت و همدلی و همراهی صادقانه، اعتماد مخاطبان خود را برمی‌انگیزد تا آنها را در امر اطاعت از اوامر الهی به‌ویژه واجب جهاد، تحریض و تشویق نمایند. چنان‌که در تمثیلی زیبا خود را چراغ هدایت امت می‌داند: «إِنَّمَا مَثَلِي بَيْنَكُمْ كَمَثَلِ السِّرَاحِ فِي الظُّلْمَةِ يَسْتَضِيءُ بِهِ مَنْ وَجَّهَهَا فَاسْمَعُوا» (خطبه / ۱۸۷): «همانا من میان شما همانند چراغی در تاریکی، آن‌که به تاریکی پای گذارد از آن چراغ روشنی جوید و سود بردارد. پس ای مردم! بشنوید و در دل بگنجانید و گوش دل خود را آماده کنید تا نیک بدانید».

به همین سان، در کلام ذیل، امام(ع) شخص خود را در پیروی و انقیاد به مقررات با عموم مردم یکسان می‌انگارد و بلکه تأکید می‌کند که خود قبل از همه به اوامر الهی گردن می‌نهد و این امر، آشکارترین مصداق همدلی و همراهی با مخاطب است: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي وَاللَّهِ مَا أُحْتَكُمُ عَلَى طَاعَةٍ إِلَّا وَ أَسْفِكُمْ إِلَيْهَا وَ لَا أَهْأَكُمُ عَنْ مَعْصِيَةٍ إِلَّا وَ أَتَنَاهِي قَبْلَكُمْ عَنْهَا.» (خطبه/۱۷۵): «ای مردم! به خدا من شما را به طاعتی بر نمی‌انگیزم جز که خود پیش از شما به گزاردن آن برمی‌خیزم و شما را از معصیتی باز نمی‌دارم جز آن‌که خود پیش از شما آن را فرومی‌گذارم».

حس همدلی و همراهی با مردم در نامه‌هایی که امام برای امرای خود نوشته نیز مشاهده می‌شود. چنان‌که در نامه‌ای که خطاب به عثمان بن حنیف، فرماندار بصره نوشته‌اند؛ می‌بینیم: «أَفْتَعُ مِنْ نَفْسِي بِأَنْ يُقَالَ هَذَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ وَ لَا أَشَارِكُهُمْ فِي مَكَارِهِ الدَّهْرِ أَوْ أَكُونَ أُسْوَةً لَهُمْ فِي جُشُونَةِ الْعَيْشِ» (نامه/۴۵): «آیا بدین بسنده کنم که مرا امیرمؤمنان گویند و در ناخوشایندهای روزگار، شریک آنان نباشم؟ یا در سختی زندگی، نمونه‌ای برایشان نشوم؟»

### نتیجه‌گیری

در فن بلاغت ارسطویی، وجاهت متکلم (اتوس)، به اعتبار و شایستگی او در مقام گوینده یا نویسنده اشاره دارد و در فن خطابه یونان یکی از سه رکن اصلی در فن بلاغت و هنر اقناع است که شامل اعتبار و شایستگی گوینده، استدلال و منطق او و در نتیجه، تأثیر سخن بر مخاطب است.

وجاهت متکلم، در قالب بیان موارد مختلفی از فضایل گوینده از زبان خود او شکل می‌گیرد و سخنران با ظرافتی خاص به بیان فضایی مانند دانش، تجربه، تخصص، اعتبار اخلاقی و علو شخصیت خود می‌پردازد. گوینده‌ای که دارای اتوس بالایی باشد، بیشتر مورد اعتماد مخاطب قرار می‌گیرد و سخن او تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت. باید توجه داشت که بیان عناصر وجاهت از سوی متکلم به مثابه تیغ دو دم است و چه بسا اگر ناشیانه صورت گیرد؛ به ضد خود بدل شده و در ذهن مخاطب به‌عنوان ردیلت خودستایی و فخرفروشی مطرح گردد که نقض غرضی بیش نیست؛ لذا بیان اتوس در کلام سخنران، لازم است با ظرافت و با نهایت دقت صورت گیرد.

وجاهت متکلم در نهج البلاغه نمود بالایی دارد و امیرالمؤمنین(ع) در بسیاری از سخنان شفاهی و مکتوب خویش، مخاطبان و شنوندگان را از فضایل خود، همچون صلاحیت و ارجحیت در ولایت مؤمنین،

سابقه در اسلام و قرابت با حضرت رسول(ص) و برخورداری از صفات و خصایلی چون عدالت و شجاعت آگاه ساخته است. وجاهت متکلم در خطابه، هرگز نباید با خودستایی و کبر و غرور بی‌جا یکسان انگاشته شود. باید توجه داشت که میان خودستایی و معرفی کردن، فرق بسیار است. گاه مردم از شخصیت کسی بی‌خبرند و بر اثر ناآگاهی نمی‌توانند استفاده کافی از او ببرند؛ در این جا بیان فضایل شخص، چه از سوی خود و چه از سوی دیگران امری منطقی و اخلاقی است؛ لذا بسامد بالای این رکن مهم فن بلاغت در سخنان حضرت امیر(ع)، بی‌گمان هیچ نسبتی با خودنمایی و فخرفروشی ندارد بلکه اقتضای بلاغت حکم می‌کرده که ایشان مخاطب ناآگاه و گرفتار تغافل را که غرق در سیلاب تبلیغات سوء دشمنان و بدخواهان و فتنه‌گران است، به حقایق امور تذکار دهد و حجت را بر ایشان تمام گرداند.

## منابع

- قرآن کریم.
- اسلامی، شعیب و امیرکاهو، سعید (۱۳۹۵). روش‌های اقناع مخاطب در نهج البلاغه، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، شماره ۱۱۰، ۱۷۵-۲۱۴.
- افتخاری، اصغر و کاظمی، سید محمدصادق (۱۳۹۶). مدل اقناع افکار عمومی در قرآن کریم؛ مطالعه موردی مواجهه با منافقین، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، شماره ۵۲، ۹-۳۹.
- البحرانی، کمال‌الدین ابن هیثم (۱۳۷۵). شرح نهج البلاغه، مترجم: محمدصادق عارف، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
- ارسطو (۱۳۹۲). خطابه، ترجمه اسماعیل سعادت، تهران: هرمس.
- تبریزی انصاری، محمدعلی (۱۴۱۸ ه.ق). المعنه البيضاء، تحقیق: سید هاشم میلانی، قم: موسسه الهادی.
- نصیری، علی (۱۳۸۴). سیمای امیرمؤمنان علیه‌السلام از منظر نهج البلاغه، فصل‌نامه شیعه‌شناسی، شماره ۱۰، ۷۱-۵۷.
- حسومی، ولی‌الله، نیکونژاد، زهرا و رضوی دوست، غلامرضا (۱۳۹۸). بررسی عنصر اقناعی طنز در نهج البلاغه و نقش آن در تصویرسازی مفاهیم، مطالعات ادبی متون اسلامی، شماره ۲، ۱۰۳-۱۲۴.
- حکیم آرا، محمدعلی (۱۳۸۴). ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ. تهران: انتشارات سمت.
- رجیبی علا، حسین، مسبوق، سید مهدی و فاتحی، سید حسن (۱۴۰۲). خوانش کاربردشناختی تکنیک‌های برهان‌ورزی در ضرب‌المثل‌های نهج البلاغه، جستارهای زبانی، آماده انتشار. <https://lrr.modares.ac.ir/article-14-61363-fa.html>
- روزنبرگ، لارنس. دی (۱۳۸۹). روش‌های ارسطو برای انجام استدلال شفاهی شیوا، کانون وکلا، شماره ۲۰۸ و ۲۰۹، ۷۸-۵۵.
- شریعتمدار جزائری، سید نورالدین (۱۳۷۹). مفهوم عدالت در اندیشه سیاسی امام علی علیه‌السلام، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۱۱، ۱۶-۴۴.
- شهیدی، سیدجعفر (۱۳۷۸). ترجمه نهج البلاغه، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- شیرانی، مجتبی، قاسمی شوب، محمد و اقبال، ابراهیم (۱۳۹۹). تبیین مشروعیت حکومت علوی در پرتو نهج البلاغه، فصلنامه پژوهش‌نامه نهج البلاغه، شماره ۳۰، ۳۷-۵۵.
- شفیعی مازندرانی، سیدمحمد (۱۳۸۱). زهد و وارستگی علی (ع) نوش‌داروی جامعه، معرفت، سال یازدهم، شماره ۵۹، ۷۸-۸۷.
- فیض کاشانی، محمدین‌شاه مرتضی (۱۴۰۱ ه.ق). مفاتیح الشرایع فی فقه الامامیه، تحقیق: مهدی رجایی، قم: مجمع الذخائر الاسلامیه.
- کاربخش، فاطمه (۱۴۰۰). بررسی شیوه‌های اقناع در سیره سیاسی حضرت علی علیه‌السلام، پژوهش‌نامه نوین فقهی حقوقی زنان و خانواده، شماره ۱۴، ۱۰۵-۱۳۲.
- کرم‌پور، زهرا، حسومی، ولی‌الله و خاکپور، حسین (۱۳۹۴). اقناع مخاطب در نهج البلاغه، فصلنامه پژوهش‌نامه نهج البلاغه، شماره ۹، ۲۷-۵۴.

- متولی، کاظم (۱۳۸۴). *افکار عمومی و شیوه‌های اقناع*، چاپ اول، تهران: انتشارات بهجت.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۲). *سیری در نهج‌البلاغه*، انتشارات صدرا: قم.
- نیک سیرت، عبدالله (۱۳۸۶). گفتاری در باب لوگوس (logos)، پژوهش‌های فلسفی-کلامی، شماره ۳۴، ۲۰۹-۲۲۵.
- وفایی تاج خاتونی، سحر و دارابی امین، مینا (۱۳۹۴). بررسی نظریه اتوس ارسطو نزد شاعران سبک هندی از منظر تحلیل گفتمان، ویژه نامه فرهنگستان (شبه قاره)، شماره ۴، ۳۰۳-۳۲۰.
- همتیان، محبوبه (۱۳۹۶). ویژگی‌های متکلم بلیغ براساس دیدگاه‌های بلاغیون از آغاز تا امروز، فنون ادبی، شماره ۲۱، ۹۱-۱۰۲.
- Gross, Alan, G. & Walzer, E Arthur (2008). *Rereading Aristotle's Rhetoric*, Southern Illinois: University Press.
- Killingsworth, M. Jimmie (2005). *Appeals In Modern Rhetoric: An Ordinary-language Approach*, Chicago: Southern Illinois University Press.