Quarterly Journal of Nahj ul-Balagha Research
Vol. 13, No. 52, Winter 2026
DOI: 10.22084/nahj.2026.31656.3229

From Persuasion of the Elites to Mobilization of the Masses: A Paradigmatic Model of Jihad ul-Tabyin in the Communicative and Explanatory Conduct of Amir ul-Mu'minin (PBUH)

(Research Articl)

Ali Hajikhani[1*], Zahra Khani Kalgay[2]

Submission Date: 3 May 2025 **Revision Date:** 16 August 2025
Acceptance Date: 8 November 2025
(Page 1-21)

Abstract

In the turbulent atmosphere of Imam ʿAlī's (a) caliphate—marked by widespread seditions, distortion of truth, and a crisis of legitimacy—his explanatory approach played a pivotal role in guiding the society. Among the various methods of exposition, persuasion (iqnāʿ) occupied a prominent place in Imam ʿAlī's communicative system. This approach, grounded in reasoning, logic, dialogue, and clarification of truth, sought to convince the audience from within through intellectual and rhetorical means. With a profound understanding of the influential role of different social groups, Imam ʿAlī (a) employed this method both in guiding the elites who shaped public opinion and in mobilizing the masses.

Using a descriptive–analytical method, this study examines two representative cases of persuasion directed toward the elites and the masses in Nahj ul-Balāghah. The analysis of these examples provides a model of Jihād ul-Tabyīn (Jihad of Clarification) in the ʿAlawī discourse—one that can also inspire responses to contemporary intellectual and media challenges. The findings show that Imam ʿAlī's persuasive strategies succeeded in leading both the elite and the general public to internal acceptance of truth and commitment to it. Thus, persuasion in the ʿAlawī tradition appears not merely as a rhetorical tool but as a rational, educational, and social strategy for managing seditions and mitigating crises—a model that remains an

1. Associate Professor, Department of Quran and Hadith, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
2. M.A. in Quranic and Hadith Sciences, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran
*: Corresponding Author: **Email:** ali.hajikhani@modares.ac.ir

How to cite this article: Hajikhani, A., Khani Kalgay, Z. (2026). From Persuasion of the Elites to Mobilization of the Masses: A Paradigmatic Model of Jihad ul-Tabyin in the Communicative and Explanatory Conduct of Amir ul-Mu'minin (PBUH). *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 13(52), 1-21. https://doi.org/10.22084/nahj.2026.31656.3229

illuminating guide for today's thinkers and social reformers.

Keywords: Jihad of Clarification, Persuasion, Elites, Masses, Soft Warfare

Extended Abstract

1. Problem Statement

The caliphate of Imam 'Ali (PBUH) was marked by widespread seditions, distortion of truth, a crisis of legitimacy, and intense intellectual and media attacks. In such an environment, explanation and clarification of truth were not merely a communicative technique but a necessary strategy for guiding society, confronting deviation, and managing crises. One of the most important explanatory mechanisms in Imam 'Ali's conduct was "persuasion" (iqna'), understood as convincing the audience from within through reasoning, logic, dialogue, and clarification of truth. Despite numerous studies on persuasion in Nahj ul-Balaghah, one dimension has received less attention: the strategic role of persuasion at two distinct levels—first, persuading and aligning the elites and influential figures, and second, mobilizing and directing the masses. The central question of this study is, therefore, how Imam 'Ali (PBUH) guided both the elites and the general public to accept and support the truth through persuasion, and what differences and connections exist between these two levels.

2. Objective

This study aims to examine the mechanisms of persuasion in the communicative and explanatory conduct of Amir ul-Mu'minin (PBUH) at the levels of the elites and the masses, and to present a model of 'Alawi Jihad ul-Tabyin that can inspire responses to contemporary intellectual and media challenges.

3. Method

The study adopts a descriptive-analytical method, using library sources. Data were collected through computer software and analyzed using qualitative content analysis to identify the patterns and mechanisms of persuasion in Nahj ul-Balaghah. To illustrate the practical model of persuasion in 'Alawi conduct, two representative cases were examined: first, the persuasion of the Basran representative/Kalib al-Jarmi through the clear and concrete parable of the "caravan scout"; and second, the mobilization of the Kufans and confrontation with soft warfare through

Letter 57 of Nahj ul-Balaghah, using persuasion and the attraction of speech.

4. Findings

The findings show that persuasion in Imam 'Ali's conduct is a multi-level, dynamic, and flexible process. At the level of the elites, persuasion was based primarily on rational argumentation, logical disputation, clarity of proof, use of clear parables, and reminding them of social and political responsibilities. In dealing with elites and influential figures, Imam 'Ali (PBUH) emphasized strengthening the epistemic dimension and creating intellectual and practical commitment. A clear example is the persuasion of the Basran representative through the parable of the caravan scout, which showed that ignoring the guidance of a knowledgeable guide leads society to destruction, while conscious adherence to truth brings salvation. This argument was so effective that the audience accepted the truth and gave allegiance consciously.

At the level of the general public, although persuasion was not devoid of argument, it relied mainly on awakening collective conscience, arousing religious and moral sentiments, stimulating emotional motivations, and presenting clear and tangible images. With explicit, honest, and reasoned speech, Imam 'Ali (PBUH) addressed both the intellect and the emotions of the people. Letter 57 of Nahj ul-Balaghah to the people of Kufa is a clear example. In this letter, Imam divided his situation into two possibilities—"oppressor or oppressed"—and called the people to rational judgment and responsibility. This discourse both clarified the truth and awakened public conscience, moving people from passivity and doubt toward active participation in defense of truth.

Importantly, these two levels, while different, are interconnected. Persuasion of the elites without public support lacks executive backing, and persuasion of the masses without elite guidance and intellectual consolidation is vulnerable to dispersion and deviation. Thus, 'Alawi conduct presents a model of "two-way persuasion" in which elites and masses are addressed simultaneously, and the role of each in the dynamism of Islamic society is defined. Moreover, the ratio of reason and emotion differs across the two levels: in elite persuasion, rationality and argumentation are more prominent, with emotion being complementary;

in mass persuasion, emotion and collective conscience are central, while arguments serve a confirming and reinforcing function.

5. Conclusion

Persuasion in the conduct of Amir ul-Mu'minin (PBUH) is not merely a rhetorical tool but a rational, educational, and social strategy for managing seditions and mitigating crises. The 'Alawi model combines truth-seeking, honesty, logical reasoning, effective expression, and attention to the psychological and social conditions of the audience. It shows that sustainable guidance is possible only through the integration of rationality and persuasive attraction. The findings can inspire thinkers, social reformers, and media practitioners in confronting soft warfare, media distortion, and perceptual crises today. Future studies are recommended to adopt interdisciplinary approaches—history, social sciences, psychology, and communication—to design practical models of persuasion based on 'Alawi conduct, and to use clear 'Alawi parables and examples more extensively in educational, cultural, and media activities.

References

- Binger, A. (1997). *Persuasive Communication. Translated by Ali Rostami*. Tehran: IRIB Center for Research, Studies, and Program Evaluation.
- Jafari, M. T. (1997). *Translation and Interpretation of Nahj al-Balagha*. Tehran: Islamic Culture Publishing Office.
- Karamipour, Z., Hasoumi, V., & Khakpour, H. (2015). Audience persuasion in Nahj al-Balagha. *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Studies*, (9), 28-53.
- Makarim Shirazi, N. (1996). *Imam Amir al-Mu'minin's Message*. Tehran: Dar al-Kotob al-Islamiyah.
- Sarukhani, B. (2004). Persuasion as the ultimate goal of communication. *Social Sciences Letter*, (23), 93–115.

فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه
سال سیزدهم، شماره ۵۲، زمستان ۱۴۰۴
DOI: 10.22084/nahj.2026.31656.3229

(مقاله پژوهشی)

از اقناع خواص تا بسیج توده‌ها؛ الگویی از جهاد تبیین در سیره ارتباطی و تبیینی امیرالمؤمنین(ع)

علی حاجی‌خانی[۱*]، زهرا خانی کلقای[۲]

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۱۳ **بازنگری مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۲۵**
پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۸/۱۷
(از ص ۱ تا ۲۱)

چکیده

در فضای ملتهب دوران خلافت امام علی(ع) که با فتنه‌های گسترده، تحریف حقیقت و بحران مشروعیت همراه بود، رویکرد تبیینی آن حضرت نقشی محوری در هدایت جامعه ایفا می‌کرد. از میان شیوه‌های گوناگون تبیین، «اقناع» جایگاهی برجسته در منظومه ارتباطی امام داشت؛ رویکردی مبتنی بر استدلال، منطق، گفت‌وگو و روشن‌سازی حقیقت که با بهره‌گیری از ابزارهای معرفتی و بیانی، مخاطب را از درون متقاعد می‌ساخت. امام علی(ع) با درک ژرف از نقش‌آفرینی اقشار مختلف، این شیوه را هم در هدایت نخبگان اثرگذار بر افکار عمومی و هم در بسیج توده‌ها به کار گرفت. این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی، دو نمونه شاخص از اقناع خواص و اقناع توده‌ها در نهج‌البلاغه را بررسی کرده است. تحلیل این دو مصداق الگویی از جهاد تبیین در گفتمان علوی ارائه می‌دهد که می‌تواند در مواجهه با چالش‌های فکری و رسانه‌ای عصر حاضر نیز الهام‌بخش باشد. نتایج نشان می‌دهد که شیوه‌های اقناعی امام علی(ع) توانست مخاطب چه خاص و چه عام را از درون به پذیرش حقیقت و التزام به آن وادارد؛ به‌گونه‌ای که اقناع در سیره علوی نه ابزاری صرفاً خطابی، بلکه راهبردی عقلانی، تربیتی و اجتماعی در مدیریت فتنه‌ها و مهار بحران‌ها جلوه‌گر شد. الگویی که امروز نیز می‌تواند چراغی فرا راه اندیشه‌ورزان و مصلحان اجتماعی باشد.

کلیدواژه‌ها: جهادتبیین، اقناع، خواص، توده مردم، جنگ نرم

۱. دانشیار گروه قرآن و حدیث دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت‌مدرس، تهران، ایران
۲. کارشناسی ارشد علوم قران و حدیث دانشگاه تربیت‌مدرس، تهران، ایران
*: نویسنده مسئول
Email: ali.hajikhani@modares.ac.ir

۱. مقدمه

قدرت کلام و تأثیر آن بر شکل‌گیری فهم و باور انسان‌ها همواره از مهم‌ترین ابزارهای هدایت اجتماعی به‌شمار رفته است. در شرایطی که افکار عمومی در معرض ابهام، تردید و تحریف قرار دارد، روشنگری و اقناع صرفاً یک فن ارتباطی نیست، بلکه راهبردی ضروری برای هدایت ذهن و بازگرداندن آن به حقیقت محسوب می‌شود. در جهان معاصر نیز، تحولات شتابان اجتماعی، گسترش رسانه‌های نوین و پیچیدگی‌های جهان فکری، موجب شده است که «تبیین» به یکی از ضرورت‌های اساسی جوامع دینی و فرهنگی تبدیل شود. ازسوی‌دیگر، جوامع اسلامی امروز با جنگ‌های نرم، هجمه‌های رسانه‌ای و تحریف‌های سازمان‌یافته‌ای مواجه‌اند که بنیان‌های اعتقادی، تاریخی و فکری آن‌ها را هدف قرار می‌دهد. در چنین بستری، بازخوانی تجربه‌های موفق پیشینیان در حوزه ارتباط مؤثر و اقناع مخاطب می‌تواند در مواجهه با بحران‌های ادراکی، ارتقای سواد فکری و تقویت قدرت تحلیل جامعه نقشی مهم و الهام‌بخش ایفا کند و به‌عنوان الگویی نظری و مدل عملی مورد بهره‌برداری قرار گیرد. در این میان، سیره تبیینی امام علی(ع) از برجسته‌ترین نمونه‌هاست که افزون بر ظرفیت‌های نظری، نمونه‌های عینی و قابل استنادی از کارکرد موفق اقناع و هدایت فکری ارائه می‌کند. تحلیل این سیره می‌تواند ابعاد تعامل فکری، نحوه مواجهه با مخاطب و سازوکارهای تأثیرگذاری در شرایط پیچیده اجتماعی را روشن‌تر سازد. امیرالمؤمنین(ع) با درک عمیق این ضرورت، اقناع را محور اصلی ارتباطات اجتماعی، سیاسی و دینی خود قرار داد؛ رویکردی که بر عقلانیت، گفت‌وگو و استدلال متکی بود و حقیقت را در دل و اندیشه مخاطبان جای می‌داد. برای دستیابی به این هدف، ایشان از طیفی متنوع و هدفمند از ابزارهای ارتباطی بهره می‌جست که این ابزارها شامل استدلال‌های منطقی، تمثیل‌های روشن و قابل‌فهم، بیان‌های اخلاقی، هشدارهای حکیمانه و دیگر شیوه‌هایی بود که در جهت اقناع و روشنگری مخاطبان به کار گرفته می‌شدند.

ازسوی‌دیگر، مفهوم «اقناع» به‌عنوان یک رویکرد ارتباطی، تربیتی و اصلاحی، در متون دینی ما کمتر به‌صورت روشمند تحلیل شده و اغلب ذیل مفاهیم خطابه، موعظه یا جدل فهم می‌شود. مطالعاتی درباره مفهوم اقناع در نهج‌البلاغه انجام گرفته است که از نمونه‌های آن، پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی راهبردهای اقناع در خطاب‌های نهج‌البلاغه و مقایسه آن با علم روانشناسی» نوشته سید فاطمه موسوی، با راهنمایی دکتر شکوه نوابی‌نژاد در سال ۱۳۹۰ در دانشکده علوم حدیث است. در این پژوهش ابتدا مفهوم اقناع و متقاعدسازی از منظر روانشناسی تحلیل شده و ویژگی‌های مخاطب و پیام مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه، اقناع در نهج‌البلاغه مورد بحث قرار گرفته و خصوصیات بیانی امیرالمؤمنین(ع) با یافته‌های روانشناسی مقایسه شده است. همچنین انواع استدلال‌ها، ابزارهای بلاغی و راهبردهای عملی اقناع در نهج‌البلاغه تبیین شده است. پژوهش دیگر، مقاله «اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه» نوشته زهرا کرمپور، ولی‌الله حسومی و حسین خاکپور، منتشر شده در فصلنامه پژوهش‌نامه نهج‌البلاغه در سال ۱۳۹۴ است که این در این مطالعه، فرایند اقناع در سه مرحله اعتمادسازی، ترغیب و متقاعدسازی بررسی شده

است. نویسندگان علاوه‌بر تبیین نمونه‌های هر مرحله، به فنون و شیوه‌های اقناع مانند حکمت، خطابه و موعظه پرداخته و شاخصه‌هایی چون آزاداندیشی، انتخاب قول احسن، هدفمندی و صداقت را به‌عنوان معیارهای اقناع در نهج‌البلاغه معرفی کرده‌اند. همچنین، در مقاله «روش اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه» نوشته سعید امیرکاوه و شعیب اسلامی در مجله پژوهش‌های اجتماعی اسلامی در سال ۱۳۹۵، ابتدا مفهوم اقناع تبیین شده و سپس این مفهوم به دو حوزه کلامی و غیرکلامی تقسیم گردیده است. در حوزه کلامی روش‌هایی چون حکمت، جدال احسن، استناد به منابع معتبر، موعظه و بیان اخبار غیبی بررسی شده و در حوزه غیرکلامی ابزارهایی مانند زبان بدن، سیره عملی، لحن صدا و حتی معجزه همراه با نمونه‌هایی از نهج‌البلاغه تحلیل شده‌اند و پایان‌نامه «شگردهای باورپذیری و شیوه امام علی(ع) برای اقناع شنونده در خطبه‌های نهج‌البلاغه» نوشته نورالدین کرمی علی‌گرزانی با راهنمایی دکتر علی‌اکبر احمدی در سال ۱۳۹۶، نیز به تحلیل راهبردهای اقناعی حضرت پرداخته است. این پژوهش ابزارهایی مانند استدلال، برانگیختن احساسات، اعتمادسازی، بهره‌گیری از تکیه‌گاه‌های اقناعی، پیشگویی و کاربرد ابزارهای بلاغی را بررسی کرده و از نظر محتوا شباهت قابل‌توجهی با پایان‌نامه ذکر شده در بالا دارد. مرور پیشینه نشان می‌دهد که پژوهش‌های موجود بیش‌تر بر روش‌ها، فنون و مراحل اقناع در نهج‌البلاغه تمرکز داشته و جنبه‌های روان‌شناختی و بلاغی آن را به‌طور محدود کاویده‌اند. بااین‌همه، بُعدی که کمتر موردتوجه قرار گرفته، نقش راهبردی اقناع در دو سطح متفاوت است: نخست در اقناع و همراه‌سازی خواص و سپس در بسیج و جهت‌دهی توده‌ها. این رهیافت، الگویی روشن از جهاد تبیین در سیره ارتباطی و تبیینی امیرالمؤمنین(ع) به دست می‌دهد. از همین رو، پژوهش حاضر با برجسته ساختن پیوستگی این دو سطح و واکاوی فرایند انتقال پیام از نخبگان به عموم مردم، نگاه ویژه‌ای در حوزه مطالعات نهج‌البلاغه و جهاد تبیین عرضه می‌کند.

روش تحقیق این پژوهش توصیفی–تحلیلی است. داده‌ها از طریق مطالعه منابع کتابخانه‌ای و با استفاده از نرم‌افزارهای رایانه‌ای گردآوری شده و سپس با روش تحلیل محتوا کیفی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفته‌اند تا الگوها و سازوکارهای اقناعی در نهج‌البلاغه شناسایی شوند. با عنایت به آنچه گذشت پژوهش حاضر درصدد پاسخ به سؤالات زیر است: ۱. در رویکرد اقناعی امیرالمؤمنین(ع)، خواص و افراد تأثیرگذار چگونه به پذیرش و حمایت از حق هدایت می‌شدند؟ ۲. امیرالمؤمنین علیه‌السلام چگونه عامه مردم را از طریق اقناع، به پذیرش و حمایت از حق رهنمون می‌ساختند؟ ۳. چه تمایزها و پیوندهایی میان اقناع خواص و عامه وجود دارد و این الگو چه ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارد؟ با توجه به گستردگی نهج‌البلاغه و حضور پررنگ عناصر اقناعی در خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های آن، بررسی دو نمونه شاخص از این رویکرد، گامی ابتدایی اما مهم در مسیر فهم نظام‌مند جهاد تبیین علوی به‌شمار می‌رود؛ پژوهشی که هم در حوزه مطالعات دینی و هم در عرصه ارتباطات اجتماعیِ اسلامی، قابلیت بهره‌برداری نظری و کاربردی دارد.

۲. بحث

۲-۱- مفاهیم نظری پژوهش

در بخش مفاهیم نظری، تمرکز اصلی بر واژه «اقناع» است. ابتدا ابعاد لغوی و اصطلاحی این واژه بررسی می‌شود تا چارچوب مفهومی آن برای تحلیل‌های عملی در متون نهج‌البلاغه روشن گردد؛ سپس، اصول و روش‌های اقناع در سیره امام علی(ع) بحث می‌شود تا چشم‌اندازی روشن و تبیینی از کاربردهای این مفهوم ارائه گردد.

۲-۱-۱- اقناع

معنای محوری واژه‌ی «اقناع» در زبان عربی، اشتمال یا دربرگرفتن چیزی از بالا با نوعی نرمی و احاطه است، هرچند این واژه معانی متعددی نیز دارد. در معنای پوشش و محافظت، «**المِقنع**» و «**المِقنَعة**» لباسی است که زن با آن سر و زیبایی‌های خود را می‌پوشاند، «**القناع**» پوششی گسترده‌تر را نشان می‌دهد و «**رجل مُقنَّع**» به کسی گفته می‌شود که کلاه‌خود یا زره بر سر دارد. در معنای جمع‌آوری، «**القَنَع**» به گودی‌ای در زمین اطلاق می‌شود که آب و گیاهان را در خود جای می‌دهد، «**القِنع**» ظرفی از برگ‌های نخل است برای میوه یا غذا و «**القُنعة**» روزنه‌ای در دیوار است که نور و هوا را در خود می‌پذیرد. در معنای دریافت و پذیرش، گفته می‌شود «**قَنَع الإداوة**» یعنی دهانه‌ی مشک به بیرون کج شد تا از آن نوشیده شود، یا «**أقنعتُ الإناء في النهر**» یعنی ظرف در برابر جریان آب قرار گرفت تا پر شود، و «**أقنع حلقه وفمه**» به بالا گرفتن سر و دهان برای فروبردن کامل چیزی اشاره دارد. همچنین، «**فم مُقنع**» دندان‌هایی را توصیف می‌کند که به داخل متمایل‌اند، گویی آماده پذیرش‌اند. افزون بر این، «قنع» به معنای رضایت و آرامش نیز به‌کار می‌رود، چنان‌که در آیه‌ی ﴿**وَأَطْعِمُوا الْقَانِعَ وَالْمُعْتَرَّ**﴾ (حج: ۳۶) دیده می‌شود، و نیز به معنای بازگشت و قرار گرفتن در جای خود، مانند «**قَنِعَت الإبل والغنم**» (جبل، ۱۴۳۶: ۴/ ۱۸۵۱-۱۸۵۳). در لغت‌نامه دهخدا، واژه اقناع معانی متعددی دارد، ازجمله «سر و چشم برابر چیزی داشتن»، «خشنود ساختن»، «گرداندن ستور به چراگاه»، «دست برداشتن و گردن‌دراز کردن شتر به حوض برای آب‌خوردن» و «نیازمند و محتاج ساختن» (دهخدا، ۱۳۷۷: ۲/ ۳۱۲۹). در لغت‌نامه عمید، اقناع به معنای «قانع ساختن، خشنود گردانیدن و راضی‌کردن» آمده است (عمید، ۱۳۸۹: ۱۵۷). در همه این کاربردها، واژه‌ی «اقناع» مفهومی از دربرگیری، احاطه و پذیرش را در خود دارد؛ چه در پوشش، چه در ظرف و جمع‌آوری، و چه در پذیرش و رضایت. این ویژگی، بستر مناسبی برای تحلیل مفهوم اقناع در حوزه‌های روان‌شناختی، رفتاری و اجتماعی فراهم می‌سازد. بر این اساس، می‌توان گفت که «اقناع» هم کاربرد رفتاری و عملی دارد و هم بار اخلاقی و روان‌شناختی، به‌گونه‌ای که با راضی‌کردن دیگران و ایجاد هماهنگی میان رفتار و نگرش مرتبط است.

همچنین اقناع به تلاش آگاهانه یک فرد یا سازمان برای دگرگون‌سازی نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه فرد یا گروه دیگر گفته می‌شود (گیل، ادمز، ۱۳۸۴: ۵۱). مجتهد خراسانی در تبیین مفهوم اقناع بیان می‌کند که همه انسان‌ها توانایی درک استدلال‌های عقلی و برهانی را ندارند. برای چنین افرادی

می‌توان از شیوه خطابه و به‌کارگیری قضایای مشهور و آشنا استفاده کرد؛ هرچند این قضایا الزاماً یقین‌آور نباشند. بر همین اساس، هرگاه سخنی موجب پذیرش و تصدیق شود- اما نه به‌صورت یقین قطعی، بلکه به‌گونه‌ای که نفس انسان با شنیدن آن آرام گیرد و گرایش به پذیرش آن بیش از گرایش به انکار باشد- در اصطلاح «اقناع» نامیده می‌شود. در این حالت، فرد به «ظن غالب» و نوعی اطمینان قلبی دست می‌یابد؛ از این‌رو به آن سخن «مقنع» و به اثر آن «اقناع» اطلاق می‌شود (خراسانی، ۱۳۹۹: ۵۱۰). به‌طورکلی، اقناع فرایندی چندوجهی است که با ترکیب عقلانیت، عواطف و استدلال، به تغییر نگرش و باورها کمک می‌کند. این فرآیند، برخلاف تحمیل یا خلسه، از طریق انتخاب آگاهانه و ایجاد آرامش ذهنی، فرد را به پذیرش پیام هدایت می‌کند و ابزاری انسانی و منطقی برای تأثیرگذاری در تعاملات اجتماعی است.

۲-۲- اصول اقناع

فرایند اقناع بر مجموعه‌ای از ملاحظات بنیادین استوار است که رعایت آن‌ها می‌تواند نگرش و در نهایت رفتار مخاطب را دگرگون سازد. نقطه‌ی آغاز این فرایند، شناخت نیازها و انگیزه‌های افراد است؛ زیرا انسان‌ها تصمیمات خود را همواره بر پایه‌ی رفع نیازی مشخص یا تحقق انگیزه‌ای درونی اتخاذ می‌کنند. از این‌رو، پیام اقناعی زمانی مؤثر خواهد بود که نشان دهد چگونه می‌تواند به نیازهای واقعی مخاطب پاسخ دهد و با اقتضائات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی او هم‌خوانی داشته باشد.

در این میان، برخورد نخست نیز نقشی تعیین‌کننده دارد. آراستگی، وقت‌شناسی، ایجاد اعتماد اولیه، استفاده‌ی به‌موقع از فرصت‌ها و انتقال صلابت و اطمینان، همراه با رعایت ادب و آداب اجتماعی، زمینه را برای پذیرش پیام فراهم می‌سازد. بااین‌حال، اعتماد مخاطب بیش از هر چیز در گرو استحکام منطقی پیام است؛ از همین رو، استدلال‌های مستند و شواهد عینی اعتبار آن را تضمین می‌کنند. این اعتبار، از سوی گوینده نیز با اثبات صلاحیت و ارائه‌ی دستاوردها تقویت می‌شود. افزون بر این، حضور افراد معتبر در نقش تسهیل‌گر می‌تواند اثربخشی پیام را دوچندان کند، درحالی‌که به‌کارگیری افراد مسئله‌دار یا دارای اختلاف اجتماعی، روند اقناع را با شکست مواجه می‌سازد. در مقابل، پرهیز از برچسب‌زنی و دسته‌بندی مخاطبان، و هماهنگ‌سازی پیام با نظام ارزشی آنان، برای جلوگیری از مقاومت و ایجاد پل ارتباطی ضروری است. همین اصل ایجاب می‌کند که پیام تا حد امکان ساده و روشن ارائه شود؛ زیرا پیچیدگی و تکلف نه‌تنها فهم را دشوار می‌سازد، بلکه اعتماد را نیز خدشه‌دار می‌کند. همچنین، وضوح مأموریت‌ها و جزئی‌سازی خواسته‌ها، در کنار تناسب آن‌ها با توان و ظرفیت مخاطبان، از دیگر شروط موفقیت در این مسیر است؛ چرا که پیامی که فراتر از استطاعت افراد باشد، به نتیجه نخواهد رسید (اقناع و همراه‌سازی، ۱۴۰۲: ۶۹-۴۹). بنابراین، اقناع تجلی هنر والای انسانی در تعامل با دیگری است. در این فرایند، هر پیام، هر حرکت و هر کلام فرصتی برای ایجاد اعتماد، همدلی و پذیرش آگاهانه فراهم می‌آورد. این اصل، به

معنای واقعی کلمه، پل میان اندیشه‌ها و قلب‌هاست و نمایانگر ظرفیت انسان برای اثرگذاری است و مسیر تعامل و هم‌افزایی انسانی را معنا و عمق می‌بخشد.

۲-۳- روش‌های اقناع

بررسی و تحلیل روش‌های اقناع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا درک شیوه‌های متنوع تأثیرگذاری بر دیگران، به گوینده یا متقاعدکننده امکان می‌دهد پیام خود را مؤثرتر و هماهنگ با نیازها و ارزش‌های مخاطب ارائه دهد. اقناع تنها به انتقال اطلاعات محدود نمی‌شود؛ بلکه شامل راهبردهای هوشمندانه‌ای است که ذهن و دل مخاطب را هم‌زمان درگیر می‌کند و زمینه پذیرش آگاهانه و درونی پیام را فراهم می‌آورد. شناخت و به‌کارگیری صحیح این روش‌ها، تفاوت میان پیام‌هایی که صرفاً شنیده می‌شوند و پیام‌هایی که پذیرفته و درونی می‌شوند را رقم می‌زند. بر این اساس، برخی از مهم‌ترین عناصر و شیوه‌های اقناع عبارت‌اند از:

۱- ایجاد رابطه افقی: ارتباط یک‌سویه و عمودی برای اقناع کارآمد نیست. اگر هدف نفوذ در ذهن و دل مخاطب است، باید رابطه‌ای برابر و افقی با او برقرار شود. نگاه از بالا به مخاطب تنها در ارتباطات سطحی و تحمیلی کاربرد دارد و با اقناع واقعی سازگار نیست.

۲- دوسویه بودن ارتباط: تحقق اقناع در گرو تعاملی بودن فرایند ارتباط است. جریان رفت‌وبرگشت اندیشه‌ها، مقاومت‌های ذهنی را کاهش داده و پیام را در ذهن مخاطب جایگزین می‌کند. اثرگذاری پایدار نیز زمانی شکل می‌گیرد که ارتباط دوطرفه و پویا باشد.

۳- درونی‌سازی پیام: اقناع زمانی موفق خواهد بود که پیام با عناصر درونی ذهن مخاطب پیوند یابد. این فرایند تا جایی ادامه می‌یابد که پیام از درون مخاطب برخیزد و او را از یک «ابژه منفعل» به «سوژه فعال» تبدیل کند. روش دیالکتیک سقراطی و شیوه‌های «مامایی» نمونه‌هایی از این رویکردند؛ زیرا در آنها مخاطب نه با تحمیل اندیشه، بلکه با جستجوی شخصی به پذیرش می‌رسد.

۴- کنترل و استمرار در فرایند اقناع: یکی از ارکان اساسی در موفقیت فرایند اقناع، استمرار و کنترل مداوم آن است. زیرا این پدیده ماهیتی تک‌مرحله‌ای نداشته و نیازمند پیوستگی برای حفظ کارکرد خود است. در این مسیر، توجه به چند عنصر حیاتی ضروری است. نخست، جلب‌توجه مخاطب که پیش‌نیاز نفوذ پیام در لایه‌های عمیق شناختی اوست. دوم، شناسایی و حذف موانع شناختی و عوامل مزاحم که مانع از درونی‌سازی پیام می‌شوند و سوم، «لنگریابی» پیام، به‌معنای اتصال آن به سازه‌های ذهنی موجود در مخاطب. بنابراین تحقق پایدار اقناع، زمانی حاصل می‌شود که ذهن مخاطب درگیر پیام باقی بماند و اندیشه موردنظر در قالبی ساختاریافته در حافظه و باورهای فرد تثبیت شود.

بدین‌سان، این روش‌ها نه به‌مثابه مراحل گسسته، بلکه به‌صورت یکپارچه، بستر تغییرات پایدار در نگرش و رفتار را فراهم می‌آورند. در این چارچوب، اقناع از یک ابزار ارتباطی صرف، به هنری بنیادین ارتقا می‌یابد که هم‌زمان ابعاد شناختی، عاطفی و اعتقادی مخاطب را درگیر کرده و پیام را به باوری

عمیق و پایدار تبدیل می‌سازد. در این مرحله، فرد نه‌تنها پیام را می‌پذیرد، بلکه برای تحقق آن متعهد شده و در عرصه عمل نیز کوشش می‌ورزد. در نهایت، اقناع در ژرفای ادراک ریشه می‌دواند و ساختاری نوین در ادراک فرد پدید می‌آورد، به‌گونه‌ای‌که فرد مورد اقناع، پدیده را به‌شیوه‌ای متمایز درک کرده و عناصر مخالف را به حاشیه می‌راند. از آنجا که نفوذ در حوزه ادراک، نخستین شرط دست‌یافتن به جهان‌بینی فرد است، اقناع می‌تواند ذهنی تازه و نگرشی نو بیافریند و جهان‌بینی متفاوتی در او شکل دهد. از دیگر سو، میان اقناع، قدرت و ارزش‌ها پیوندی متقابل برقرار است؛ اقناع با زور و تحمیل حاصل نمی‌شود، اما اگر بر پایه روش‌های درست تحقق یابد، خود سرچشمه قدرت خواهد بود. این «قدرت اقناعی» در کنار قدرت‌های سنتی و فرهنگی، از بنیادی‌ترین منابع اقتدار در جهان امروز به شمار می‌رود و خاستگاهی نزدیک به قدرت عقلانی دارد (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۱۱۱-۱۱۴). بنابراین اقناع‌سازی، هنری ژرف و بنیادین در تعاملات انسانی است که راز ماندگاری آن در دگرگونی‌های درونی و پایدار نهفته است. این فرایند زمانی محقق می‌شود که عقل و استدلال با احساس و اعتماد درآمیخته و پیام با ارزش‌ها و نیازهای مخاطب هم‌راستا گردد. بدین‌سان، گفتار از واژه‌ای گذرا به حقیقتی تبدیل می‌شود که در جان می‌نشیند، مسیر رفتار را دگرگون می‌سازد و سیمای رسالت‌گونه خود را آشکار می‌کند. اقناع نه‌تنها در عرصه‌های سیاست، آموزش و روابط اجتماعی، بلکه در مدیریت بحران‌ها و چالش‌های کلان به‌مثابه ابزاری راهبردی عمل می‌کند. اگرچه تحقق آن دشوار است، اما در صورت موفقیت، به عمیق‌ترین و پایدارترین تغییرات در نگرش و رفتار منجر می‌گردد و از پیچیده‌ترین و بنیادی‌ترین شیوه‌های تأثیرگذاری در ارتباطات انسانی به‌شمار می‌آید.

۲-۴- اقناع در رویکرد تبیینی امیرالمؤمنین(ع)

امیرالمؤمنین علی(ع) در تاریخ اندیشه اسلامی نه تنها به‌عنوان امام عدالت و پیشوای تقوا شناخته می‌شود، بلکه در عرصه بیان و اقناع نیز جایگاهی بی‌مانند دارد. او که به حق «امیر کلام» لقب گرفته است، قرن‌ها پیش از آن‌که دانش ارتباطات و نظریه‌های اقناع‌سازی در قالب‌های مدرن مطرح شود، از این هنر برای هدایت جامعه و مقابله با هجمه‌های فکری و فرهنگی بهره می‌برد. سخن او آمیزه‌ای از استدلال عقلانی، وضوح در بیان حقیقت و برانگیختن بصیرت مخاطب بود؛ شیوه‌ای که در عین روشنگری، قدرت اقناع را تا ژرف‌ترین لایه‌های ذهن و دل شنونده می‌نشاند. روش گفتاری امام علی(ع) نه صرفاً ابزار خطابه و جدل، بلکه تاکتیکی حکیمانه برای هدایت و اصلاح اجتماعی به‌شمار می‌آمد. ایشان در برابر شبهات و تبلیغات گمراه‌کننده، از استدلال‌های استوار و حق‌مدارانه استفاده می‌کرد و هرگز حاضر نشد حقیقت را در پای منفعت یا مصلحتی گذرا قربانی سازد. اقناع در نگاه علوی بر بنیاد صداقت و حقیقت‌گرایی استوار است؛ یعنی آنچه گفته می‌شود، در عین اقناع‌کنندگی، ریشه در واقعیت و عقلانیت دارد. به همین دلیل، کلام ایشان نه تنها در میان یاران و پیروان، بلکه حتی در دل مخالفان نیز اثر می‌گذاشت و بسیاری از آنان را به حق متمایل می‌ساخت. این معنا را می‌توان به زیبایی در سخن کوتاه و

پرمعنای حضرت در حکمت ۳۹۴ نهج‌البلاغه مشاهده کرد: «رُبَّ قَوْلٍ أَنفَذُ مِن صَوْلٍ»؛ چه بسیار سخنانی که از حمله‌های نظامی نافذتر و مؤثرترند. این جمله، عصاره نگرش علوی به جایگاه کلام است؛ کلامی که اگر در قالبی صحیح و با نیت هدایت بر زبان آید، توانمندتر از شمشیر و کارآمدتر از قدرت نظامی عمل می‌کند. چنین سخنی می‌تواند پرده غفلت را بدرد و حقیقت را در برابر چشم‌ها آشکار سازد.

از این‌رو، اقناع در اندیشه و سیره علوی صرفاً یک فن ارتباطی نیست، بلکه راهبردی تربیتی و اجتماعی است که در صورت به‌کارگیری درست، می‌تواند تحولی پایدار در جان و جهان مخاطب پدید آورد. امیرالمؤمنین(ع) هیچ‌گاه از ابزارهای غیرواقعی یا سخنان باطل برای متقاعدسازی استفاده نکرد، بلکه اقناع را بر پایه باورهای پذیرفتنی، حقایق روشن و اصول عقلانی سامان داد. همین امر سبب شد که سخنان او تأثیری ژرف و ماندگار برجای گذارد و مسیر زندگی افراد را دگرگون سازد (امیرکاوه، اسلامی، ۱۳۹۵: ۱۸۷). بنابراین، اقناع در سیره امیرالمؤمنین(ع) به‌مثابه راهبردی کلان در عرصه اجتماعی و فرهنگی جلوه‌گر است؛ راهبردی که از یک‌سو کارکردی تربیتی و آگاهی‌بخش دارد و ازسوی‌دیگر، به‌عنوان ابزاری کارآمد برای مواجهه با بحران‌ها و فتنه‌های فکری و سیاسی عمل می‌کند.

۲-۵- الگوی عملی اقناع در سیره علوی

امیرالمؤمنین علی(ع) نه‌تنها در عرصه اندیشه و بیان، بلکه در میدان عمل نیز جلوه‌های برجسته‌ای از هنر اقناع را به نمایش گذاشته است. بررسی این نمونه‌ها نشان می‌دهد که آن حضرت، در مواجهه با مخاطبان گوناگون – چه نخبگان و خواص و چه توده‌های مردم ـ با بهره‌گیری از استدلال روشن، تصویرسازی دقیق و ارائه مثال‌های ملموس، پیام خود را به‌گونه‌ای منتقل می‌کرد که هم عقلانیت مخاطب را جلب و هم بر احساسات و انگیزه‌های او اثر می‌گذاشت. از همین‌رو، بررسی نمونه‌های عینی اقناع در سیره علوی می‌تواند چشم‌انداز تازه‌ای برای فهم پیوند میان بلاغت، حقیقت‌گویی و هدایت اجتماعی فراهم آورد. مطالعه این تجربه‌ها نشان می‌دهد که امام علی(ع) با بهره‌گیری از رویکردهای متنوع و سنجیده در عرصه اقناع، توانست هم بر خواص و نخبگان اثرگذار باشد و هم بر عموم مردم نفوذ کند. در ادامه، برای روشن‌تر شدن این حقیقت، به دو نمونه برجسته از این شیوه‌ها پرداخته می‌شود: نخست، مواجهه با خواص و نمایندگان، و دوم، ارتباط مستقیم با توده مردم.

۲-۵-۱- اقناع نماینده بصریان با مثال ملموس و عینی

ازجمله موارد قابل‌توجه در سیره تبیینی امام علی(ع)، گفت‌وگوی ایشان با نماینده‌ای است که از جانب برخی طوایف بصره در آستانه نبرد جمل نزد حضرت فرستاده شد. بررسی قرائن و شواهد نشان می‌دهد که این فرد در زمره خواص جامعه قرار داشته است؛ زیرا نخست آنکه اعزام او به‌عنوان نماینده سیاسی و اجتماعی، گویای اعتماد و جایگاه وی در میان قوم خود است. دوم، توانایی طرح پرسش‌های بنیادین درباره مشروعیت جنگ و موضع امام(ع)، از مرتبه‌ای از فهم و قدرت تحلیل حکایت دارد که مختص لایه‌های تأثیرگذار جامعه است. سوم، مأموریت او فراتر از یک گفت‌وگوی شخصی بوده و جنبه تحقیق و

سنجش حقیقت از جانب گروهی معین را داشته است. چنین جایگاهی آشکار می‌سازد که او از طبقه خواص و نخبگان سیاسی ـ اجتماعی به شمار می‌رفت؛ زیرا تنها افراد صاحب نفوذ می‌توانستند به نمایندگی از یک مجموعه اعزام شوند، قدرت طرح پرسش‌های کلان درباره حق و باطل را داشته باشند و در نهایت تصمیم یا گزارش آنان در سرنوشت قبیله اثرگذار باشد.

«واقدی» در کتاب جمل از «کلیب جرمی» چنین نقل می‌کند: «هنگامی‌که عثمان کشته شد و چیزی نگذشت که طلحه و زبیر به بصره آمدند (تا مقدّمات حکومت خود را فراهم سازند) و هنگامی‌که علی علیه‌السّلام با خبر شد (برای پیش‌گیری از آنان) به منطقهٔ ذی‌قار (محلّی نزدیک بصره) آمد. دو نفر از سران قبایل (بصره) به من گفتند: ما را نزد این مرد ببر تا ببینیم هدف او چیست؟ هنگامی‌که به «ذی‌قار» رسیدیم، علی علیه‌السّلام را هوشمندترین عرب یافتیم. او نسب قوم مرا بهتر از من بیان می‌کرد. از من پرسید: رییس قبیلهٔ «بنی‌راسب» کیست؟ گفتم: فلان شخص است. گفت: رییس قبیلهٔ بنی قدامه کیست؟ گفتم: فلان کس است. گفت: حاضری دو نامه از سوی من برای آن‌ها ببری؟ گفتم: آری. گفت: آیا با من بیعت نمی‌کنی؟ در این هنگام آن دو پیرمرد که با من بودند با او بیعت کردند؛ ولی من خودداری نمودم. گروهی که در نزد حضرت بودند و آثار سجده در پیشانی آنان کاملاً نمایان بود؛ گفتند: بیعت کن بیعت کن. علی علیه‌السّلام گفت: او را به حال خود واگذارید. من گفتم: قبیلهٔ من مرا با عنوان «رائد» (کسی که پیشاپیش قافله حرکت می‌کند تا محلّ آب و سبزه را پیدا کند) فرستادند. من به سوی آن‌ها باز می‌گردم و پیشنهاد شما را بازگو می‌کنم؛ اگر آن‌ها بیعت کردند بیعت می‌کنم و اگر کناره‌گیری کردند، کناره‌گیری خواهم کرد. امام پاسخی به من داد که مرا ناگزیر از بیعت کرد» (شیخ مفید، بی‌تا: ۱۵۶-۱۵۷).

امیرالمؤمنین علی(ع) در مواجهه با این تردید و برای آشکار ساختن حقیقت، در خطبه ۱۷۰ با استفاده از مثالی روشن و قابل‌درک، موضع و دیدگاه خویش را به‌طور دقیق و مستدل تبیین نمود: «**أَرَأَيْتَ لَوْ أَنَّ الَّذِينَ وَرَاءَكَ بَعَثُوكَ رَائِداً تَبْتَغِي لَهُمْ مَسَاقِطَ الْغَيْثِ فَرَجَعْتَ إِلَيْهِمْ وَ أَخْبَرْتَهُمْ عَنِ الْكَلَإِ وَ الْمَاءِ فَخَالَفُوا إِلَى الْمَعَاطِشِ وَ الْمَجَادِبِ مَا كُنْتَ صَانِعاً؟ قَالَ: كُنْتُ نَارِكَهُمْ وَ مُخَالِفَهُمْ إِلَى الْكَلَإِ وَ الْمَاءِ**»(صبحی صالحی، ۱۴۱۴: ۲۴۴،۲۴۵). امیرالمؤمنین(ع) در مواجهه با کلیب جرمی برای اقناع او از شیوه‌ای تمثیلی بهره گرفت که در عین سادگی، معنایی ژرف و راهگشا در برداشت. آن حضرت با ترسیم مثالی از موقعیت یک پیشاهنگ قافله ـ که مأموریت دارد منابع آب و چراگاه را بیابد و خبر آن را به همراهان برساند ـ به مخاطب خویش نشان داد که چگونه بی‌اعتنایی به راهنمایی آگاه، کاروان را به بیابان خشک و هلاکت می‌کشاند. کلیب با پذیرش این تمثیل و اذعان به لزوم پیروی از راهنمای دانا، به روشنی دریافت که حقیقت آشکار شده و راه درست در برابر او قرار دارد. در پی این استدلال، امام(ع) بیعت را همچون دست‌یابی به سرچشمه آب زلال معرفی کرد و بدین‌سان، با اقناعی عقلانی و درعین‌حال اثرگذار، کلیب را به پذیرش حق رهنمون ساخت.

این مثال روشن و بلیغ، حجت را بر فرستاده‌ی قبایل به نهایت رساند و هر روزنه‌ای برای تردید فرو بست. از همین‌رو، او با آرامشی مطمئن و ایمانی استوار، اعتراف کرد که با آشکارشدن حقیقت، دیگر مجالی برای مخالفت باقی نمی‌ماند و دست بیعت در دست امیرالمؤمنین(ع) نهاد. کلیب جُرمی، مردی از قبیله بنی‌جرم با ریشه‌ای قحطانی و حِمیری، در این واقعه نمونه‌ای بارز از تأثیر اقناع علوی شد. تمثیلی که امام(ع) برگزید، بی‌تردید از زیباترین و نافذترین نمونه‌های استدلال منطقی است؛ بیانی حکیمانه که با هنر اقناع درآمیخت و به برهانی قاطع و خلل‌ناپذیر بدل گشت؛ برهانی که جان مخاطب را تسلیم حقیقت ساخت (ابن‌ابی‌الحدید، ۶۴۹: ۹/ ۲۹۹ –۳۰۰).

آنچه در این ماجرا برجسته است، بهره‌گیری امام از تمثیلی عینی و ملموس برای اقناع و هدایت فکری است. نکته اساسی در این نمونه، تأکید بر استقلال اندیشه و شجاعت در ترک تبعیت کورکورانه از جماعت است؛ زیرا بسیاری از مردم پیروی از اکثریت را فضیلت می‌شمارند، درحالی‌که این پیروی بی‌تأمل، بستر انتقال خطاها و خرافات را از نسلی به نسل دیگر فراهم می‌سازد. امام(ع) با تصویر «پیشگام قافله» نشان داد که اگر کسی راه حق و نجات‌بخش را بشناسد، حتی اگر تنها بماند، باید بر آن پایبند باشد و از جمعیتی که به مسیر باطل می‌روند جدا شود. همین معنا در خطبه ۲۰۱ نهج‌البلاغه نیز بازتاب یافته است: «ای مردم! در راه هدایت از کمی رهروان آن وحشت نکنید»؛ کلامی که بیعت کلیب با امام را از سطح یک تصمیم فردی فراتر برد و به نمادی از انتخاب حقیقت بر پایه هدایت عقلانی بدل ساخت. آنچه امام پیش روی او نهاد، سرچشمه‌ای از آب حیات بود؛ حقیقتی زلال که با بیانی نافذ و تمثیلی ملموس، یکی از خواص جامعه را به مسیر حق کشاند و نشان داد اندیشه روشن، حتی در میان فتنه و آشوب، چراغی برای رهایی است (مکارم، ۱۳۷۵: ۴۶۴/۶–۴۶۶). ازسوی‌دیگر، ایستادگی در برابر چنین برهانی روشن، چیزی جز ستیز نابخردانه با حقیقت و مبارزه‌ای ویرانگر با نفس انسانی نیست. چنان‌که جعفری یادآور می‌شود، هنگامی‌که دلیلی قاطع بر حقانیت آشکار گردد و مجالی برای انکار باقی نماند، مقاومت در برابر آن نه نشانه استقلال فکری، بلکه جلوه‌ای از اسارت در بند خودخواهی و جمود است. در چنین حالتی، نخستین قربانی این سرکشی، همان جانِ شکوفا و استعداد بالنده‌ای است که می‌توانست زمینه‌ساز تعالی و رشد معنوی گردد. انکار و لجاجت، این شکوفایی را نابود کرده و مسیر صعود روحانی را مسدود می‌سازد، به‌گونه‌ای‌که فرصت‌های والای حیات معنوی از دست می‌رود. بنابراین، تمثیل امام علی(ع) تنها ابزاری برای اقناع لحظه‌ای نبود، بلکه محک و معیاری برای سنجش واکنش انسان در برابر دلیل روشن به‌شمار می‌آید و او یا باید در برابر حقیقت تسلیم شود و به حیاتی معنوی و نوین دست یابد، یا در ورطه نفس‌پرستی سقوط کند و به نابودی درونی گرفتار آید (جعفری، ۱۳۹۸: ۲۷/ ۵۶–۵۷).

امیرالمؤمنین(ع) در این تمثیل، حقیقت هدایت را به‌صورتی روشن و قابل‌لمس ترسیم کردند و نشان دادند که انسان پس از آشکار شدن دلیل، باید بی‌درنگ به‌سوی حقیقت گام نهد و از همراهی با جمع گمراه بپرهیزد. این هشدار لطیف، درواقع ریشه بسیاری از انحرافات اجتماعی را آشکار می‌سازد. کلام نافذ و اقناع‌گر ایشان چنان اثرگذاری داشت که حتی دشمنان نیز از نفوذ آن بیم داشتند و برای ارسال

فرستادگان خود، لجوج‌ترین و سرسخت‌ترین افراد را برمی‌گزیدند. بااین‌همه، استدلال قاطع و بیان حکیمانه امام(ع) به‌گونه‌ای بود که حتی این افراد نیز در برابر حقیقت سر تسلیم فرود می‌آوردند. نمونه‌های بارز این نفوذ کلام را می‌توان در هدایت فرستاده عایشه و نیز نمایندگان طلحه و زبیر مشاهده کرد؛ کسانی که پس از شنیدن سخنان امام(ع)، حجت را روشن دیدند و راه بازگشت به حقیقت را در پیش گرفتند (مکارم، ۱۳۷۵: ۶/۴۶۶-۴۶۹). در نهایت، اقناع‌گرا امام(ع) فراتر از جدل لفظی بود و به‌مثابه حقیقتی زنده، عقل، اراده و احساس را هم‌زمان درگیر می‌کرد و الگویی ماندگار برای رهبران و متفکران در تمامی اعصار به شمار می‌رفت.

۲-۵-۲- بسیج کوفیان و مقابله با شیطنت‌های نرم از طریق اقناع و جاذبه کلام

در تاریخ تحول جوامع انسانی، توده‌های مردم همواره نقش‌آفرین اصلی در مسیر صعود یا سقوط تمدن‌ها بوده‌اند. آنان به‌مثابه نیروی اجتماعی تعیین‌کننده، هنگامی که از آگاهی و تشخیص صحیح برخوردار باشند، می‌توانند به سدی مستحکم در برابر فتنه‌ها و انحرافات تبدیل شوند و امنیت فکری و سیاسی جامعه را پاس دارند. در مقابل، هنگامی‌که عامه مردم در دام جهل، تردید یا غفلت گرفتار شوند، فضای مناسبی برای جولان اصحاب مکر و تحریف پدید می‌آید و بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی یک امت در معرض فروپاشی قرار می‌گیرد. از همین‌رو، رهبران خردمند و الهی، پیش از هر چیز بر توان اقناع، نفوذ کلام و سامان‌دهی به افکار عمومی تکیه دارند. این رهبران با بهره‌گیری از قدرت بیان و استدلال، نه تنها به اقناع عقلانی می‌پردازند، بلکه دل‌ها را نیز درگیر می‌سازند و از این رهگذر، مردم را در مسیر حق و عدالت استوار می‌دارند. بدین‌ترتیب، هنر رهبری در تاریخ، نخست در توانایی شکل‌دهی به باورها، انگیزه‌ها و اراده‌های جمعی جلوه‌گر می‌شود و سپس در عرصه‌های تدبیر نظامی و مدیریت سیاسی تداوم می‌یابد. چنین ترکیبی است که مشروعیت و پایداری هر حرکت اجتماعی را تضمین می‌کند.

امام علی(ع) نمونه‌ای درخشان از رهبری الهی است که هنر اقناع و قدرت بیان را در کنار تدبیر سیاسی و نظامی به کار گرفت. او نخست دل‌ها و خردها را مخاطب می‌ساخت و با کلامی استوار و جان‌بخش، غبار تردید را از ذهن‌ها می‌زدود؛ چراکه پشتیبان راستین او نه شمشیر، که نیروی کلام بود. سخن امام(ع) همزمان دو کارکرد بنیادین داشت: از سویی، برهان و استدلالی روشن برای عقل فراهم می‌کرد و ازسوی‌دیگر، با لطافت و صداقت خویش بر جان‌ها می‌نشست. بدین‌سان، گفتار او به پلی میان حقیقت و مردم بدل می‌شد و زمینه را برای همراهی آگاهانه آنان فراهم می‌ساخت.

یکی از شواهد برجسته این حقیقت، رخداد کوفه در آستانه نبرد جمل است. در آن زمان، ابوموسی اشعری با بهره‌گیری از راهبردی روانی، کوفیان را از همراهی با امام بازمی‌داشت. او با تعابیری به ظاهر خیرخواهانه، نبرد امام را فتنه‌ای کور معرفی می‌کرد و مردم را به انزوا و کناره‌گیری فرامی‌خواند و چنین می‌گفت: «شمشیرها را در غلاف نهید، نوک نیزه‌ها را بشکنید و زه کمان‌ها را قطع کنید؛ در این فتنه، خوابیدن بهتر از بیداری است و نشستن برتر از ایستادن» (تاریخ طبری، ۱۳۶۲: ۳/ ۴۹۷). این سخنان در واقع، گونه‌ای جنگ نرم و عملیات روانی بود که بر بستر تردید و بی‌اعتمادی می‌کوشید اراده جمعی را

تضعیف کند. در برابر این فتنه، امام علی(ع) با راهبردی اقناعی و بیانی صریح و مستدل، به مقابله برخاست. او با تبیین ماهیت پیمان‌شکنان و روشن ساختن اهداف پنهان آنان، پرده از چهره فریب برداشت و وجدان عمومی را بیدار کرد. سخنان امام، از یک‌سو حقیقت ماجرا را آشکار می‌ساخت و ازسوی‌دیگر، احساس مسئولیت دینی و اجتماعی را در مردم برمی‌انگیخت. بدین‌ترتیب، کلام علوی توانست فضای انفعال و تردید را در هم بشکند و کوفیان را به مشارکت فعال در جهاد حق فراخواند. این واقعه نشان می‌دهد که در منطق علوی، «قدرت کلام» نه یک ابزار جانبی، بلکه زیربنای اصلی هدایت اجتماعی است؛ زیرا تنها هنگامی‌که باورها و اراده‌های مردم به‌روشنی و استحکام دست یابد، توان نظامی و سیاسی جامعه در مسیر درست به‌کار گرفته می‌شود.

با آگاهی حضرت از این اقدام خیانت‌آمیز، ایشان در چارچوب راهبرد تبیینی خویش، به بهره‌گیری از ابزار نوشتار پرداخت و نامه‌ای خطاب به مردم کوفه تنظیم کرد و این نامه را به‌وسیله امام حسن(ع) و عمار یاسر برای کوفیان ارسال نمود. متن این مکتوب که در نهج‌البلاغه تحت شماره ۵۷ نقل شده است، به این شرح تحریر فرموده است: «**أَمَّا بَعْدُ، فَإِنِّي خَرَجْتُ مِنْ حَيِّي هَذَا إِمَّا ظَالِماً أَوْ مَظْلُوماً، وَإِمَّا بَاغِياً أَوْ مَبْغِيّاً عَلَيْهِ، وَإِنِّي أُذَكِّرُ اللَّهَ مَنْ بَلَغَهُ كِتَابِي هَذَا أَنْ يُنْفِرَ إِلَيَّ؛ فَإِنْ كُنْتُ مُحْسِناً فَلْيُعِنِّي، وَإِنْ كُنْتُ مُسِيئاً فَلْيُقَوِّمْنِي**»(صبحی صالح، ۱۴۱۴: ۴۴۷،۴۴۸).» اما بعد، من از جایگاه خویش خارج شده‌ام؛ یا در موضع ستمگر قرار گرفته‌ام یا در جایگاه ستمدیده، یا از فرمان الهی سرپیچیده‌ام یا مردم از اطاعت من سرباز زده‌اند. هر کس این نامه را دریافت کند، او را به یاد خداوند فرا می‌خوانم تا آنگاه که نزد من آید، اگر کردارم بر حق بود مرا یاری دهد و اگر گناهکار بودم، مرا به بازگشت به حق راهنمایی کند» (شهیدی، ۱۳۷۸: ۳۴۳).

هدف اساسی این نامه، آگاهی‌بخشی به مردم کوفه نسبت به خروج امیرالمؤمنین(ع) از مدینه برای مقابله با ناکثین و ترغیب آنان به دیدار و پیوستن به ایشان بود. امام در نگارش این نامه از شیوه‌ای ظریف و اثرگذار بهره گرفت؛ شیوه‌ای که توانایی نفوذ در دل‌ها، هدایت افکار و برانگیختن انگیزه در مخاطبان برای جست‌وجوی حق را داراست. حضرت در این پیام به مردم اعلام کرد که مدینه را ترک گفته است، درحالی‌که این حرکت جز بر یکی از دو فرض استوار نیست: یا آن حضرت در برابر ناکثین ــ همچون طلحه، زبیر، امّ‌المؤمنین و پیروانشان ــ ستم‌گر است، یا در مقام مظلوم قرار گرفته است؛ زیرا آنان پیمان الهی را شکستند، بیعت را زیر پا نهادند و آشکارا اعلان جنگ کردند. بنابراین یا امام بر آنان تعدّی کرده، یا آنان بر او ستم روا داشته‌اند. این بیان نه نشانه تردید در موضع امام است و نه ضعف در رهبری، بلکه راهبردی بلاغی و عقلانی است برای برانگیختن اندیشه مردم و واداشتن آنان به داوری منطقی. این روش با سنت قرآنی نیز هماهنگ است؛ چنان‌که خداوند متعال می‌فرماید: «**إِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلى هُدىً أَوْ فِي ضَلالٍ مُبِينٍ**»؛ یعنی دعوت به تأمل و بازاندیشی در مسیر حق و باطل، تا دل‌ها آماده پذیرش حقیقت گردد (موسوی، ۱۴۱۸: 5/ ۱۱۷–۱۱۸).

حضرت در این نامه، مردم را از هرگونه بی‌تفاوتی و تردید برحذر داشته و تأکید می‌نماید که وضعیت او از دو حال خارج نیست: یا در جایگاه ظلم قرار دارد یا در موضع مظلومیت. بر این اساس، جامعه وظیفه‌ای

دوگانه دارد: یا در صورت احقاق حق، او را یاری رساند و یا در صورت مشاهده لغزش، وی را به مسیر حق بازگرداند. این شیوه استدلالی، مخاطبان را به مسئولیت‌پذیری در برابر حقیقت فرا می‌خواند و بر ضرورت اتخاذ موضعی روشن در قبال عدالت یا انحراف تأکید دارد. امام(ع) بدین‌گونه با بیانی اقناعی و منطقی، حجت را بر مردم تمام کرد و امکان هرگونه تردید و سکوت را از آنان سلب نمود. سپس با استناد به سنت نبوی، کناره‌گیری و سکوت در برابر ظلم را نکوهش کرده و به نقل از پیامبر(ص) فرمود: «برادرت را یاری کن، چه ستمگر باشد و چه ستمدیده» (مکارم، ۱۳۷۵: ۱۸۹/۱۱–۱۹۱). از این رهگذر، امام علی(ع) تکلیف جامعه را به روشنی مشخص ساخت و مسیر حمایت از حق و مقابله با ظلم را در برابر همگان گشود.

برخی شارحان چون ابن‌ابی‌الحدید، این تقسیم‌بندی را جلوه‌ای بی‌مانند از بلاغت و حکمت می‌دانند؛ بیانی که جان‌ها را نرم می‌سازد، دل‌ها را به حقیقت می‌کشاند و نفوس را به آرامش و پذیرش وامی‌دارد. امام علی(ع) هنگام خروج از مدینه موقعیت خویش را در دو حالت ترسیم می‌کند، یا در جایگاه ظالم است یا در مقام مظلوم. حضرت با درک ظرافت امور، سخن خود را با یادآوری احتمال ظلم آغاز می‌نماید تا بدخواهان به مظلوم‌نمایی او گمان نبرند و با این کار، اوج تواضع و مسئولیت‌پذیری رهبری را آشکار می‌سازد، چنانکه حتی در جایگاه قدرت، خویشتن را در معرض نقد و داوری قرار می‌دهد. ایشان مردم را به یاری و مسئولیت‌پذیری فرا می‌خواند و می‌فرماید اگر او را مظلوم یافتند یاری کنند و اگر در موضع ظلم دیدند از ظلم بازدارند و به راه حق بازگردانند. این بیان، جلوه‌ای درخشان از انصاف و عدالت علوی است؛ عدالتی که حتی شخص امام را نیز از دایره حق بیرون نمی‌نهد و جامعه را مکلف می‌سازد تا در هر حال رسالت خویش را به انجام رساند: اگر او را در مظلومیت یافتند، به یاری‌اش بشتابند و اگر در موضع خطا دیدند، او را از آن بازدارند و به راه حق بازگردانند. این نگرش والا، حقیقت را بر هر چیز، حتی بر مقام رهبری، مقدم می‌دارد و انسان‌ها را در هر شرایطی مأمور به اقامه حق و نصرت عدالت می‌سازد (ابن‌ابی‌الحدید، ۶۴۹: ۱۷/ ۱۴۰).

رویکرد حکیمانه امام علی(ع) با بیانی نافذ و اقناعی توانست دل‌ها و اندیشه‌های مردم کوفه را مجذوب خویش سازد و آنان را به همراهی با رهبر سوق دهد. ایشان با گفتاری استوار، قوه عقل و انگیزه درونی آنان را برای مسئولیت‌پذیری و مشارکت فعال برمی‌انگیخت. چنین بیانی، نیرویی داشت که می‌توانست افراد مردد را گرد آورد و آنان را به حرکت جمعی فراخواند. این شیوه، بسیجی از باور و اراده همگانی ایجاد کرد؛ مردم نه از سر اجبار، بلکه با ایمان و اختیار خود، نقش شایسته و مؤثر خویش را ایفا کردند. این نامه جلوه‌ای از اندیشه مردم‌سالارانه و احترام به رأی عمومی را نشان می‌دهد، زیرا حضرت حتی در جایگاه رهبری، خود را در معرض داوری جامعه قرار می‌داد و پذیرای نقد از سوی مردم بود. بدین‌سان، ایشان نشان دادند که رهبری که خود را تحت ارزیابی عمومی می‌گذارد، قادر است عدالت را به‌طور مؤثر برقرار و پاسخگویی را عملی سازد. چنین سبکی از رهبری، که در آن حتی عالی‌ترین مقامات نیز در معرض نظر و داوری مردم قرار دارند، الگویی واقعی از دموکراسی است و به جامعه امکان می‌دهد تا در اصلاح امور مشارکت کنند و بر سرنوشت خود تأثیرگذار باشند.

۲-۶ - تمایز و پیوستگی اقناع در سطح خواص و عامه در سیره علوی

اقناع در اندیشه و عمل امام علی(ع) نه یک شیوه واحد و ایستا، بلکه فرآیندی پویا و چندسطحی است که متناسب با نوع مخاطب و اقتضائات اجتماعی تغییر می‌کند. در این چارچوب، دو سطح اصلی مخاطبان ــ خواص و عامه ــ محور تحلیل قرار گرفته‌اند و بررسی تطبیقی این دو سطح می‌تواند ابعاد نظری و عملی اقناع در سیره امام(ع) را روشن‌تر سازد.

در سطح خواص، محور اقناع بر استدلال عقلانی، احتجاج منطقی و یادآوری مسئولیت‌های اجتماعی ـ سیاسی استوار است. امام(ع) در مواجهه با اصحاب قدرت یا نمایندگان گروه‌های اثرگذار، بیش از هر چیز بر وضوح برهان، انسجام استدلال و اتکای به مبانی دینی و اخلاقی تکیه می‌کرد. در این سطح، هدف اصلی اصلاح نگاه تصمیم‌سازان و ایجاد التزام فکری و عملی در آنان بود. ازاین‌رو، اقناع نخبگان ماهیتی بیشتر عقلانی و استدلالی دارد و به تقویت بعد معرفتی و آگاهی‌بخش می‌انجامد. در مقابل، اقناع عامه مردم گرچه از استدلال خالی نیست، اما تکیه آن بر بیدارسازی وجدان جمعی، برانگیختن احساسات دینی و اخلاقی، و تحریک انگیزه‌های قلبی و عاطفی است. امام(ع) در برابر توده‌ها از قدرت بلاغت، تصویرسازی‌های اخلاقی و هشدارهای وجدانی بهره می‌گرفت تا از رهگذر عاطفه و ایمان، حرکت جمعی را برانگیزد. بدین ترتیب، اقناع عامه در سیره علوی هم بر عقلانیت نظری و هم بر ظرفیت‌های عاطفی و روحی تکیه دارد و کارکرد اصلی آن ایجاد انگیزه برای اقدام عملی و مشارکت اجتماعی است

نکتهٔ مهم آن است که این دو سطح در عین تفاوت، به‌طور جدی به یکدیگر پیوسته‌اند. اقناع خواص بدون همراهی عامه پشتوانه اجرایی پیدا نمی‌کند و اقناع عامه بدون هدایت و استحکام فکری خواص، در معرض پراکندگی و انحراف قرار می‌گیرد. بنابراین، سیره علوی الگویی از «اقناع دوسویه» را نشان می‌دهد که در آن نخبگان و توده‌ها به‌صورت هم‌زمان مورد خطاب قرار گرفته و نقش هر یک در پویایی جامعه اسلامی تبیین می‌شود. این هم‌افزایی میان خواص و عامه، ویژگی ممتاز اقناع در سیره امام علی(ع) است که آن را از الگوهای صرفاً خطابی یا صرفاً سیاسی متمایز می‌سازد. افزون بر این، بررسی تطبیقی دو سطح نشان می‌دهد که امام(ع) در هر دو سطح از ترکیب عقل و عاطفه بهره می‌گرفت، اما نسبت این دو عنصر متناسب با نوع مخاطب تغییر می‌کرد. در اقناع افراد مؤثر، عقلانیت و احتجاجات نقشی پررنگ‌تر داشت و عاطفه در جایگاه مکمل بود؛ در حالی‌که در اقناع عامه، عاطفه و وجدان جمعی در کانون قرار می‌گرفت و استدلال‌ها بیشتر جنبه تأییدی و تقویت‌کننده داشتند. این انعطاف‌پذیری نشان می‌دهد که اقناع در سیره علوی یک مهارت ارتباطی صرف نبود، بلکه سازوکاری آگاهانه و راهبردی برای تحقق اهداف الهی و اجتماعی به‌شمار می‌آمد.

بر این اساس، اقناع در سیره امام علی(ع) الگویی جامع از ارتباط اجتماعی ارائه می‌دهد که در آن هم بُعد معرفتی و عقلانی تقویت می‌شود و هم بُعد عاطفی و وجدانی؛ هم نخبگان از لغزش در تصمیم‌گیری مصون می‌گردند و هم توده‌ها برای حرکت جمعی و ایستادگی اجتماعی برانگیخته می‌شوند. این الگوی

ترکیبی، ظرفیت مهمی برای فهم بهتر از راهبردهای تبیینی در حوزه اندیشه اسلامی فراهم می‌آورد و می‌تواند به‌عنوان مبنایی نظری در تحلیل‌های معاصر از اقناع و ارتباط اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

۳. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

پژوهش حاضر در پاسخ به سؤالات پژوهش به نتایج زیر دست یافته است:

۱. امیرالمؤمنین(ع) در تعامل با خواص و افراد اثرگذار، شیوه‌ای مبتنی بر استدلال عقلانی و احتجاج منطقی در پیش گرفت. ایشان با استفاده از تمثیل‌های روشن و یادآوری مسئولیت‌های اجتماعی توانست نخبگان را به پذیرش حقیقت و همراهی با حق متقاعد سازد. گفت‌وگو با نماینده بصره نمونه‌ای گویاست که امام با تمثیلی ساده اما ژرف، تردید او را زدود و او را به بیعت آگاهانه و التزام درونی به حق واداشت.

۲. روش آن حضرت در مواجهه با عامه مردم، ترکیبی از اقناع عقلانی و برانگیختن وجدان جمعی بود. امام با بیانی روشن و صادقانه، عقل و احساس مردم را هم‌زمان مخاطب قرار می‌داد و آنان را به مشارکت فعال در مسیر عدالت دعوت می‌کرد. نامه آن حضرت به مردم کوفه نشان می‌دهد که چگونه با تقسیم منطقی وضعیت به دو حالت «ظالم یا مظلوم»، داوری عقلانی را با انگیزش عاطفی پیوند زد و توانست مردم را از حالت انفعال به حرکت جمعی در دفاع از حق سوق دهد.

۳. بررسی تطبیقی نشان داد که اقناع در سیره علوی فرآیندی چندسطحی و انعطاف‌پذیر بود. در سطح خواص، محور بر عقلانیت و استدلال قرار داشت و در سطح عامه، بر بیدارسازی وجدان و تحریک احساسات دینی و اخلاقی. بااین‌حال، این دو سطح پیوستگی تام دارند؛ اقناع نخبگان بدون همراهی مردم به نتیجه عملی نمی‌رسید و اقناع مردم بدون هدایت نخبگان دچار پراکندگی می‌شد. بدین‌ترتیب، الگوی علوی اقناعی دوسویه و جامع است که با بهره‌گیری هم‌زمان از عقل و عاطفه، هم اصلاح نگرش خواص را ممکن می‌سازد و هم مشارکت اجتماعی عامه را برمی‌انگیزد.

۴. سیره تبیینی امام علی(ع) نمونه‌ای برجسته از اقناع همه‌جانبه است؛ اقناعی که نه تنها ذهن مخاطب را روشن می‌سازد بلکه دل‌ها و رفتارها را نیز دگرگون می‌کند. ویژگی‌های کلیدی این رویکرد شامل بهره‌گیری از استدلال منطقی، هنر بیان نافذ، توجه به شرایط روانی و اجتماعی مخاطب و ارائه حجتی روشن و ملموس است. چنین الگویی می‌تواند در همه اعصار الهام‌بخش رهبران و اندیشمندان باشد و نشان دهد که هدایت پایدار تنها در پرتو ترکیب عقلانیت و جاذبه اقناعی امکان‌پذیر است.

۵. براساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده با رویکرد میان‌رشته‌ای (تاریخ، علوم اجتماعی، روان‌شناسی و ارتباطات) به طراحی مدل‌های عملی اقناع بپردازند. همچنین در فعالیت‌های آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای استفاده از تمثیل‌ها و مثال‌های روشن ـ همانند روش علوی ـ پررنگ‌تر شود تا پیام‌های دینی و اجتماعی درک عمیق‌تری بیابند.

منابع

- قرآن کریم.
- ابن‌ابی‌الحدید، عبدالحمید بن هبة الله (بی‌تا). *شرح نهج البلاغة*، تحقیق: محمد ابوالفضل ابراهیم، قم: مکتبة آیة الله العظمی المرعشي النجفي (ره).
- امیرکاوه، سعید، و اسلامی، شعیب (۱۳۹۵). روش اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه. *پژوهش‌های اجتماعی اسلامی*، شماره ۳، ۱۷۵-۲۱۴
- بینگر، اتولر (۱۳۷۶). *ارتباطات اقناعی*. رستمی، علی. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- جبل، محمدحسن (۲۰۱۰). *المعجم الاشتقاقی المؤصل لألفاظ القرآن الکریم*. قاهره: مکتبة الآداب.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۷۶). *ترجمه و تفسیر نهج‌البلاغه*. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- خراسانی، محمود (۱۳۹۹). *رهبر خرد*. قم: عصمت.
- دشتی، محمد (۱۳۷۹). *ترجمه نهج‌البلاغه*. قم: مشهور.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). *لغت‌نامه دهخدا*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲). *مفردات الفاظ القرآن*. چاپ اول. دارالشامیة: بیروت.
- زارعین، الهه (۱۳۹۱). *امیرالمؤمنین(ع) و جنگ نرم در دوران خلافت*. استاد راهنما: محمدحسین رجبی دوانی. دانشکده علوم حدیث.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۳). اقناع غایت ارتباطات. *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۳، ۹۳-۱۱۵.
- شهیدی، جعفر (۱۳۷۸). *ترجمه نهج‌البلاغه*. ۱ جلدی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- مفید، محمد بن محمد (بی تا). *الجمل*. ۱ جلدی، بی‌نا.
- صبحی، صالح (۱۴۱۴). *نهج‌البلاغه*. قم: موسسه دارالهجرة.
- صلح میرزایی، سعید (۱۴۰۱). *جهاد تبیین در اندیشه حضرت آیت الله خامنه‌ای (مدّظلّه العالی)*. چاپ بیست وسوّم. تهران: انتشارات انقلاب اسلامی.
- طبری، محمدبن جریر بن یزید (۱۳۶۲). *تاریخ طبری*. چاپ دوم. تهران: انتشارات اساطیر.
- عمید، حسن.(۱۳۸۹). فرهنگ فارسی عمید. تهران: راه رشد.
- کرم‌پور، زهرا، حسومی، ولی‌الله، و خاکپور، حسین (۱۳۹۴). اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه، *فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه*، شماره ۹، ۲۸-۵۳.
- کرم‌علی گرزانی، نورالدین (۱۳۹۸). *شگردهای باورپذیری و شیوه امام علی(ع) برای اقناع کردن مخاطب در خطبه‌های نهج‌البلاغه*. استاد راهنما: دکتر علی‌اکبر احمدی. دانشگاه پیام نور مرکز کرمانشاه.
- کریمی، علیرضا (۱۴۰۱). *رویکردهای زیبا شناختی و تأثیر آن در اقناع مخاطب در خطبه‌های ۲۲۱، ۱۹۲ و ۲۲۴ نهج‌البلاغه*. استاد راهنما: دکتر محمدرضا اسلامی. دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.
- گیل، دیوید، و ادمز، بریجت (۱۳۸۴). *الفبای ارتباطات*. ترجمه رامین کریمیان، مهران مهاجر، محمد نبوی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۴.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۵). *پیام امام امیرالمؤمنین علیه السلام*. تهران: دار الکتب الإسلامیة.

- موسوی، عباس علی (۱۴۱۸). *شرح نهج البلاغة*. بیروت: دار الرسول الأکرم.
- مرکز رشد و توانمندسازی فرهنگی (۱۴۰۲). *اقناع و همراه‌سازی*.
- هاشمی خوئی، سید حبیب‌الله (۱۴۰۰). *منهاج البراعة فی شرح نهج البلاغة*. تهران: مکتبة الإسلامیة.