

گفتمان تبلیغی در قصاید ناصر خسرو قبادیانی

میثم سلیمی دافساری*، 85،

1395-6-31

ادبیات تبلیغی شاخه ای از ادبیات تعلیمی است که در آن شاعر یا نویسنده ایده، اندیشه یا ایدئولوژی خاصی را تبلیغ می کند. ناصر خسرو از شاعران بزرگ ادب فارسی قرن پنجم است که شعرش را در خدمت ایدئولوژی و افکارش قرار داده است. این پایان نامه با هدف تحلیل ساختار تبلیغی قصاید ناصر خسرو قبادیانی، به بررسی قصاید دیوانش پرداخته و روش کار نیز توصیفی - تحلیلی بوده است. نتایج به دست آمده نشان داد که وی با استفاده از شگرد های نوشتاری مانند استفاده از آیات، احادیث، امثال و... درصدد اقناع و القای ایدئولوژی خود است. ناصر خسرو با اسلوب تلقین و تحذیر نتایج عقلی، فلسفی، اخلاقی و دینی مورد قبول خود را در خواننده رخنه دهد. او برای تأثیر پذیری بیشتر کلام خود از روش های گوناگون به تبلیغ و ترویج عقاید خود پرداخته است، روش هایی مانند: اقناع و تنفید، روش انگیزش تفکر (به کارگیری وجدان اخلاقی و بیدار کردن وجدان)، هدایت رفتار های خاص، دستکاری ادراک ها، روش استدلالی (شناخت و بکارگیری نظرات مختلف)، روش تداعی معانی، روش شعاری، اقناع یا ترغیب، ارزیابی و آگاهی. در واقع این شاعر گرانقدر رسالت انسانی خود را که همان تبلیغ بینش تعقلی، فلسفی و اخلاقی است، در بیشتر قصاید خود با زبان شعر به همه جهانیان منتقل کرده است.

کلمات کلیدی: ادبیات تعلیمی، ادبیات تبلیغی، ناصر خسرو، اسماعیلیه، قصاید.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)