



- پژوهشگر: **حنانه حیدری**
- استان: **شهر تهران**
- واحد آموزشی: **دبیرستان غیردولتی سلام منطقه ۳**

چکیده:

این پژوهش به خطابه (رتوریک) و ظرفیت‌های اثرگذار آن در اقناع مخاطب در نمونه خطابه‌های ایرانی و آلمانی پرداخته است. بر مبنای تحلیل برخی از خطابه‌ها کوشیده است مهم‌ترین مؤلفه‌ها و مقوله‌های خطابه‌های کارآمد را به دست دهد به گونه‌ای که بتوان بر مبنای آنها از یک سو، اصولی را در تدوین خطابه‌های مؤثر عرضه کرد و از سوی دیگر بتوان خطابه‌ها را از حیث اقناع و تأثیرگذاری ارزیابی کرد. در این پژوهش جامعه آماری مورد نظر خطابه‌هایی با اوصاف مشترک بهره‌مندی از محتوای دینی و اجتماعی و در عین حال ممتاز بودن از حیث تأثیر در دو حوزه فرهنگی ایرانی و آلمانی هستند. نمونه‌های موفق انتخاب شدند. روش پژوهش، روش تلفیقی اسنادی و پیمایشی بوده است و در پایان نیز دو خطابه "زندگی فضیلت‌مند" و "تغییر منظر" را با رعایت اصولی که به آنها دست یافته، معرفی و تحلیل کرده است. پژوهش حاضر به این نتیجه رسیده است که خطابه و رویکرد خطابی در معنایی دقیقی که در این مطالعات مد نظر است، در عصر دانش‌های تخصصی و جزیی می‌تواند انسان را در جامعیت و کلیت‌ش ملاحظه کند. خطابه که بدون مخاطب شکل نمی‌گیرد باید با مراعات احوال مخاطبان همواره متقاعد ساختن و "رضای آنها را پیش چشم داشته باشد. مهم‌ترین محل نزاع در این پژوهش جایگاه خطابه است. از منظر این پژوهش، خطابه به دلیل توجه به وجه جامع انسان که بنیاد خود را در فهم و زبان به دست می‌آورد، اصلی‌ترین رهیافت به معرفت است و دیگر شاخه‌ها یا قابلیت‌های شناختی به نحوی قابل بازگشت به خطابه هستند به عبارت دیگر، خطابه وجه هستی‌شناختی دیگر شئون شناختی آدمی است.

