



A Rhetorical Analysis of Figurative Images in Nasir Khusraw's Odes

Fatemeh Sadat Taheri¹

Assistant Professor of Persian Language and Literature, Kashan University, Kashan, Iran

Received: 2022/10/7 | Accepted: 2022/11/3

Abstract

This article discusses the persuasive function of literary figures in Nasir-i-Khusraw's odes. Among the factors influencing the communication process, the emphasis on the message creates poetic and literary role of the language; therefore, some poets such as Nasir-i-Khusraw use poetry to convey their message and thought. Nasir-i-Khusraw poetry is an attempt to persuade his audience by explaining his rational facts and his religious beliefs. The present article uses a descriptive-analytical approach, to answer this fundamental question, that if, according to the scholars, Nasir-i-Khusraw used the language of poetry to communicate with the audience and convey his thoughts what would be his purpose of abundant use of a variety of literary figures in his odes? The article seeks to prove that Nasir-i-Khusraw is using various literary figures, especially verbal figures, such as repetitions, allusion to Quran and Hadith, adaptation, contradiction, tangible similes and understandable metaphors looks for persuading his audience and for reinforcing and completing its message and not to seek to adorn his poetry.

Keywords: Rhetoric, Persuasion, Nasir Khusraw, Odes, Figurative Images.

¹ Email: taheri@kashanu.ac.ir





تحلیل رتوریکی صناعات ادبی در قصاید ناصر خسرو

فاطمه سادات طاهری^۱

استادیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۵ | تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۲

چکیده

مقاله حاضر نقش رتوریکی صناعات ادبی در قصاید ناصر خسرو را بررسی می‌کند. از میان عوامل مؤثر بر فرایند ارتباط، تأکید بر پیام موجب ایجاد نقش شعری و ادبی زبان می‌شود؛ از این رو گاهی برخی از شاعران برای انتقال پیام و اندیشه خود از زبان شعر استفاده می‌کنند؛ چنانکه ناصر خسرو با تبیین حقایق عقلی و اعتقادات مذهبی خود در قصاید خطابه‌مانند خویش، در پی انتقال پیام و اقناع مخاطب است. نگارنده با رویکردی توصیفی-تحلیلی مبتنی بر قصاید ناصر خسرو می‌کوشد با پاسخ دادن به این پرسش بنیادی که اگر طبق نظر صاحب‌نظران، ناصر خسرو برای ایجاد ارتباط با مخاطب و اقناع انتقال اندیشه‌های خویش، زبان شعر را به کار گرفته، کاربرد فراوان بعضی از صناعات ادبی در اقناع مخاطب ناصر خسرو چه نقشی دارند و شاعر برای رسیدن به این هدف از چه آرایه‌هایی استفاده کرده است؟ ناصر خسرو با به کارگیری انواع آرایه‌های ادبی، به‌ویژه اقسام تکرار، تلمیح به آیات و روایات، اقتباس، تضاد، تشبیه‌های متعدد محسوس به محسوس و استعاره‌های زودیاب مبتنی بر تشبیه‌های بلیغ مصراع یا بیت قبل از خود به اقناع مخاطب و تقویت و تکمیل پیام‌رسانی خویش می‌اندیشد نه آرایش و زیبایی اشعارش؛ حتی می‌توان گفت اهمیت پیام و اقناع مخاطب، خود مایه دشواری زبان، جابه‌جایی‌های نحوی، سنگینی وزن و کاربرد آرایه‌های ادبی در شعر ناصر خسرو شده است.

واژه‌های کلیدی: رتوریک، اقناع، ناصر خسرو، قصیده، صناعات ادبی.

¹ Email: taheri@kashanu.ac.ir



۱. مقدمه

شعر ناصر خسرو بیشتر از نظر محتوا مورد توجه قرار گرفته و مهمترین مشخصه شعری وی محتوای مذهبی و اخلاقی آن است که با موعظه، حکمت و فلسفه درهم آمیخته و با زبانی انتقادی و شیوه‌ای اعتراض‌گونه به هدف اصلاح جامعه روزگار شاعر سروده شده است؛ همین اهمیت موضوع تا اندازه‌ای موجب مغفول واقع شدن هنر شاعری ناصر خسرو شده است؛ در حالی که وی کوشیده این مضامین دشوار و گاه ناهموار را در لباس شعر و آراسته به صناعات ادبی جلوه دهد تا سخنان از جان برآمده‌اش بر دل خواننده بنشیند. ناصر خسرو با به کارگیری پی در پی و به جای آرایه‌های لفظی و معنوی، استشهاد فراوان به آیات و روایات و با توسل به فنون بیان بویژه تشبیه از بسیاری از شاعران همعصر خود پیشی گرفته است؛ با این تفاوت که او آرایه‌های ادبی را به هدف جلب توجه مخاطب، جذب و اقناع او به کار گرفته است و کاربرد تلمیح، اقتباس و تضمین‌های قرآنی و روایی و مبارز طلبی‌ها و اظهار همدلی و صمیمیت با مخاطب نیز در بردارنده استشهاد و استدلال‌های وی برای اثبات اعتقادات اوست.

پژوهش حاضر به شیوه توصیفی-تحلیلی از بین تمام گونه‌های ارتباط، ارتباطات کلامی را - که علائم و نمادهای زبانی آن به شکل نوشتاری است - با تکیه بر آرایه‌های ادبی موجود در قصاید ناصر خسرو به عنوان یکی از پشتوانه‌های ادب خطابی فارسی، بررسی می‌کند. نگارنده به دلیل تعدد قصاید ناصر خسرو از یک سو و فراوانی ابیات آنها از سوی دیگر، تنها کارکرد بلاغی اقناع را که نتیجه به کارگیری آرایه‌های ادبی در قصاید ناصر خسرو است، بررسی می‌کند و جنبه محتوایی و دیگر جنبه‌های اقناعی آن را مد نظر قرار نمی‌دهد.

۱-۱. پیشینه پژوهش

از پژوهش‌های انجام شده درباره بررسی فرایند ارتباط و اقناع در ادب فارسی می‌توان به کتاب «تحلیل رتوریکی آثار ادبی» از ادوارد کوربت (۱۹۶۹) و مقاله‌های «درآمدی بر جایگاه فرایند اقناع در فن خطابه و مطالعات ادبی» از علی محمد مؤذنی و محمد احمدی (۱۳۹۳)، «ماهیت نقد رتوریکی و اهمیت آن در مطالعات ادبی» از محمد احمدی (۱۳۹۳) و

«بلاغت و گفتگوی متن» از تقی پورنامداریان (۱۳۸۰) اشاره کرد؛ اما دربارهٔ ویژگی‌های اقناعی و رتوریک آرایه‌های ادبی قصاید ناصر خسرو به‌عنوان یکی از شاعران بزرگ فارسی که به فنّ خطابه تسلط داشته و از آرایه‌های ادبی به هدف تقویت اقناع مخاطب خویش استفاده کرده، هنوز پژوهشی در قالب پایان‌نامه یا مقاله انجام نشده است.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲-۱. خطابه

اجزای اصلی تشکیل‌دهندهٔ خطابه را «عمود» و «اعوان» می‌نامند. عمود، استدلال‌های اقناع‌کنندهٔ مخاطب را که اصطلاحاً استدلال تثبیتی نامیده می‌شوند، دربرمی‌گیرد. اعوان، افعال و اقوال غیرتثبیتی را شامل می‌شود که مخاطب را برای پذیرش استدلال‌های تثبیتی آماده می‌کنند. اعوان به دو گونهٔ «استدراجات» و «شهادت» تقسیم می‌شوند که شیوه‌های هنری کمک‌کننده به اقناع مخاطب «استدراجات» و شیوه‌های غیرهنرمندانهٔ تقویت‌کنندهٔ استدلال‌های تثبیتی «شهادت» نامیده می‌شوند و شهادت به دو نوع «اقوال» و «احوال» تقسیم می‌شود. شهادت قول یعنی خطیب برای تأیید سخن خود مطالبی از قول دیگران مثلاً معصومان^(ع) نقل کند و شهادت حال بر حسب سخن یعنی خطیب سخنش را مثلاً با سوگند خوردن یا تحدی به‌گونه‌ای ادا کند که مقبول‌القول‌تر جلوه کند (حسینی، ۱۳۸۶: ۳۷۳-۳۶۸). خطیب می‌تواند از آرایه‌هایی مثل: سجع، واج‌آرایی، تشبیه، استعاره و... به شرط تناسب با درک مخاطب و کمک به درک بهتر مطلب بهره‌مند شود (همان: ۳۸۹-۳۶۲).

۲-۲. اقناع

«اقناع» مصدر عربی بر باب «افعال» به معنای تشویق، تحریک، اجبار، متقاعدسازی عقیده از روی اطمینان است (آذرنوش: ذیل مدخل قنع). اقناع در فارسی به معنای راضی کردن (دهخدا: ذیل مدخل) و معادل انگلیسی آن Persuasion به معنای مجاب کردن دیگران است (آکسفورد: ذیل مدخل). ارتباط اقناعی، تلاشی فعال و آگاهانه به هدف تغییر دادن باور، نگرش و رفتار انسان‌هاست (فتح‌الهی و کاملی، ۱۳۹۴: ۷۸)؛ از این رو بسامد و

کاربرد این اصطلاح در علوم ارتباطات، جامعه‌شناسی، تبلیغات و روانشناسی اجتماعی بسیار است و صاحب‌نظران این حوزه‌ها، اقناع را به معنای «بستگی، پذیرش و اشباع» و دستیابی به رضایت و نیز روشی برای نفوذ بر ذهن افرادی خاص و راضی نمودن اشخاص دانسته‌اند (متولی، ۱۳۸۴: ۱۴۹)؛ پس به‌طور کلی، اقناع نوعی فرایند ارتباطی با هدف نفوذ در گیرنده است (مرادی، ۱۳۸۴: ۲۱) که می‌تواند با دو کارکرد اجبار و تحمیل موضوعی به مخاطب و آگاهی‌بخشی و هدایت افراد به کار گرفته شود (امیرکاوه و اسلامی، ۱۳۹۵: ۱۷۷)؛ بنابراین، هدف از اقناع، نفوذ در ذهن مخاطب و سلطه بر اندیشه اوست که می‌تواند بار معنایی مثبت یا منفی داشته باشد (متولی، ۱۳۸۴: ۶۹).

به‌طور کلی، اقناع به دو گونه علمی و بلاغی انجام می‌شود. اقناع بلاغی - که با دلیل و برهان ثابت نمی‌شود، بلکه تشویق و برانگیختگی را در برمی‌گیرد - در ادبیات به کار می‌رود (احمدی، ۱۳۹۴: ۳۴۲). در واقع، اقناع بلاغی در نقد رتوریک که اغلب در متونی با هدف تعلیم و هدایت مخاطب انجام می‌شود، قابل بررسی است.

۲-۳. نقد رتوریکی

اصطلاح رتوریک (Rhetoric) به معنای خطابه، اولین بار در رساله گورگیاس (Gorgias) افلاطون به کار رفته است اما به دلیل توجه بسیار نظریه‌پردازان به مباحث زیبایی‌شناسی و صنایع بدیعی به تدریج معنای بلاغت گرفت و از قرن بیستم به مفهوم دیدگاهی کلاسیک درباره ارتباطات انسانی به کار می‌رود. امروزه رتوریک، فرایندی است که انسان‌ها برای برقراری ارتباط با یکدیگر از سمبل استفاده می‌کنند (همان، ۱۳۹۷: ۱۸-۱۷).

با گسترش معنای رتوریک، رویکردی انتقادی با نام نقد رتوریکی (Rhetorical criticism) یا نقد ارتباطات (Communication criticism) پدید آمد (همان: ۱۸). عده‌ای نقد رتوریکی را تنها قادر به بررسی خطابه‌ها و موعظه‌ها می‌دانند اما در مقابل عده‌ای دیگر معتقدند همه انواع کلام را بررسی می‌کند (قهرمانی و حسینی، ۱۳۹۶: ۱۲۶). نقد رتوریکی به عنوان یک جریان انتقادی، تمام کنش‌های ارتباطات انسانی را ارزیابی می‌کند و به بررسی متنی خاص یا ژانری خاص منحصر نمی‌شود؛ در واقع، تمامی اشکال ارتباط اعم از: خطابه، مقاله، مکالمه،

شعر، رمان، داستان، برنامه تلویزیونی، فیلم، هنر، معماری، بازی، موسیقی و... را می‌توان از منظر نقد رتوریک تحلیل کرد و به کمک آن می‌توان زوایای تازه‌ای از شیوه‌های ارتباطات انسانی را کشف کرد (احمدی، ۱۳۹۷: ۱۹-۱۷).

فهم چگونگی کارکرد کلام برای ایجاد تغییر در فرستنده، گیرنده یا محیط ارتباط و اصلاح کلام اقناعی، اهداف نقد رتوریک هستند (مکاریک، ۱۳۸۵: ۳۷۰-۳۶۶). منتقدان رتوریک برای ارزیابی آثار ادبی و غیرادبی، انواع شیوه‌های اقناع مخاطب را به کار می‌گیرند (احمدی، ۱۳۹۶: ۷۳). آنها افزون بر تأکید بر پیوند خطابه و ادبیات به ماهیت اقناعی این دو فن نیز توجه ویژه‌ای کردند و اساس کارشان را بر پایه اقناع نهادند (مکاریک، ۱۳۸۵: ۳۶۶-۳۴۴). به نظر پیروان نقد رتوریک، بالاترین سطح فرایند اقناع در آثار تعلیمی و کمترین اندازه آن در آثار غنایی دیده می‌شود (دیکسون، ۱۳۸۹: ۶۹).

مهمترین قدم در نقد رتوریک، تعیین ژانر خطابه است. ارسطو، خطابه را به سه نوع «مشاجرات»، «مشاورات» و «منافرات» تقسیم می‌کند. خطابه‌های مشاجراتی به هدف اجرای عدالت در دادگاه‌ها ایراد می‌شوند. خطابه‌های مشاوراتی به هدف تشویق یا تحذیر مخاطبان برای اتخاذ تصمیمی در آینده در مجامع عمومی ایراد می‌شوند و خطابه‌های منافراتی به هدف مدح یا ذم شخص یا چیزی در جشن‌ها و آیین‌های عمومی به هدف مدح یا ذم شخص یا چیزی ایراد می‌شوند (Aristotle, 2007: 1.3.1). به نقل از احمدی و پورنامداریان، ۱۳۹۶: ۱۳۸-۱۳۷).

مراحل نقد رتوریک عبارتند از: تعیین واحد رتوریک؛ شناخت واحد رتوریک؛ بررسی نظم و ترتیب مواد خام؛ بررسی سبک و صنایع بلاغی و ارزیابی هم‌زمان تمام یافته‌ها. مرحله چهارم نقد رتوریک به آرایه‌های بلاغی اختصاص دارد. «مطالعه کارکرد صنایع سبک‌ساز در تعیین موقعیت رتوریک مؤثر است و اینکه این صنایع چه رفتارهایی در مخاطبان برمی‌انگیزند و چگونه به تأثیری که نویسنده به دنبال آن است، کمک می‌کنند. هدف بررسی صنایع بلاغی آن است که نشان داده شود این صنایع در موقعیت رتوریک خود چگونه عمل می‌کنند» (همان: ۱۴۲-۱۴۱).

۲-۴. پیشینه اقناع و رابطه آن با ادبیات

ارتباط، فرایندی آگاهانه یا ناآگاهانه است که از طریق آن، احساسات و اندیشه‌ها به

شکل پیام‌های کلامی یا غیر کلامی، فهم مشترکی بین دو سوی ارتباط ایجاد می‌کنند (آذری، ۱۳۸۴: ۱۱۸). ارتباط‌های کلامی و نوشتاری، مهمترین گونه‌های ارتباط هستند (دادگران، ۱۳۹۱: ۲۹) که از طریق گفتار، نوشتار و یا حرکات فرستنده به گیرنده منتقل می‌شود (فرهنگی، ۱۳۷۳: ۶۱). گیرنده نیز به اندازه فرستنده در انتقال، شیوه و مجرای پیام اهمیت دارد (آذری، ۱۳۸۴: ۵۸)؛ از این رو، فرستنده همیشه متناسب با وضعیت گیرنده به انتقال پیام می‌پردازد تا بیشترین مشارکت فهمی انجام شود. شاعران به‌عنوان گروهی از اثرگذارترین فرستندگان نیز می‌کوشند از مجرای کلام و زبان ادبی به انتقال پیام به مخاطب و اقناع حداکثری بپردازند. در واقع، شاعران با استفاده از عناصر موسیقایی کلام و زبان خیالی به دنبال اقناع مخاطب‌اند (زرین کوب، ۱۳۸۹: ۵۶). اقناع با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی، غیر کلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً برای تغییر رفتار و وادار کردن آنها به عملی معین تحت تأثیر قرار می‌دهد (بینگر، ۱۳۶۷: ۱۰).

ارسطو برای اولین بار در فنّ خطابه خویش، اقناع شاعرانه را مطرح کرد. از نظر او خطابه از تمام ابزار زبانی برای اقناع مخاطب استفاده می‌کند؛ پس به نظر وی، مهمترین هدف از کاربرد آرایه‌های ادبی نیز اقناع مخاطب است (احمدی، ۱۳۹۳: ۱۰۰-۹۶).

برخی از صاحب‌نظران، خطابه (رتوریک) را مترادف با ارتباط یعنی استفاده از تمام امکانات برای اقناع مخاطب می‌دانند (آذری، ۱۳۸۴: ۳۳) برخی سخن مخیل اقناعی را موضوع رتوریک می‌دانند که در این رویکرد، هدف آثار ادبی، تحت تأثیر قرار دادن مخاطب با استفاده از صنایع اقناعی است (احمدی، ۱۳۹۳: ۵۲). لذا آثار ادبی از بهترین راه‌های اقناع مخاطب هستند و از بین آنها، «شعر» به دلیل تبیین مفهوم مورد نظر شاعر از راه کلام تخیلی، در اقناع مخاطب قوی‌تر است. شعر با برخورداری از عناصر «وزن»، «لحن الفاظ شعر» و «کلام خیالی» باعث افزایش تأثیر کلام گوینده می‌شود؛ چون از طریق این عناصر می‌توان در مخاطب هیجان، لذت و حزن را برانگیخت، او را نصیحت کرد و یا با مدح بزرگان و هجای دشمنان، مخاطب را به تأیید و نکوهش ایشان واداشت (حسینی، ۱۳۸۶: ۳۹۳). سیسرون می‌گوید شاعر در انتخاب کلمات، به کارگیری واژه‌های مهجور و آرایه‌هایی

مانند استعاره، آزادی بیشتری دارد و در استفاده از دیگر انواع آرایه‌ها، هم‌ردیف خطیب است (دیکسون، ۱۳۸۹: ۶۱).

اوضاع سیاسی و اجتماعی، میراث ادبی و فرهنگی، فرستنده پیام و گیرنده یا مخاطب، عوامل حاکم بر تولید و قرائت متن‌اند؛ بدین ترتیب سرشت معنایی شعر، گروه مخاطبان و شیوه بیان شعر را از طریق متن و گفتگوی مخاطب با شاعر یا متکلم می‌توان تعیین کرد (پورنامداریان، ۱۳۸۰: ۱۷). اگر هدف نویسنده، اقناع مخاطب باشد، باید نوع رسانه و سرمایه ارتباطی، پیام و مختصات آن، محیط اجتماعی و خصوصیات مخاطبان و اقناع را در نظر داشته باشد (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۱۰۸)؛ از این رو ناصر خسرو به سبب شناخت جامعه و مخاطب خویش، آگاهانه برای انتقال پیام خود که تعلیم اصول مذهبی و اخلاقی است، رسانه شعر را به‌عنوان یکی از مؤثرترین و پرمخاطب‌ترین رسانه‌های دوران خویش به کار می‌گیرد و در این راه از موازین منطقی و استدلال‌های فلسفی نیز کمک می‌گیرد تا به اقناع مخاطب دست یابد و باورهای خود را به آنها منتقل کند؛ پس بررسی عناصر اقناعی کلام در شعر وی می‌تواند این جنبه از هنر شاعری وی را نیز آشکار کند.

۳. ناصر خسرو و تحلیل رتوریک صناعات ادبی در قصاید وی

چون ناصر خسرو شعر و زبان ادبی را به‌عنوان ابزاری برای عرضه تعالیم مذهبی، حکمی، فلسفی و اخلاقی خویش به کار گرفته است، پس می‌توان برای اشعار وی عنوان خطابه (رتوریک) مشاوراتی را در نظر گرفت.

۳-۱. کارکردهای زبان

در ارتباطات کلامی، زبان به‌عنوان یکی از ابزارهای رمزگذاری پیام و ارائه نمادهای قراردادی، مهمترین عامل ایجاد ارتباط است. زبان، کارکردهای متعددی در ایجاد ارتباط دارد که مهمترین آنها زبان عاطفی، زبان سازنده، زبان ادراکی، زبان معنایی و زبان مشخص‌گر هستند (فرهنگی، ۱۳۷۳: ۱۷-۱۵). به عقیده یاکوبسن در هر ارتباط زبانی وجود فرستنده، گیرنده، زمینه، رمزگان و مجرای ارتباط ضروری است. تأکید بر هر یک از آنها

به ترتیب نقش‌های عاطفی، ترغیبی، شعری و ادبی، ارجاعی، فرازبانی و همدلی را ایجاد می‌کند؛ چنانکه اشاره شد، نقش شعری زبان، نتیجه تأکید گوینده بر پیام است؛ از این رو در اشعاری که به سبب تأکید بر پیام، نقش شعری و ادبی تقویت می‌شود، با وجود برجستگی زبان شاید زبان اثرگذاری چندانی نداشته باشد (پورنامداریان، ۱۳۸۶: ۲۱-۲۰).

ناصر خسرو برای تبیین اندیشه‌های خویش، زبان صریح و مستقیم «ادراکی» را که هدف اصلی آن، نقل و انتقال اطلاعات است، به کار می‌گیرد. وی افکار و باورهای خویش را آشکارا و مستقیم و در عین حال با زبانی ساده و استوار و خالی از پیچیدگی‌های معنوی حاصل از شیوه‌هایی نظیر: کاربردهای مجازی کلام، استعاره‌های کم کاربرد، ایهام و... بیان می‌کند. ناصر خسرو، زبان فصیح کهن خراسانی یعنی زبان همان مخاطبانی را که می‌خواهد آنها را برای پذیرش تعالیم مذهبی و اخلاقی و باورهای خویش قانع کند، برمی‌گزیند و این زبان مشترک، موجب همدلی و اقناع آنها می‌شود. واژه‌های کهن و کمیاب و تقدیم و تأخرهای دستوری، اوزان ثقیل عروضی و تأکید شاعر بر نقش شعری و ادبی زبان به هدف انتقال اندیشه خویش به مخاطب موجب شده زبان شاعر برجستگی و تشخیص چندانی نداشته باشد؛ بنابراین انتخاب زبان باشکوه و فخیم و در عین حال ساده، استوار و متناسب با مخاطب، درک بهتر متن و در نتیجه پذیرش پیام را به دنبال دارد.

۲-۳. قالب و اوزان شعری

ناصر خسرو از بین قالب‌های شعری فارسی، قالب قصیده را انتخاب کرده است. قصیده از «قصده» مشتق شده و به معنای روی نهادن به چیزی و جایی است (همایی، ۱۳۷۰: ۱۸۰). قصیده از استوارترین و فخیم‌ترین قالب‌های شعری است و بیش از دیگر قالب‌ها با ساخت و محتوای خطابه تناسب دارد. رشته عواطف و اندیشه‌های ناصر خسرو، آن قدر قوی است که هر قصیده او خطابه‌ای بلند است و این پیوستگی و ارتباط عاطفی و ذهنی در شعر دیگران وجود ندارد (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۵۵۲-۵۵۱).

غیر از تعداد قابل توجهی از قصاید ناصر خسرو که مقتضب یا بدون مقدمه است، قصاید غیرمقتضب وی با مقدمه‌ای در توصیف طبیعت آغاز می‌شود. این توصیفات علاوه

بر اینکه به منزله مقدمه خطاب، آماده‌کننده ذهن مخاطب برای مضمون اصلی‌اند، خود نیز در بردارنده پیام‌های شاعرند و به کمک آنها نادرستی عقاید مرسوم در روزگار او مطرح می‌شود. شاعر در تنه اصلی قصاید موضوع مورد نظر خود را تبیین می‌کند و در بیت پایانی، نام شعری خویش (حجت، حجت خراسان و حجت مستنصر) را به عنوان خاتمه خطاب می‌آورد. توجه به این ساختار دقیقاً خطابه‌ای استوار را به ذهن مخاطب متبادر می‌کند که استدلال‌ها و برهان‌های منطقی و فلسفی موجود در محتوا نیز این تداعی را تقویت می‌کند. از آنجا که انتخاب وزن مناسب برای شعر، یکی از جنبه‌هایی است که در رساندن مفهوم و انتقال اندیشه و احساس شاعر بسیار مؤثر است، کاربرد اوزان و بحرهای سنگین عروضی نیز از جنبه‌های اقناعی شعر ناصر خسرو است؛ بدین معنا که او، زبان شعر و وزن و قافیه را فقط برای تبیین اغراضش در نظر گرفته که این قدرت‌نمایی خود در متقاعد کردن خواننده بسیار مؤثر است.

۳-۳. فنون و صناعات ادبی و اقناع مخاطب

چون اقناع، امری ذهنی است که با عقاید قالبی و نگرش انسان‌ها ارتباط دارد (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۹۶) و «با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی، غیر کلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً برای تغییر رفتار و وادار کردن آن‌ها به عملی معین تحت تأثیر قرار می‌دهد» (بینگر، ۱۳۶۷: ۱۰)؛ برخی از سخنوران از مفهوم دوم بلاغت یعنی به کارگیری فنون بیان و صناعات ادبی برای دستیابی به درک درست مخاطب و انگیزش و اقناع وی استفاده می‌کنند (زرین کوب، ۱۳۸۹: ۵۶). اکثر این شاعران و نویسندگان به منظور اثرگذاری بیشتر بر مخاطب و برانگیختن وی برای پذیرش سخنان خود، فنون و صناعات ادبی مثل تشبیه، استعاره، کنایه و تمثیل را به کار می‌گیرند تا علاوه بر آراستن کلام، موجب درک سریع‌تر، درست‌تر و ماندگارتر مخاطب شوند.

با مطالعه ویژگی‌های ادبی شعر ناصر خسرو، مشخص می‌شود اگرچه انتقال محتوا بر ساختار شعری در شعر او غلبه دارد اما وی از جنبه توجه به زیبایی‌های ادبی به ویژه کاربرد آرایه‌های لفظی و فنون بیان هم غافل نبوده است تا جایی که این شاعر مضمون‌گرای سبک

خراسانی، اکثر آرایه‌های لفظی و معنوی را که پس از وی در شعر سبک عراقی رواج یافته، با بسامد بالا و قدرتمندانه به کار گرفته است.

۳-۱-۳. توصیف

توصیف دقیق، از رایج‌ترین شیوه‌های انتقال صحیح موضوع به مخاطب است؛ به گونه‌ای که هرچه توصیف دقیق‌تر و هنری‌تر باشد، افزون بر فضا سازی مناسب برای درک مخاطب، موجب ایجاد ارتباط بین او و صاحب اثر و در نتیجه اثرگذاری بر مخاطب و اقناع وی می‌شود. شاعران به این دلیل در توصیف‌های خود از تصاویر ادبی استفاده می‌کنند. وقتی شاعر موضوعی را توصیف می‌کند، به هدف ترغیب مخاطب و برانگیختن احساسات او، تصاویر ادبی را به کار می‌گیرد و به کارگیری تصویر در وصف این موارد به هدف ایضاح معنی است (پورنامداریان، ۱۳۸۶: ۳۰-۲۸)؛ این نوع توصیف‌ها در اقناع خواننده و پذیرش او اثرگذارند.

شاعر از طریق تصرفات بیانی و مجازی از قبیل: تشبیه، استعاره، اسناد مجازی، کنایه و... (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۱۰)، توصیف‌هایی مبتنی بر تصویرهای ادبی می‌آفریند و خواننده را متأثر می‌کند. تصویرسازی - که مشخصه ذهن خلاق شاعر است - از ویژگی‌های شعر ناصر خسرو است؛ هرچند اندیشه‌های بلند و جلوه‌های تعقل و حکمت در شعر او مانع جلوه‌گری کامل صورخیال می‌شود (همان، ۱۳۷۵: ۵۵۲-۵۵۱). این کاربرد هنری زبان که حاصل تصرفات خیال در زبان شاعر است، در نوع خود تازگی‌های بسیاری دارد. بیشتر توصیف‌های ناصر خسرو به شیوه‌ای بدیع و احساسی بیان شده است؛ به گونه‌ای که می‌توان آنها را به‌ویژه در محور عمودی شعر وی چون تابلوی نقاشی تجسم کرد؛ از جمله توصیفات مبتنی بر تصاویر تشبیهی که برای تبیین اهمیت تأویل در فهم قرآن می‌گوید:

دریای سخن‌ها سخن خدای است	پر گوهر با قیمت و پر لؤلؤء لالا
شور است چو دریا به مثل صورت تنزیل	تأویل چو لؤلؤست سوی مردم دانا
اندر بن دریاست همه گوهر و لؤلؤ	غواص طلب‌کن، چه دوی بر لب دریا؟
اندر بن شوراب ز بهر چه نهاده است	چندین گهر و لؤلؤ، دارنده دنیا؟
از بهر پیمبر که بدین صنع ورا گفت:	«تأویل به دانا ده و تنزیل به غوغا»

غواص تو را جز گل و شورابه نداده‌است زیرا که ندیده‌است ز تو جز که معادا
معنی طلب از ظاهر تنزیل چو مردم خرسند مشو همچو خر از قول به آوا
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۵)

یا برای روشن کردن خطرات و فریبندگی دنیا، توصیف‌هایی مبتنی بر تصاویر شعری می‌آورد تا با برانگیختن احساسات مخاطب، او را به پذیرش سخنان شاعر ترغیب کند:

ایدون گمان بری که گرفته‌ستی	در بر به مهر، خوب یکی دلبر
و آگاه نیستی که یکی افعی	داری گرفته تنگ و خوش اندر بر
گر خویشان کشی ز جهان، ورنی	بر تو به کینه او بکشد خنجر...
زین بی‌وفا، وفا چه طمع داری؟	چون دردمی به بیخته خاکستر؟
با طبع ساز باشد، پنداری	شیری است تازه، پخته و پر شکر
لیکن چو کرد قصد جفا، پیشش	خاقان خطر ندارد و نه قیصر
گاهی عروس‌وارت پیش آید	با گوشوار و یاره و با افسر
با صد کرشمه بستر از رویت	با شرم گرد به آستی و معجر
گاهی هزبروار برون آید	با خشم عمرو و با شغب عنتر
دیوانه‌وار راست کند ناگه	خنجر به سوی سینه‌ت و زی خنجر...

(همان: ۴۶)

تصویر به‌عنوان «جوهره اساسی شعر» می‌تواند مخاطب را به پیام‌های مورد نظر شاعر و دنیای ذهن او راهنمایی کند؛ پس به دلیل برتری زبان مجازی بر زبان حقیقی، در واقع تصاویر مجازی، جانشین حقایق زبانی موجود در ذهن و اندیشه شاعر هستند (فتوحی، ۱۳۹۳: ۴۵)؛ بنابراین، تصاویر متعدد شعر ناصر خسرو نیز در واقع بیانگر اندیشه‌ها و باورهای اعتقادی اوست که تبیین آنها در قالب تصاویر شعری، موجب تأمل در اندیشه‌ها و ذهنیات شاعر می‌شود (همان: ۴۴). این تصاویر با تأکید بر پیام‌های مورد نظر شاعر و تجسم بخشیدن به تجربیات وی در اقناع مخاطب بسیار اثر گذارند.

۳-۳-۲. تشبیه

همان‌طور که در قرآن کریم و روایات به‌هدف درک آسان‌تر مخاطب، تشبیه‌ها، تمثیل‌ها و ارسال‌المثل‌های فراوانی وجود دارد که افزون بر جذابیت بخشی متن، روشنگر راه خواننده نیز هستند (علوی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۵)، ادبا برای اثرگذاری بر مخاطب و ترغیب وی به پذیرش سخنان خود از صناعات هنری به‌ویژه تشبیه استفاده می‌کنند. مهمترین وظیفه تصویر به‌ویژه در شعر عصر غزنوی و سلجوقی، روشنگری و تأکید معناست که از میان فنون تصویرآفرینی ادبی، تمثیل و تشبیه در این زمینه کاربرد بیشتری دارند (فتوحی، ۱۳۹۳: ۵۵). ناصر خسرو انواع مختلف تشبیه مانند: تشبیه‌های صریح، مرکب، تفضیل، بلیغ، جمع، ملفوف و مفروق را برای تبیین بهتر مضامین شعری و اثرگذاری بیشتر بر مخاطب و اقتناع وی به‌ویژه در تغزل‌های قصایدش، با بسامد بالا به کار می‌برد:

بررس نیکو به شعر حکمت حجت زانکه بلند و قوی است چون گه قارن
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۱۷۰)

سخن چون زر پخته بی‌خیانت گردد و صافی چو او را خاطر دانا به اندیشه فروساید
(همان: ۳۹)

ناصر خسرو در بیت اول آشکارا اشعار حکیمانه خود را در استواری و بلندمرتبگی به کوه قارن و در بیت دوم سخن دانایان را در خلوص به طلای خالص تشبیه می‌کند تا تشبیه‌هایی صریح او مخاطب را بیشتر تحت تأثیر قرار دهد.

گاهی نیز با برقراری شباهت بین دو حالت و موقعیت، تشبیه مرکب می‌آفریند تا مخاطب درک دقیق‌تری از موضوع به‌دست آورد؛ چنانکه در مثال‌های ذیل یکبار ناشناخته بودن نیکوکاران در میان بدکاران را به پنهان بودن خرما در میان خار و بار دیگر سخنی را که بدان عمل نمی‌شود به سکه‌ای مطلاً تشبیه می‌کند که ظاهری ارزشمند و باطنی بی‌ارزش دارد:

نهان اندر بدان نیکان چنانند که خرما در میان خار بسیار

(همان: ۱۷)

و گر گفتار بی‌کردار داری چو زران‌دوده دیناری به دیدار
(همان: ۸۱)

گاهی نیز ابتدا تشبیهی خلق می‌کند اما خیلی زود منصرف می‌شود و با ترجیح مشبه بر مشبه‌به، تشبیه تفضیل می‌آفریند:

یکی دیبا طرازیدم نگاریده به حکمت‌ها که هرگز تا ابد ناید چنین از روم دیبایی
درختی ساختم مانند طوبی خرم و زیبا که هر لفظیش دیناری است و هر معیش خرمائی
(همان: ۴۷۹)

بدی، مار گرزه است از دور باش که بد بتر از مار گرزه گزند
(همان: ۲۷۳)

چون در تشبیه تفضیل، شاعر با برتری دادن مشبه بر مشبه‌به و تقویت مشبه، بر انتقال مقصود خویش بیشتر تأکید می‌کند، تأکید پیام چند برابر بیشتر از دیگر انواع تشبیه است. ناصر خسرو نیز با این شیوه بیانی، اشعار خود را که در آغاز به دیبای رومی و درخت طوبی تشبیه کرده، به سبب حکمت‌آمیز بودن و ارزشمندی الفاظ و معانی بر آن دو برتری می‌دهد و در بیت پایانی آسیب‌همنشینی با بدکاران را بیشتر از نیش مار می‌نماید.

تشبیه بلیغ که از دو واقعیت جداگانه متناسب ساخته شده، ساده‌ترین گونه تصویری است (فتوحی، ۱۳۹۳: ۵۶) که در شعر ناصر خسرو بسامد بالایی دارد. از آنجا که «تشبیه عینیت بخشیدن به دو چیزی است که غیریت دارند» (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۶۶) و ادات تشبیه، ابزاری است که از احساس وحدت بین مشبه و مشبه‌به می‌کاهد و استقلال وجودی آنها را مشخص می‌کند، پس هر تشبیهی مانند تشبیه بلیغ که ادات آن محذوف باشد برای مخاطب لذت‌بخش‌تر است و به اقناع وی کمک می‌کند.

تشبیه بلیغ در شعر ناصر خسرو برجستگی خاصی دارد و شیوه کاربرد آن، یکی از شگردهای خاص اوست؛ زیرا شاعر اغلب، تشبیهات بلیغ اسنادی خود را در مصراع بعد با حذف مشبه، به استعاره‌ای زیبا و آشنا تبدیل می‌کند که این امر نشانه شناخت عمیق وی از مخاطبی است که اولاً هنوز به استعاره خو نگرفته و ثانیاً استعاره‌های او که مانند دیگر

آرایه‌های شعری وی به منظور افادهٔ فایدهٔ اقناعی آورده است، خود موجب دشواری شعر و عدم فهم مخاطب نشود:

تو را خط، قید علوم است و خاطر چو زنجیر مر مرکب لشکری را
تو با قید بی‌اسب پیش سواران نباشی سزا جز همی چاکری را
(همان: ۱۴۳)

مار خفته است این جهان زو بگذرد و با او مشور تا نیازارد ترا این مار چون بیدار نیست
(همان: ۳۱۱)

این جهان راه است و ماراهی و مرکب خوی ماست رنجه گردد هر که از ما مرکبش رهوار نیست
(همان: ۳۱۲)

شاعر در بیت اول مهارت نوشتن و حافظه را بدون ذکر ادات تشبیه و وجه شبه به قید و زنجیری که دانش و اسب را نگه می‌دارد، تشبیه می‌کند؛ در حالی که در بیت دوم به شیوهٔ استعاره، فقط واژهٔ «قید» را می‌آورد؛ همچنین در شاهد مثال دوم و سوم به همین ترتیب جهان را به مار خفته و خوی آدمی را به مرکب تشبیه می‌کند و در مصراع‌های دوم ابیات هر دو را به صورت استعاره به کار می‌برد تا در ضمن روشن کردن مقصود خویش با ایجاد شباهت بین این عناصر و ابهام‌زدایی به اقناع خواننده کمک کند.

تشبیه بلیغ اضافی (اضافهٔ تشبیهی) از دیگر شگردهای هنری پر کاربرد ناصر خسرو برای اثرگذاری بر مخاطب است:

بزدای به عذر زنگ کینه جز عذر درخت کین که برکند
(همان: ۲۴)

وز شاخ دین شکوفهٔ دانش چن وز دشت علم سنبل طاعت چر
(همان: ۴۶)

دلت را زنگ بد کردن بخورده است به رندهٔ توبه زنگ از دل فرورند
(همان: ۱۸۴)

با تشبیه کینه به زنگار و درختی استوار و همچنین دین و دانش و علم و اطاعت الهی به ترتیب به شاخه، شکوفه، دشت و سنبل و برقراری شباهت بین بد کرداری و زنگار و توبه و رنده، پیام‌های شاعر درباره این پدیده‌های هستی به آسانی به خواننده منتقل می‌شود و این تصاویر در ماندگاری این مفاهیم در ذهن وی و پذیرش آنها مؤثر است.

گاهی ناصر خسرو برای شناساندن بهتر افراد یا عناصری، چند مشبّه‌به می‌آورد تا با به کارگیری تشبیه جمع، مخاطب پیام وی را زودتر پذیرد:

رئیسان و سران دین و دنیا را یکی بنگر که تا بینی همی گرگی همی یا بادپیمایی
(همان: ۴۷۸)

جهاناز آزمون سنجاب و از کردار پولادی به زیر نوش در نیشی و روی زهر بر قندی
(همان: ۳۳۳)

در این ابیات شاعر یک‌بار سران دین و دنیا داران را به گرگ و بعد به بادپیمایان گزافه‌کار و همچنین جهان را یک‌بار به سنجابی با موهای لطیف و بار دیگر به پولاد سخت، سپس به نیشی که زیر نوش مخفی است و قندی که روی زهر را پوشانده، تشبیه کرده و با آوردن چهار مشبّه‌به برای یک مشبه، به معرفی بیشتر و بهتر مشبه‌های خود و در نتیجه تأکید پیام خویش پرداخته تا مخاطب را بیشتر تحت تأثیر قرار دهد.

گاهی نیز ناصر خسرو با به کارگیری تشبیه‌های ملفوف و مفروق از راه برقراری رابطه شباهت بین چند عنصر در یک بیت، پیام خویش را بیشتر گسترش داده و تأکید کرده است:

تو را تنت خوشه است و پیری خزان خزان تو بر خوشهٔ تنت زد
(همان: ۲۷۴)

زمانه است آب این دریا و این اشخاص کشتی‌ها ندید این آب و کشتی را مگر هشیار بینایی
(همان: ۴۷۷)

طاعت پیش آر و علم جوی ازیراک طاعت و علم است بند و فند زمانه
(همان: ۳۸۲)

از پس دیوان دوی چون کودک رود و می است زلیبیا و لکانه
(همان: ۳۸۳)

از آنجا که برقراری شباهت بین مشبه و مشبه‌به در صورت تحقق شرط، موجب تقویت مضاعف شأن مشبه (ر.ک: فتوحی، ۱۳۹۳: ۹۲) و در نتیجه اثر پذیری بیشتر مخاطب می‌شود و همچنین به دلیل تبیین غیرمستقیم ادعای شاعر در این نوع تشبیه (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۷۲) پیام وی بیشتر تأکید می‌شود، گاهی ناصر خسرو از تشبیه مشروط هم استفاده می‌کند:

یکی دریاست این عالم پر از لولوی گوینده اگر پُر لولوی گویا کسی دیده است دریایی
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۴۷۷)

گر شنودی، ای برادر، گفتمت قولی تمام پاک و باقیمت که گوئی عنبر ساراستی
(همان: ۲۲۸)

ناصر خسرو در بیت اول دنیا را به دریایی پر از مروارید سخنگو تشبیه می‌کند؛ البته مشروط به اینکه کسی چنین دریایی را دیده باشد و در بیت بعد، به شرط اینکه کسی سخنان او را گوش کند، سخنانش را به عنبر خالص تشبیه می‌کند؛ بدین معنا که ارزش سخنان او، زمانی مشخص می‌شود که شنیده شوند.

۳-۳-۳. استعاره

گاهی هم ناصر خسرو با حذف یکی از طرفین تشبیه، استعاره آفرینی می‌کند. از آنجا که استعاره به تقویت معنا، تأکید بر معنا، مبالغه در معنا، گسترش معنا، ایجاز و نوسازی معنا و بیان معنای واحد به شکل‌های مختلف می‌پردازد (فتوحی، ۱۳۹۳: ۹۳)، پس به وضوح، ایجاز، پرهیز از رکاکت، بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی پیام سخنان و آراستگی کلام وی منجر می‌شود و به شاعر امکان می‌دهد تا یک معنا را در عبارات مختلف به شیوه‌ای نامکرر تکرار کند و با تقویت کلام و افزودن نفوذ و اثرگذاری آن بر مخاطب به اقتناع او کمک کند (همان: ۹۳).

ناصر خسرو، استعاره‌های مصرّحه و مکنیه را به فراوانی به کار گرفته که البته استعاره مصرّحه بسامد بیشتری دارد. استعاره‌های ناصر خسرو، زودیاب و متناسب فهم مخاطب است و چنانکه ذکر شد، شیوه شاعری وی در تبدیل تشبیه‌های بلیغ خود را به استعاره، موجب

آسانی استعاره‌های وی برای مخاطبی که قصد انتقال پیام خود به او و اقناع وی را دارد، می‌شود.

استعاره، به دلیل بازتاب دادن معانی بسیار در الفاظی اندک و گسترش معنا (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۱۱۲) و به سبب «تزاوج تصویرها» نیروی بیشتری در پیوند عناصر ناپیوسته دارد (همان: ۱۱۳). ناصر خسرو نیز از این فن به طور معتنا بهی استفاده کرده است:

ناید هگرز از این یله گویاره
جز درد و رنج عاقل بیچاره
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۲۹۷)

ای مسکین حجت خراسان
بر خوگ‌رمه مکن شبانی
(همان: ۳۴۴)

بل چو هزیمت شدم از پیش دیو
گفت مرا بختم از اینجا تعال
(همان: ۳۴۷)

در ابیات بالا واژه‌های «یله گویاره، خوگ‌رمه و دیو»، استعاره‌های مصرح‌های هستند که در عین اختصار و رعایت ایجاز، آشکارا در انتقال مفهوم پلیدی همعصران و حاکمان روزگار خود به شاعر کمک و اقناع خواننده را آسان‌تر می‌کنند؛ وضوح وجه‌شبه در استعاره‌های بالا و کشف آسان آن از محاسن استعاره است (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۱۲۲).

ناصر خسرو بیشتر استعاره‌های مکنیه خود را به صورت غیراضافی به کار برده و در موارد بسیاری از مشبه به انسانی (شخصیت‌بخشی) - که موجب حیات و پویایی توصیف‌های وی و اثرگذاری بیشتر آنها بر خواننده شده - استفاده کرده است (همان: ۱۵۰)؛ مثلاً در نمونه‌های ذیل با حذف مشبه و ذکر ویژگی‌های آن به شیوه‌ای زنده و پویا مقصود خود را تبیین کرده است:

بخواهد خورد مر پروردگان خویش را گیتی
نخواهد رستن از چنگال او سندی و نه هندی
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۳۳۳)

خوش خوش فروخواهد خوردنت روزگار
موش زمانه را تویی، ای بی‌خبر، پنیر
(همان: ۱۰۳)

او در ابیات ذیل هم با تشبیه غیرمستقیم حرص و نیازمندی به برده‌داری و نیکی به انسانی غمگین، مفاهیم مورد نظر خود را به صورت غیرمستقیم ارائه کرده:

ای رهی و بندهٔ آز و نیاز بوده به نادانی هفتاد سال
(همان: ۳۴۸)

باد فرومایگی وزید و از او صورت نیکی نژند و محزون شد
(همان: ۷۸)

چون شاعر در تشبیه به کمک یک امر محسوس، یک موضوع نامحسوس، خارق‌العاده، مبهم و ناشناخته را به مخاطب می‌شناساند (فتوحی، ۱۳۹۳: ۹۰)، ادعای وی برای مخاطب پذیرفتنی‌تر است (همان: ۹۲). ناصر خسرو که با به کارگیری فن تشبیه در پی ایضاح مقصود خویش و اقناع بیشتر مخاطب است، در بیشتر موارد، طرفین تشبیه حسی و گاهی عقلی به حسی را به کار می‌گیرد و چون تشبیه محسوس به محسوس به درک و اقناع مخاطب کمک می‌کند، تشبیه‌های محسوس به معقول در اشعار وی بسیار کم است:

جهان خار خشک است و دانش چو خرما تو از خار بگریز وز بار می‌خور
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۳۰۷)

یکی فرزندخواره پسه گره است، ای پسر، گیتی سزد گر با چنین مادر ز بار و بن نپوندی
(همان: ۳۳۳)

از آنجا که تشبیه موجب افزایش وضوح و تأکید معنا می‌شود؛ همانطور که ملاحظه شد گونه‌های مختلف تشبیه به هدف انتقال مؤثرتر پیام در شعر ناصر خسرو به کار رفته است.

۳-۳-۴. کنایه

به دلیل اثرگذاری کنایه بر رسایی سخن، اثبات مفهوم مورد نظر گوینده و تأکید پیام، در قصاید ناصر خسرو به‌ویژه در هجویاتش به عنوان یکی از مضامین رایج شعری او، قوی‌ترین راه القاء معانی مورد نظر شاعر است (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۱۴۸-۱۴۷). رواج کنایه در زبان مردم به‌عنوان مخاطبان اصلی شعر شاعر و شدت اثرگذاری آن بر مخاطب و در نتیجه اقناع او، از عوامل کاربرد بسیار کنایه در شعر ناصر خسرو است:

آب همی کوبی ای رفیق به هاون (قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۱۶۹)	گویی بهمان ز من مه است و نمرده است
سر خیره مپیچ در قزراگند (همان: ۲۴)	تدبیر مکن مباش عاجز
بیهوده مگو، چوب مپرتاب ز پهنا (همان: ۵)	چون تیر سخن راست کن آنگاه بگوش
چون دردمی به بیخته خاکستر؟ (همان: ۴۶)	زین بی وفا، وفا چه طمع داری؟

۳-۳-۵. تمثیل

یکی از محسوس‌ترین فواید تمثیل، تسهیل و تسریع درک است. مفاهیم معقول، گاه به اندازه‌ای ظریف و پیچیده‌اند که فقط از طریق تشبیه و تمثیل، قابل فهم و تفهیم هستند (نصیری، ۱۳۷۹: ۷۲). تمثیل از یک سو موجب تفهیم پیام شاعر به مخاطب و از سوی دیگر، قانع کردن مخاطب و در نتیجه باورپذیری سخن شاعر می‌شود و از این رو در شعر ناصر خسرو بسامد بالایی دارد:

گفتا ز که نالیم که از ماست که بر ماست (قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۵۲۴)	زی تیر نگه کرد و پر خویش بر او دید
گرفتاری به جهل اندر گرفتار (همان: ۱۸)	چه تازی خر به پیش تازی اسپان؟

۳-۳-۶. پارادوکس

بیان نقیضی (پارادوکس) از شیوه‌های برجسته‌سازی مفهوم و جذب بیشتر و بهتر مخاطب به پیام شاعر و در نتیجه اقناع اوست:

هم حاضرند و غایب و هم زهر و شگرند (همان: ۲۴۱)	هم عالم‌اند و آدم و هم دوزخ و بهشت
بی‌پر بر آشیانه علوی همی پرنند (همان: ۲۴۳)	بی‌بال در نشیمن سفلی گشاده پر

دریا بشنیدی که برون آید از آتش روبه بشنیدی که شود همچو غضنفر
(همان: ۵۱۳)

۳-۳-۷. لفّ و نشر

شاعر می‌تواند با به‌کارگیری لفّ و نشر و ایجاد ارتباط بین دو مصراع از طریق زیر پا گذاشتن قواعد همنشینی بین کلمات و ارتباط معنایی بین واژه‌ها و عبارات دو مصراع در محور افقی بیت، توجه مخاطب را بیشتر جلب و او را اقناع کند:

هرگز نکنید و ندهید از حسد و مکر نه آنچه بگویید و نه هرچ آن بنمایید
(همان: ۴۴۷)

مرکب شعر و هیون علم و ادب را طبع سخن سنج من عنان و مهار است
(همان: ۴۹)

۳-۳-۸. تنسیق الصفات

برشمردن بی‌درپی چند صفت برای یک موصوف، موجب حصول شناخت دقیق‌تر خواننده درباره‌ی موصوف و در نتیجه پذیرش آسان‌تر سخنان گوینده می‌شود. از طرفی، نظم خاص بین این صفات موجب موسیقی معنایی شعر و توجه خواننده به پیام شاعر و اقناع او می‌شود (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۳۱۲). از این رو این آرایه در شعر ناصر خسرو کاربرد بسیار دارد:

ای قبه‌گردنده بی‌روزنِ خضرا با قامت فرتوتی و با قوت برنا
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۴)

گویم چرا نشانه‌تیر زمانه کرد چرخ بلندِ جاهلِ بیداگر مرا
(همان: ۱۱)

۳-۳-۹. سیاقه‌الاعداد

سیاقه‌الاعداد یعنی آوردن چند اسم و نسبت‌دادن چیزی به آنها (همان) که هم‌ردیف هم قراردادن این عناصر به دقت خواننده و اقناع او کمک می‌کند:

اینست گوید کردگار ما همه چرخ و خاک و آب و باد و آذر است
(همان: ۳۳)

اصل نفع و ضرر و مایه خوب و زشت و خیر و شر نیست سوی مردم دانا در دو عالم جز بشر
(همان: ۱۷۳)

۳-۳-۱۰. التفات

التفات، یعنی شاعر در بین کلام ناگاه از یک شخص دستوری به شخصی دیگر یا از خطاب به غیبت یا برعکس تغییر مخاطب دهد (همایی، ۱۳۷۰: ۲۹۳). این تغییر مخاطب خود، یکی از شگردهای اقناعی خطابه‌هاست که به منظور جلب توجه بیشتر مخاطب انجام می‌شود:

مگر تخت سلیمان است کز دریا سحر گاهان نباشد زی گه و هامون مگر بر باد جولانش
چنین تیره چرایی ای مبارک تخت رخشنده همانا کز سلیمانت بدزدیدند دیوانش
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۲۳۱)

گشتن چرخ و زمانه جانوران را جمله کشنده است روز و شب سوی گشتن
ای بخرد با جهان مکن ستد و داد کو بستاند ز تو کلند به سوزن
(همان: ۱۶۹)

ایزد بر آسمانتم همی خواند تو خویشتن چرا فگنی در جر؟
(همان: ۴۶)

۳-۳-۱۱. تجاهل العارف

تجاهل العارف و التفات که در محور عمودی شعر تجلی می‌یابند، زیبایی بیان و کمال هنری شعر در قلمرو معنا و تخیل را می‌افزایند و خلاقیت شاعر در محور عمودی شعر را نشان می‌دهند (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۱۲۵):

من دگرم یا دگر شده است جهانم هست جهانم همان و من نه همانم
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۲۰۹)

قرآن، خوانِ معنی است هان ای قرآن خوان یکی میزبان کیست این شهره خوان را
(همان: ۱۱)

۳-۳-۱۲. تضاد

به حکم تعرف الأشياء بأضدادها، توجه به اضداد یک موضوع می‌تواند از آسان‌ترین

راه‌های شناخت آن باشد؛ چون مخاطب با مقایسه دو موضوع مخالف، برتری‌های یکی، نسبت به دیگری را بهتر می‌فهمد؛ از این رو کاربرد تضاد در متون اقناعی و قصاید ناصر خسرو نیز که به دنبال اقناع مخاطب است، فراوانی خاصی دارد:

ای کوفته مفازه بی‌باکی فربه شده به جسم و به جان لاغر
(همان: ۴۶)

نفع و ضرر و خیر و شر از کارهای مردم است پس تو چون بی‌نفع و خیری بل همه شری و ضرر
(همان: ۱۷۴)

ناصر خسرو با به کارگیری آرایه تضاد، پیام خود را آشکارتر می‌کند و در ضمن افزایش زیبایی اشعار خویش، تلاش ذهنی خواننده را نیز می‌افزاید و در نتیجه سخن خود را پذیرفتنی‌تر می‌کند.

۳-۳-۱۳. مراعات نظیر

در ادبیات کهن فارسی، سخن وقتی ارزش ادبی پیدا می‌کند که بین اجزای آن تناسب و تقارب باشد (همایی، ۱۳۷۰: ۲۵۹):

گاهی عروس‌وارت پیش آید با گوشواره و یاره و با افسر
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۴۶)

پراز حلقه شد زلفک مشک‌بیدش پراز در شهوار شد گوشوارش
(همان: ۳۳۵)

ناصر خسرو با برقرار کردن تناسب معنایی بین عناصر مرتبط، موجب کشف بیشتر پیام خود و درک صحیح‌تر خواننده می‌شود.

۳-۳-۱۴. تلمیح و اقتباس

استناد کردن به متون معتبر و اقوال بزرگان، یکی از بهترین راه‌ها برای جلب اعتماد مخاطب است که در این میان استشهاد و استناد به آیات قرآن و روایات به شیوه‌هایی مثل تضمین، تلمیح و اقتباس موثرتر است. اشاره ضمنی شاعر به اساطیر و داستان‌های معروف، زبانزدها، آیات و احادیث، آرایه تلمیح را می‌آفریند (فشارکی، ۱۳۷۹: ۱۴۴). با توجه به

هدف اصلی ناصر خسرو یعنی تبلیغ و نشر عقاید خود و به تناسب موضوع، تلمیح، به ویژه به آیات و احادیث در شعر وی بسامد بالایی دارد. وی با به کارگیری فراوان تلمیح‌های قرآنی، روایی و حتی اساطیری قصد دارد مخاطب را به پذیرش سخنان خویش فراخواند:

فوج علما فرقت اولاد رسولند و امروز شما دشمن و ضد علمایید
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۴۴۷)

مسکن تو عالمی است روشن و باقی نیست تو را عالم فرودین مسکن
(همان: ۱۶۹)

ناصر خسرو به دلیل اعتقاد به قداست قرآن و احادیث و صحت باورهای خود، تلمیح را غالباً به هدف استناد، استشهاد و تأیید سخن خویش به کار برده است:

ملک سلیمان اگر ببرد یکی دیو با سپهی دیو من چه کرد توانم
(همان: ۲۱۰)

چون روی منیره شد گل سوری سوسن به مثل چو خنجر بیژن
(همان: ۳۵)

اشاره به دانسته‌های تاریخی، فرهنگی، اساطیری و ادبی موجب یادآوری و برخوردار شدن خواننده از لذت تداعی می‌شود (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۳۱۰) و تداعی این داستان‌ها و همذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌های تاریخی و اساطیری آنها، موجب پذیرش پیام گوینده می‌شود.

استفاده از شیوه‌های حلّ و اقتباس نیز از شیوه‌های استشهاد و استدلال به آیات و روایات است که اقناع مخاطب را به دنبال دارد:

ای پسر مشغول این دنیا است خلق چون به مردار است مشغول این «کلاب»
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۴۱۰)

تقلید نپذیرفتم و بر «اخبرنا» هیچ نگشاد دلم گوش و نه دستم سر محبر
(همان: ۱۳۲)

۳-۴. صناعات موسیقایی

بنابر نظر منتقدان رتوریک، به جز استفاده از صنایع بدیعی و بیانی، صناعات موسیقایی

در اقناع مخاطب مؤثرند (مکاریک، ۱۳۸۵: ۳۶۹)؛ زیرا آرایه‌های موجد موسیقی کلامی، موجب تقویت انگیزش و ترغیب مخاطب و قدرت اقناعی سخن می‌شوند که آرایه‌های لفظی در آفرینش آن بسیار مؤثرند.

۳-۴-۱. تکرار

نگرش مخاطب نسبت به محتوای اثر، تحت تأثیر شیوه سخنوری گوینده است. سخنور برای اقناع مخاطب به شگردهایی مانند: شرح و توضیح، استدلال، استناد و استشهاد روی می‌آورد که یکی از بهترین راه‌ها برای رسیدن به این هدف، شگرد تکرار است. هدف شاعر از به کار گیری تکرار تأکید یا تعظیم و... است (رادفر، ۱۳۶۸: ۴۰۳). تکرار موجب می‌شود مخاطب افزون بر احساسات، اندیشه‌ها و باورهای گوینده را نیز بپذیرد (متحدین، ۱۳۵۴: ۵۰۹) و به این دلیل قوی‌ترین و مؤثرترین راه القای اندیشه و اقناع مخاطب است (علی‌پور، ۱۳۷۸: ۸۹)؛ از این رو در تمام کتاب‌های الهی نیز تکرار مفاهیم در زمان‌ها و زمینه‌های متفاوت به فراوانی دیده می‌شود (اکبری و سپهری، ۱۳۸۸: ۱۹۹). به کارگیری تکرار «در زبان عاطفی، لازمه خلاقیت هنرمندانه است» (خلیلی جهان‌تیغ، ۱۳۸۰: ۳۰).

تکرار واژگانی می‌تواند به دو شیوه ناقص یا کامل اعمال شود و مجموعه‌ای از صنایع نظم آفرین را که با برونه زبان مرتبند، بیافریند (جرجانی، ۱۳۶۸: ۵-۳). تکرار ناقص واژگانی، انواع جناس، سجع، ترصیع، موازنه و تضمین‌المزدوج و تکرار کامل واژگانی، تکرار تکواژ، واژه، گروه و حتی جمله کامل را دربرمی‌گیرد؛ پس مقوله‌هایی مانند: ردیف، رد القافیه، رد الصدر علی العجز، رد العجز علی الصدر، طرد و عکس، جناس تام، جناس مرکب و... را نیز دربرمی‌گیرد (بنی‌طالبی و فروزنده، ۱۳۹۶: ۳۳-۳۲). ناصر خسرو به هدف اقناع مخاطب مخالف، شگردهای گوناگون صنعت تکرار را به فراوانی به کار گرفته چون به عقیده وی:

در شعر ز تکرار سخن، عیب نباشد زیرا که خوش آید، سخن نغز به تکرار
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۳۷۹)

۳-۴-۱-۱. تکرار تأکیدی

مرا در دین نپندارد کسی حیران و گم بوده جز آن حیران که حیران دگر کرده است حیرانش
(همان: ۲۳۴)

اعدای اولیای خدا را عدو شدم چون اولیای او را من از اولیا شدم
(همان: ۱۳۹)

۳-۴-۱-۲. رد الصدر علی العجز (تصدیر)

رد الصدر علی العجز یعنی کلمات اول و آخر بیت در لفظ و معنا یکسان باشد
(فشارکی، ۱۳۷۹: ۴۷):

مغیلان است جاهل پیشم و من پیش او ریحان ندارد پیش ریحانم خطر ناخوش مغیلانش
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۲۳۴)

مال نجسته است به یمگان کسی زانکه نبوده است خود اینجای مال
(همان: ۳۴۷)

وقتی شاعر برای مخاطب موقعیتی فراهم کند که بتواند عبارتی را در بیت حدس بزند، لذت و اثرپذیری خواننده از شعر دوچندان می‌شود؛ به گونه‌ای که گویا او نیز در شعر سهمی دارد (متحدین، ۱۳۵۴: ۵۱۷). اصطلاحاً این آرایه را «ارصاد و تسهیم» می‌نامند؛ بدین معنا که خواننده قبل از آوردن کلمه آخر بیت، خواهد توانست آن را حدس بزند (همایی، ۱۳۷۰: ۲۲۲). وجود آرایه تصدیر در هر دو مثال بالا و طرد و عکس در اولین شاهد مثال، این لذت را نیز برای خواننده فراهم کرده که بر اثر گذاری شعر افزوده است.

۳-۴-۱-۳. طرد و عکس

تکرار کلمات مصراع اول بیت در مصراع دوم آن، همراه با تقدیم و تأخیر آنها را عکس می‌نامند (همان: ۷۳):

بسی که خندان کرده است چرخ گریان را بسی که گریان کرده است نیز خندان را
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۱۱۷)

تو مرغان را همی سایه کنی امروز اگر روزی تو را سایه همی کردند و او را نیز مرغانش
(همان: ۲۳۱)

شاعر در طرد و عکس با حفظ ساخت دستوری جملات، از راه تغییر قاعده همنشینی، کلمات

را جابه‌جا می‌کند و در نتیجه با جلب بیشتر توجه خواننده و تکرار مفهوم مورد نظر خود و همچنین آرایه‌ارصاد و تسهیم به اقناع او می‌پردازد.

۳-۴-۱-۴. واج‌آرایی

واج‌آرایی نیز از هنرنامه‌های لفظی شاعر است که به اقناع مخاطب می‌انجامد (حسینی، ۱۳۸۶: ۳۷۹). واج‌آرایی می‌تواند به دو شیوه صدامعنایی و هم‌حروفی از راه تکرار چند صامت یا مصوت در کلام ایجاد شود که در هر دو حالت، افزون بر ایجاد موسیقی در شعر موجب تأکید مفهوم و معنای آن نیز می‌شود:

خواب و خور است کار تو ای بی‌خرد جسد لیکن خرد به است ز خواب و ز خور مرا
(قبادیانی مروزی، ۱۳۷۰: ۱۲)

آنکه بود بر سخن سوار، سوار اوست آن نه سوار است کو بر اسب سوار است
(همان: ۴۸)

بنابراین از طریق گونه‌های متنوع تکرار در سطح جمله، شاعر مفهوم مورد نظر خود را تأکید می‌کند. این تأکید در بیشتر موارد با جملات خبری انجام می‌شود که جابه‌جایی در ارکان جمله، بار تأکیدی آن را چند برابر می‌کند.

۳-۴-۲. جناس

در دیوان ناصر خسرو انواع جناس تام، مضارع، ناقص، اشتقاق، مرکب و به‌ویژه جناس زائد - که می‌توان آنها را در مقوله تکرار واژگانی ناقص نیز شمرد - بسامد دارد که به تقویت موسیقی لفظی شعر و در نتیجه جلب بیشتر توجه خواننده و فهم بهتر شعر می‌انجامد:

چون که نکو ننگری جهان چون شد خیر و صلاح از جهان جهان چون شد؟
(همان: ۷۸)

تهی‌تر دانش از دانش از آن کز مغز ترب ار چه به منبر بر بینش چون قسطای لوقایی
(همان: ۴۷۸)

کناره گیر از او کاین سوار تازان است کسی کنار نگیرد سوار تازان را
(همان: ۱۱۷)

نتیجه

باتوجه به مطالبی که ذکر شد می‌توان گفت که ناصر خسرو از شاعرانی است که شعر وی جنبه‌ی القائی و خودانگیخته دارد و رویکرد وی به شعر، انتقال بهتر و قوی‌تر پیام‌های مذهبی، اخلاقی و عقیدتی خود بوده است؛ از این رو بین محتوا و عناصر شعری وی تعامل وجود دارد. فنون زبانی و تکنیک‌های فرمی و زیبایی‌شناسانه‌ی شعری ناصر خسرو، تنها ابزار ارائه‌ی صورت‌های هنری و از مؤثرترین راهکارهای بلاغی و رتوریک در شعر شاعرند؛ از این رو وی باورها و اندیشه‌های خویش را با زبان کهنِ مخاطبان خراسانی خویش عرضه کرده و با به‌کارگیری آرایه‌های لفظی جنبه‌ی موسیقایی و آوایی اشعارش را افزوده است. صنایع معنوی نیز در جای‌جای شعر وی، ضمن افزایش موسیقی درونی و زیبایی و سهولت درک مفاهیم، سبب تحکیم ساختار شعر و القای اندیشه‌ی شعری شاعر شده و بیانگر آن است که ناصر خسرو بر اثرگذاری موسیقی کلام و آرایه‌های بدیعی و فنون بیان به هدف القای اندیشه‌ی مذهبی و اخلاقی خود به خوبی وقوف داشته و صناعات ادبی به یکی از مهمترین عناصر زیبایی‌آفرینی در شعر او تبدیل شده که به کمک آن، عنصر عاطفه در جهت تقویت ادراک مخاطب رشد می‌کند. وی با شناخت ظرفیت‌های رتوریک آرایه‌های ادبی به‌ویژه در حوزه‌ی زیبایی‌شناسی ضمن خلق تصاویر و تناسب موسیقایی به انتقال مفاهیم به‌خوبی توجه کرده است؛ تاجایی که می‌توان مشخصه‌ی بارز شعر او را، گزینش و انتخاب عناصر صوری مناسب در جهت القای معنای شعری دانست. تفاوت ناصر خسرو با دیگر شاعران این است که او آرایه‌های ادبی را به‌هدف اقناع خواننده و جذب و جلب توجه آنها به محتوای اشعارش به‌کار گرفته که این امر جزء استدراجات هنری اوست که خود زیر مجموعه‌ی اعوان فنّ خطابه قرار می‌گیرد و کاربرد تلمیح، اقتباس و تضمین‌های قرآنی و روایی و مبارزطلبی‌ها و اظهار همدلی و صمیمیت با مخاطب نیز تبیین‌کننده‌ی فنّ شهادت از نوع احوال و اقوال در شعر ناصر خسرو است و وی از رهگذر زبان ادبی، تصاویر شعری متناسب با فهم مخاطب خویش کوشش کرده مخاطب خویش را برای پذیرش باورهایش اقناع کند. همچنین ناصر خسرو برای افزودن جنبه‌ی اقناعی پیام خویش، از کاربرد آرایه‌هایی

که در اقناع مخاطب نقشی ندارند یا حتی به اقناع وی خللی وارد می‌کنند، خودداری کرده است؛ چنانکه برای باورپذیرتر شدن شعرش برخلاف معاصرانش تقریباً اصلاً از آرایه اغراق که از صادقانگی کلام می‌کاهد، استفاده نکرده و تشبیهات وهمی - خیالی و انتزاعی را نیز کم به کار برده است؛ همچنانکه به دلیل مغایرت با دیدگاه‌های خاص مذهبی وی و جلب اعتماد مخاطب، تصاویر مربوط به زندگی اشرافی و مجالس بزم و رامشگری نیز در شعرش جایی ندارند. روی هم رفته می‌توان گفت ناصر خسرو افزون بر اعتلای محتوایی اشعارش که شعر او را چون خطابه‌هایی غرّاً کرده، برجستگی‌های بی‌نظیری هم در محور ادبی شعر خود دارد که به هدف اقناع مخاطب به کار گرفته شده‌اند و گرایش تعداد معتاب‌هایی از همعصران وی به مذهب و اندیشه‌های وی و مخالفت آنها با حاکمان روزگارشان نشان‌دهنده موفقیت ناصر خسرو در اقناع مخاطب است.

تعارض منافع: طبق گفته نویسنده، پژوهش حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع است.

منابع و مآخذ

- آذرنوش، آذرتاش. (۱۳۹۸). **فرهنگ معاصر عربی- فارسی**. تهران: نی.
- آذری، غلامرضا. (۱۳۸۴). **مقدمه‌ای بر اصول و مبانی ارتباطات**. تهران: صدا و سیما.
- احمدی، محمد و تقی پورنامداریان. (۱۳۹۶). «معرفی روش‌های مبتنی بر خطابه باستان در نقد رتوریک» کتاب مقدس و بررسی چالش‌های به کارگیری آنها در مطالعات نامه به عبرانیان. **نقد و نظریه‌های ادبی**. شماره ۳. صص: ۱۴۲-۱۲۹.
- احمدی، محمد. (۱۳۹۳). «ماهیت نقد رتوریک و اهمیت آن در مطالعات ادبی». **نقد ادبی و بلاغت کاربردی**. سال اول. شماره اول. صص: ۶۳-۴۶.
- احمدی، محمد. (۱۳۹۴). «تحلیل رتوریک مناظره هدهد با مرغان». **مجموعه مقاله‌های دهمین همایش بین‌المللی ترویج زبان و ادب فارسی**. ۴ تا ۶ شهریور. دانشگاه محقق اردبیلی. صص: ۳۵۰-۳۴۱.
- احمدی، محمد. (۱۳۹۶). «ماهیت نقد رتوریک و اهمیت آن در مطالعات ادبی». **بلاغت کاربردی و نقد بلاغی**. سال دوم. شماره سوم. صص: ۸۷-۷۳.
- احمدی، محمد. (۱۳۹۷). «رتوریک؛ از نظریه تا نقد». تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اکبری، منوچهر و رقیه سپهری. (۱۳۸۸). «لزوم شناخت مخاطب از دیدگاه علوم بلاغی». **ادب حماسی**. سال ۵. شماره ۸. شماره ۵. صص: ۲۰۵-۱۹۲.
- امیرکاوه، سعید و شعیب اسلامی. (۱۳۹۵). «روش اقناع مخاطب در نهج البلاغه». **پژوهش‌های اجتماعی اسلامی**. شماره ۱۱۰. صص: ۲۱۴-۱۷۵.
- بنی‌طالبی، امین و مسعود فروزنده. (۱۳۹۶). «بررسی انواع تکرار و کارکردهای آن در ویس و رامین». **فنون ادبی**. سال نهم. شماره سوم. صص: ۴۲-۲۷.
- بینگر، اتولر. (۱۳۶۷). **ارتباطات اقناعی**. ترجمه علی رستمی. تهران: صدا و سیما.
- پورنامداریان، تقی. (۱۳۸۰). «بلاغت و گفتگوی متن». **مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی خوارزمی**. سال نهم. شماره ۳۲. صص: ۷۴-۵۳.
- پورنامداریان، تقی. (۱۳۸۶). **رمز و داستان‌های رمزی در ادب فارسی**. تهران: علمی و فرهنگی.

- جرجانی، عبدالقاهر. (۱۳۶۸). **دلایل الاعجاز فی القرآن**. ترجمه و تحشیه سید محمد رادمش. مشهد: آستان قدس رضوی.
- حسینی، سیدعلی. (۱۳۸۶). **ترجمه و تبیین منطق مظفر**. قم: واریان.
- خلیلی جهان تیغ، مریم. (۱۳۸۰). **سیب جان**. تهران: سخن.
- دادگران، سید محمد. (۱۳۹۱). **مبانی ارتباط جمعی**. تهران: فیروزه.
- دهخدا، علی اکبر. (۱۳۷۵). **لغت نامه**. تهران: دانشگاه تهران.
- دیکسون، پیتر. (۱۳۸۹). **خطابه**. ترجمه حسن افشار. تهران: مرکز.
- رادفر، ابوالقاسم. (۱۳۶۸). **فرهنگ بلاغی - ادبی**. تهران: اطلاعات.
- زرین کوب، عبدالحسین. (۱۳۸۹). **نقد ادبی**. تهران: امیرکبیر.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۳). **اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات**. تهران: خجسته.
- شفیعی کدکنی، محمدرضا. (۱۳۷۰). **موسیقی شعر**. تهران: آگاه.
- شفیعی کدکنی، محمدرضا. (۱۳۷۵). **صورخیال در شعر پارسی**. تهران: آگاه.
- علوی، سیدحمیدرضا؛ بصیری، محمدرضا؛ رفیعی، محیا و فاطمه عرب‌نژاد خانوکی. (۱۳۹۷). «بررسی شیوه‌های ارتباطی اقناعی (استنباط از متون اسلامی و متون ادبیات پایداری)». **مطالعات فرهنگ - ارتباطات**. سال نوزدهم. شماره ۴۲. صص: ۱۶۴-۱۴۵.
- علی پور، مصطفی. (۱۳۷۸). **ساختار شعر امروز**. تهران: فردوس.
- فتح‌الهی، ابراهیم و ابراهیم کاملی. (۱۳۹۴). «فرایند اقناع در قرآن کریم». **تحقیقات علوم قرآن و حدیث**. شماره ۲۵. صص: ۷۵-۹۹.
- فتوحی رودمعجنی، محمود. (۱۳۹۳). **بلاغت تصویر**. تهران: سخن.
- **فرهنگ آکسفورد**. (۱۳۹۳). ترجمه ابوالقاسم طلوع. تهران: جنگل.
- فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۷۳). **ارتباطات انسانی: مبانی**. جلد اول. تهران: رسا.
- فشارکی، محمد. (۱۳۷۹). **نقد بدیع**. تهران: سمت.
- قبادیانی مروزی، ناصر خسرو. (۱۳۷۰). **دیوان اشعار**. چاپ چهارم. تهران: دانشگاه تهران.
- قهرمانی، علی و صدیقه حسینی. (۱۳۹۶). «مرثیه ابوالقاء الرندی در آینه نقد رتوریک». **پژوهشنامه نقد ادب عربی**. شماره ۱۴. صص: ۱۵۱-۱۲۳.

- متحدین، ژاله. (۱۳۵۴). «تکرار، ارزش صوتی و بلاغی آن». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد*. سال ۱۱، شماره ۳، صص: ۴۸۳-۵۳۰.
- متولی، کاظم. (۱۳۸۴). *افکار عمومی و شیوه‌های اقناع*. تهران: بهجت.
- مرادی، حجت‌الله. (۱۳۸۴). *اقناع‌سازی و ارتباطات اجتماعی*. چاپ دوم. تهران: ساقی.
- مکاریک، ایرنا ریما. (۱۳۸۵). *دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر*. ترجمه مهرا مهران مهاجر و محمد نبوی. تهران: آگه.
- مؤذنی، علی محمد و محمد احمدی. (۱۳۹۳). «درآمدی بر جایگاه فرایند اقناع در فن خطابه و مطالعات ادبی». *پژوهشنامه نقد ادبی و بلاغت*. شماره ۳، صص: ۹۳-۱۱۱.
- نصیری، علی. (۱۳۷۹). «قرآن و زبان نمادین». *ادیان مذاهب و عرفان*. شماره ۳۵، صص: ۲۵-۴۳.
- همایی، جلال‌الدین. (۱۳۷۰). *فنون بلاغت و صناعات ادبی*. تهران: هما.
- Corbett, Edward P.J. (1969). *Rhetorical Analyses of Literary Works*. New York: Oxford UP.

References

- Alavi, S.H.R; Basiri, M.S; Rafi'i, M & F, 'Arabnezhad Khanooki. (2018). Barresi-ye shiveha-ye erbetati-ye eghna'i (Estenbat az motoon-e eslami va motoon-e adabiyat-e paydari). *Motale'at-e farhang- erbetatat*. Year 19. No. 42. Pp 145- 164.
- Alipoor, M. (1999). *Sakhtar-e she'r-e emrooz*. Tehran: Ferdows.
- Ahmadi, M. & T, Poornamdariyan. (2018). *Mo'arrefi-ye raveshha-ye mobtani bar Khetabe-ye bastan dar naghd-e retoric-ye ketabe-moghaddas va barresi-ye chaleshha-ye be kargiri-ye anha dar motale'at-e name be 'ebraniyan*. *Naghd va nazariyeha-ye adabi*. No 3. Pp. 129-142.
- Ahmadi, M. (2014). *Mahiyat-e naghd- e retorici va ahammiyat-e an dar motale'at-e adabi*. *Naghd-e adabi va balaghat-e karbordi*. Yaer 1. No 1. Pp. 46- 63.
- Ahmadi, M. (2015). *Tahlil-e retorici-ye monazere-ye hodhod ba morghan*. *Majmoo'e-ye dahomin hamayesh-e beynolmelali-ye tarvij-e zaban va adab-e farsi*. 4- 6 Shahrivar. *Daneshgah-e mohaghegh-e ardabili*. Pp. 341- 350.
- Ahmadi, M. (2018). *Retoric; az nazariye ta naghd*. Tehran: Pazhooheshgah-e 'oloom-e ensani va motale'at-e farhangi.
- Akbari, M & R, Sepehri. (2009). *Lozoom-e shenakht-e mokhatab az didgah-e 'oloom-e balaghi*. *Adab-e Hamasi*. Year 5. No 5. Pp.192- 205.

- Amirkaveh, S & Sh, Eslami. (2016). Ravesh-e eghna'e Mokhatab dar nahjolbalagheh. Pazhooheshha-ye ejtema'i Eslami. No110. Pp. 175-214.
- Azari, Gh. (2005). Moghaddame-ei bar osool va mabani-ye ertebatat. Tehran: Seda va sima.
- Azarnoosh, A. (2019). Farhang-e mo'aser 'arabi- farsi. Tehran: ney.
- Banitalebi, A & M, Foroozandeh. (2017). Barresi-ye anva'e tekrar va karkardha-ye an dar vis va ramin. Fonoon-e adabi. Year 9. No 3. Pp 27-42.
- Binger, O. (1988). Ertebatat-e eghna'i. Tarjome-ye 'Ali Rostami. Tehran: Seda va sima.
- Corbett. Edward P.J. (1969). Rhetorical Analyses of Literary Works. New York: Oxford UP.
- Dadgaran, S.M. (2012). Mabani-ye ertebat-e jam'i. Tehran: Firoozeh.
- Dehkhoda, 'A A. (1996). Loghatname. Tehran: Daneshgah-e Tehran.
- Dikson, P. (2010). Khetabe. Tarjome-ye Hasan Afshar. Tehran: Nashr-e markaz.
- Farhang-e Axford. (1393). Tarjome-ye Abolghasem Toloo'e. Tehran: Jangal.
- Farhangi, 'A.A. (1994). Ertebatat-e ensani: mabani. Vol. 1. Tehran: Rasa.
- Fathollahi, E. & E, Kameli. (2015). Farayand-e eghna'e dar Qoran-e karim. Tahghighate- 'oloom-e Qoran va hadis. No 25. Pp. 75-99.
- Fesharaki, M. (2000). Naghd-e badi'e. Tehran: Samt.
- Fotoohi roodma'jani, M. (2014). Balaghat-e tasvir. Tehran: Sokhan.
- Ghahramani, 'A. & S, Hoseini. (2017). Marsiyeye Abolbagha-el-randi dar Ayine-ye naghd-e retoric. Pazhooheshname-ye naghd-e adab-e 'Arabi. No. 14. Pp 123- 151.
- Ghobadiyani marvzi, N. (1991). Divan-e ash'ar. 4th Edition. Tehran: Daneshgah-e tehran.
- Homayi, J. (1991). Fonoon-e balaghat va sana'at-e adabi. Tehran: Homa.
- Hoseini, S.'A. (2007). Tarjome va tabyin-e mantegh-e mozaffar. Qom: Variyan.
- Jorjani, 'A. (1989). Dalayel-ol-e'jaz fel-Qoran. Tarjome va tahshiyeye Seyyed mohammad Radmanesh. Mashhad: Astan-e ghods-e Razavi.
- Khalili jahantigh, M. (2001). Sib-e jan. Tehran: sokhan.
- Mekaric, I. (2006). Daneshname-ye nazariyeha-ye adabi-ye mo'aser. Tarjome-ye Mehran-e Mohajer & Mohammad Nabavi. Tehran: Agah.
- Moazzeni, 'A.M. & M, Ahmadi. (2014). Daramadi bar jaygah-e farayand-e eghn'e dar fanne khetabe va motale'at-e adabi. Pazhooheshname-ye naghd-e adabi va balaghat. No.3. Pp. 93- 111.

-
- Moradi, H. (2005). Eghna'e sazi va Ertebatat-e ejtema'i. 2th Edition. Tehran: Saghi.
 - Motavalli, K. (2005). Afkar-e 'omoomi va shiveha-ye eghn'e. Tehran: Bahjat.
 - Mottahedin, Zh. (1975). Tekrar, arzesh-e sowti va balaghi-ye an. Majalle-ye daneshkade-ye adabiyat va 'oloom-e ensani-ye mashhad. Year 11. No.3. Pp. 483- 530.
 - Nasiri, 'A. (2000). Qoran va zaban-e namadin. Adyan-e mazaheb va 'Erfan. No.35. Pp.25- 43.
 - Poornamdariyan, T. (2001). balaghat va goftegoo-ye matn. Majalle-ye daneshkade-ye adabiyat va 'oloom-e Eslami-ye Kharazmi. Year 9. No 32. Pp. 53- 74.
 - Poornamdariyan, T. (2007). Ramz va dastanhaye ramzi dar adab-e farsi. Tehran: 'elmi va farhangi.
 - Radfar, A. (1984). Farhang-e balaghi- adabi. Tehran: ettela'at.
 - Sarookhani, B. (2004). Andisheha-ye bonyadin-e 'Elm-e ertebatat. Tehran: Khojaste.
 - Shafi'i kadmeh, M.R. (1991). Moosighi-ye sh'er. Tehran: Agah.
 - Shafi'I kadmeh, M.R. (1994). Sovar-e Khiyal dar she'r-e parsi. Tehran: Agah.
 - Zarrinkoob, 'A. (2010). Naghd-e adabi. Tehran: Amirkabir.