
بررسی منظورشناسانه برهان‌های زبانی احادیث پیامبر ﷺ

روح‌الله صیادی‌نژاد*

◀ چکیده

منظورشناسی که به بررسی کلام میان متکلم و مخاطب در جهت ایجاد انگیزه ارتباطی معین بین طرفین اشاره دارد، از جمله مبانی‌ای است که در علم زبان‌شناسی نوین دارای جایگاه ویژه‌ای است. «اقناع» که فرایندی ارتباطی زبانی است، بر پایه هدفی مشخص و نقطه غایی هر گفتمان است. پیامبر ﷺ در گفتمان‌های خود، از برهان‌های زبانی برای جذب مخاطب چنان استفاده کرده است که انسان با وجود اینکه گوینده آن‌ها «بشر» است، به آسمانی بودن آن سخنان اذعان می‌کند. این پژوهش بر آن است تا با رویکرد کاربردشناسی و توصیفی، جنبه‌های برهان زبانی را در گفتمان‌های رسول اکرم ﷺ مورد تحلیل و واکاوی قرار دهد. دستاورد تحقیق بیانگر آن است که «مقدمه»های برهانی خطبه پیامبر ﷺ که حول محور دین جدید است، گوش مخاطبان را به شنیدن سخنان وی تیز می‌نمود و عقل و عاطفه آنان را تسخیر می‌کرد. وی با باز کردن فضای گفت‌وگو در گفتمان‌ها، فضای حاکم بر آن‌ها را که برهان یک‌طرفه بود، به برهان گفت‌وگویی کشاند. او با استفاده از «تکرار» که کاربستی ارتباطی اقناعی است، کلام خود را در ذهن مخاطب تثبیت می‌کرد.

◀ **کلیدواژه‌ها:** برهان، اقناع، منظورشناسی، گفتمان نبوی.

مقدمه

زبان یک سیستم قراردادی منظم از آواها یا نشانه‌های کلامی یا نوشتاری است که یک گروه اجتماعی یا فرهنگی خاص برای دریافت و فهم ارتباطات و اندیشه‌ها به کار می‌برند. زبان‌شناسان، زبان را از دو جنبه اساسی مورد بررسی قرار می‌دهند:

نخست: جنبه فرمی زبان که در نزد غربی‌ها به بررسی ساختار زبانی مشهور است، دوم: جنبه ارتباطی زبان که در نزد زبان‌شناسان، ارتباط عمیقی با گفتمان (discourse) و تحلیل آن دارد. گفتمان، زبان را و زبان، گفتمان را می‌سازد.

بعد کاربردی زبان (pragmatics) که به بررسی کلام میان متکلم (interlocutor) و مخاطب (addressee) در جهت تحقیق انگیزه ارتباطی معین بین طرفین اشاره دارد، از جمله مبانی‌ای است که در علم زبان‌شناسی نوین، از حیطة وسیعی برخوردار است که بعد برهانی زبان، شرط اساسی گفتمان را نیز شامل می‌شود. بیان این نکته که در روند گفتمان، متکلم از چه استراتژی‌هایی برای جذب مخاطب و متقاعد ساختن او بهره می‌جوید، همواره از مهم‌ترین راهبردهای اساسی زبان‌شناسی کاربردی و نیز از اهداف اصلی این پژوهش برشمرده می‌شود. «برهان» از جمله موضوع‌های «تحلیل گفتمان» و «تحلیل گفتمان انتقادی» است که در «خطبه»ها به وفور دیده می‌شود. احادیث و سخنان پیامبر ﷺ اکرم ﷺ که در بردارنده والاترین اندیشه‌ها و مضامین است، با چنان فصاحت و بلاغتی بیان شده که انسان با وجود اینکه گوینده آن «بشر» است، به آسمانی بودن آن سخنان اذعان می‌کند. در این راستا، عقل محوری و خردورزی و بعد استدلالی عقلانی و منطقی گفتمان ایشان، نشانگر آن است که مهم‌ترین تکیه‌گاه ارتباطی و تأثیرگذار ایشان با مخاطبان در گفتمان‌هایی که داشته‌اند، عقل و فطرت سلیم بوده و سایر مسائل در پرتو آن مطرح شده است. از آنجاکه خطبه مهم‌ترین کانال ارتباطی در روزگار پیامبر ﷺ است، پیامبر ﷺ از این کانال برای دعوت به دین اسلام، استفاده بهینه را نموده و خطبه‌های وی آکنده از برهان‌هایی است که پشتوانه اجتماعی دارد.

۱. سؤال‌های پژوهش

الف. پیامبر ﷺ که در اوج فصاحت و بلاغت قرار دارد، تا چه اندازه از جنبه‌های کاربردی زبان برای تأثیر نهادن و متقاعدسازی مخاطبان، استفاده کرده است؟

ب. در گفتمان‌های پیامبر ﷺ چگونه «برهان» حاصل می‌شود؟
ج. کدام یک از شیوه‌های برهانی زبان پیامبر ﷺ از قوه اقناعی بیشتری برخوردارند؟

۲. اهداف پژوهش

نگارنده در این جستار اهداف ذیل را دنبال کرده است:

الف. سخن در باب حوزه محاوره یا گفتمان ادبی پیامبر ﷺ در چهارچوب علم پراگماتیسم که کمتر از آن سخن به میان آمده است.

ب. کلیدواژه‌ای برای شناساندن ارتباط حیطه‌های نوین زبان‌شناسی با ادبیات و متون دینی و عرفانی و ایجاد انگیزه برای تطبیق عملی یک نظریه زبان‌شناختی نوین در پژوهش‌های گوناگون.

ج. باتوجه به ویژگی جامعه رسانه‌ای امروز که به ابزارهای اقناعی بیش از گذشته توجه شده است، این تحقیق می‌تواند در راستای پیوند میان بلاغت معاصر با حوزه‌های مختلف رسانه‌ای باشد.

۳. پیشینه پژوهش

دیرینه‌شناسی موضوع نشان از آن دارد که دانشمندان فقه و اصول پیش از دیگران به این موضوع پرداخته‌اند و کتابی که در این زمینه به چشم می‌خورد با عنوان *المنهاج فی ترتیب الحجاج* از ابوالولید باجی. تحقیقات مربوط به موضوع مقاله در دو بخش کلی مورد بررسی قرار می‌گیرد: بخش نخست مطالعاتی است که به جنبه‌های فرمالیستی و توصیفی سخنان پیامبر ﷺ پرداخته‌اند، مثل کتاب *اعجاز القرآن و البلاغة النبویة* اثر مصطفی صادق الرافعی یا کتاب *الادب النبوی* اثر محمد عبدالعزیز الخولی که به شرح واژگانی و قاموسی منتخبی از احادیث نبوی پرداخته است؛ بخش دوم مربوط به مطالعات گفتمانی در احادیث نبوی است که تحقیقات انگشت‌شماری در این خصوص انجام شده که در ذیل به برخی از آنها که در داخل و خارج از کشور انجام شده است، اشاره می‌شود:

۱. مقاله‌ای با عنوان «بررسی دوگانگی زبان در احادیث نبوی» اثر روح‌الله صیادی‌نژاد که در دانشگاه فردوسی مشهد در سال ۱۳۹۰ چاپ رسیده است. نگارنده در این مقاله، به لهجه‌ها و گویش‌های به‌کاررفته در احادیث پیامبر ﷺ پرداخته است.

۲. پایان‌نامه‌ای با عنوان *تجلیات الحجاج فی الخطاب النبوی دراسة فی وسائل الافناع الاربعون النوویة- أنموذجاً* به نگارش هشام فرّوم در دانشگاه الحاج لخضر- باتنه که در سال ۲۰۰۹ به انجام رسیده است. فرّوم در این پژوهش، صرفاً به جنبه‌های اقناعی در چهل حدیث پیامبر ﷺ پرداخته است بی‌آنکه کمتر اشاره‌ای به خطبه‌های وی داشته باشد. وی در این بحث، بیشتر بر روی کنش‌های گفتاری در احادیث پیامبر ﷺ تمرکز کرده است.

۳. جمعان بن عبدالکریم غامدی تحقیقی با عنوان «الحجاج فی الخطبة النبویة» در سال ۱۴۳۴ق انجام داده است. وی به بررسی و تحلیل چهار خطبه کوتاه پیامبر ﷺ پرداخته است و تقسیم‌بندی خاصی در این تحقیق دیده نمی‌شود.

جستار پیش روی براساس مطالعات کیفی و برای اولین بار در کشور انجام می‌شود و در نوع خود، بدیع و جدید است و بیشتر بر روی گفتمان‌های پیامبر ﷺ تمرکز می‌کند تا احادیث وی. نگارنده در این مقاله، به شاخص‌های مهم برهان‌های زبانی از منظر منظورشناسی پرداخته و ساختار آن را باتوجه به نظریه میشل ماییر (Michel mayer) تنظیم کرده است. باتوجه به محدود بودن حجم مقالات علمی پژوهشی و گستردگی حیطه تحقیق، می‌طلبد که در جستاری دیگر به برهان‌های بلاغی در گفتمان نبوی پرداخته شود.

۴- تعاریف و ماهیت برهان

برهان در زبان عربی معادل «الحجاج» و در زبان انگلیسی معادل *Argumentation* است. ابن فارس در ذیل ماده «حجج» این چنین می‌آورد: «حاججت فلاناً فحججته»: یعنی با دلیل و برهانی که آوردم بر او غلبه کردم. (۱۹۹۰م، ذیل ماده حجج) ابن منظور نیز چنین می‌آورد: «هو رجل محاجج»: یعنی مرد سخت جدل کننده و ستیزه کننده؛ «أحتج بالشیء»، یعنی به آن چیز استدلال کرد و و آن را دلیل و عذر خود قرار داد. و در حدیث آمده است: «فحج آدم موسی»: یعنی آدم بر موسی با دلیل و برهان پیروز شد. (۱۹۹۰م، ذیل ماده حجج)

از خلال معانی لغوی «حجاج» چنین درمی‌یابیم که این واژه مترادف دو کلمه دلیل و برهان است؛ اما مضمون آن مابین خصومت، جدل، نزاع کردن و غلبه کردن در نوسان

است. درحقیقت جدال میان دو نفر که باهم خصومت و نزاع دارند، واقع می‌شود و یکی از دو طرف سعی می‌کند با حجت، بر دیگری فائق آید. در زبان انگلیسی لفظ Argument به اختلاف میان دو نفر اشاره دارد که هریک از آن دو برای اقناع دیگری در تلاش است با ارائه اسباب و علل (Reasons) که یا دلیل (Argument) محکم و تقویت‌کننده فکر و رفتار است و یا ابطال‌کننده آن. (LONGMAN, 1389, p.72)

دیدگاه‌ها درباره طبیعت برهان متفاوت است و برهان در هر گفتمانی به شکلی متفاوت ظهور می‌کند؛ به همین سبب تعریف جامع و کاملی از این فرایند، بسیار دشوار است. با وجود اختلاف در تعاریف این اصطلاح میان پژوهشگران مکاتب زبان‌شناسی، در ذیل به رایج‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

برهان (حجاج) فرایندی است که از خلال آن گوینده با استفاده از ابزارهای زبانی، سعی در تغییر باورها و تصورات مخاطبان دارد. (عطاءالله، ۲۰۱۲م، ص ۲۸) برخی بر این باورند که برهان چیزی جز درپیش گرفتن روشی معین در ارتباطات نیست که هدف نهایی آن برانگیختگی تمایل دیگران و تأثیرگذاری بر آنان است. (همان‌جا) طه عبدالرحمن برهان را این‌گونه تعریف می‌کند: «هر سخنی که خطاب به دیگری است تا دعوی و مرافعه‌ای را به او بفهماند درحالی که حق اعتراض برای او قائل است.» (حمودی، ۲۰۱۲م، ص ۱۱۰) با تأمل در این تعریف درمی‌یابیم که طه عبدالرحمن بیشتر به جنبه صوری و ظاهری برهان توجه داشته و جنبه کاربردی آن را که همان حصول «اقناع» است، نادیده گرفته است. مفیدترین برهان‌ها از دیدگاه شاییم بیرلمان، برهانی است که شنونده را به اذعان بیشتری وادارد و وی را به انجام عملی یا ترک آن در وقت مناسب خود راغب کند. (الشهری، ۲۰۰۴م، ص ۴۵۶) می‌شال ماییر با ارائه تعریفی کاربردی از برهان، تعریف خود را مقبول‌تر و رایج‌تر کرده است. وی برهان را «کوششی اقناعی و بعد جوهری زبان می‌داند». (محفوظی، ۲۰۰۷م، ص ۱۰)

در اینجا ذکر این نکته ضرورت دارد که استدلال (Lade'moustration) متفاوت از برهان (Argumentation) است. استدلال تک‌معنایی (Univoque) است برخلاف برهان که دارای عناصر متعدد و مشترک است. استدلال به مقام و جایگاهی خاص اختصاص ندارد و مجال آن منطبق است؛ اما مجال برهان، عقل و عاطفه و حوزه آن گفتمان

است. (صولة، ۲۰۱۱م، ص ۱۴)

محمد العبد برهان را «جنس خاصی از گفتمان می‌داند که بر قضیه‌ای یا فرضیه‌ای جدال‌آمیز بنا شده است. گوینده، ادعایش را همراه با توجیحات محکم و اساسی از طریق سخنان منطقی و منسجم بیان می‌دارد تا دیگران را اقناع نماید. وی از این طریق، موضع و کنش آنان را تغییر می‌دهد.» (العبد، ۲۰۰۵م، ص ۱۸۹) بنابراین برهان به خانواده‌ای از افعال وابسته است که هدف آن‌ها اقناع (persuasion) است؛* چراکه موضوع نظریه برهان، بررسی تکنیک‌های گفتمانی است که با استفاده از آن‌ها اذهان را به تسلیم شدن وامی‌دارد یا بر درجه تسلیم‌پذیری آن‌ها می‌افزاید. (صولة، ۲۰۱۱م، ص ۱۳)

بنابر آنچه گفته شد، زبان تنها ابزار انتقال معنا نیست، بلکه یکی از کارکردهای مهم آن تأثیرگذاری بر دیگران است. انسان در گفتمان خود، تنها به توصیف جهان نمی‌پردازد، بلکه می‌تواند دیگران را به انجام رفتاری تهییج و تحریک نماید. این کارکرد زبان ما را به یاد این گفته آدام جون میشل (Adam Jean Michal) می‌اندازد که می‌گوید: هنگامی که سخن می‌گوییم، از یک سو تلاش می‌کنیم که دیگران را در آرای و نظریاتمان سهیم سازیم و از سویی دیگر، آنان را به دنباله‌روی از این ایده‌ها وامی‌داریم. (الزواوی، ۲۰۰۹م، ص ۴۸) بنابراین نظریه برهان در زبان نشئت گرفته از این فکر است که ما به‌طور کلی و به‌قصد تأثیرگذاری سخن می‌گوییم و وظیفه و کارکرد اصلی زبان، همان برهان است.

۴. نظریه برهان در میراث عربی و غربی

اولین رگ و ریشه‌های این نظریه به قرن پنجم پیش از میلاد برمی‌گردد که شاهد ظهور یک جریان فکری با عنوان سوفیست (sophists) هستیم. تلاش سوفسطائیان بر این بود که در مجادلات با تفهیم رقیب خود و مخدوش کردن اندیشه‌هایش بر او پیروز شوند. «حقیقت» از دید اینان شیء نسبی بود و خطیب با استفاده از قوت برهان و دلیل و با قیاس و قضایای ظاهری و پنهانی می‌توانست حق را یاری رساند، کما اینکه می‌توانست باطل را یاری رساند. بنابراین آنان انواع قیاس‌ها و برهان‌ها را برای توجیه و اقناع و برانگیختن عواطف به‌کار می‌گرفتند. سقراط اولین کسی است که در برابر آنان

ایستاد و آنان را متهم کرد که با سخنان آراسته و قوه بلاغت خود، حقایق را کتمان می‌کنند. در باب اهمیت این نظریه همین بس که ارسطو تعریفی که از «خطابه» ارائه می‌دهد، شبیه تعریف برهان است. او می‌گوید: «خطابه فنی است که محور و اساس آن کشف راه‌های ممکن برای اقناع در هر موضوعی است.» (ارسطو، ۱۹۸۶م، ص ۵۹)

عرب‌ها با ترجمه کتاب ارسطو با این نظریه آشنا شدند. این نظریه در میراث عربی، در ابتدا به شکل «جدل» و «مناظره» در علوم و معارف بروز و ظهور پیدا می‌کند. در قرن نخست هجری، به سبب اختلاف عقیدتی که مسلمانان با غیرمسلمانان داشتند، شاهد برگزاری نشست‌های مناظره‌ای متعدد هستیم. گفتمان مناظره در میراث عربی همواره از مهم‌ترین گفتمان‌هایی بود که برای اقناع به وجود آمد. جامعه عصر عباسی همانند یونانیان به سبب گشایش‌های معرفتی و عقلی در عرصه‌های مختلف علمی، دینی، مذهبی، فلسفی و... این مناظرات را به اوج رساند. در میراث عربی، این اصطلاح با نام‌های مختلفی دیده می‌شود. ابوحیان اندلسی، ابن‌قیم جوزی و ابن‌نقیب آن را نوعی از انواع کلام می‌دانند. (محفوظی، ۲۰۰۷م، ص ۱۲) دانشمندان بلاغت آن را «مذهب کلامی» نامیده‌اند. (همان‌جا) سخن‌سنجان و ناقدان عرب هرچند در مباحث خود به‌طور واضح، از ویژگی‌های روانی و اخلاقی فرستنده و گیرنده پیام، آن‌گونه که در زبان‌شناسی نوین مطرح است سخن به میان نیاورده‌اند، با پیش‌کشیدن مباحث «مقام»، «حال» و «بافت موقعیتی»، به جلوه‌هایی از نظریه برهان اشاره کرده‌اند. آنان با توجه به مقوله «لکل مقام مقال» (عسکری، ۱۹۸۶م، ص ۲۷)، به این نکته اذعان کرده‌اند که اگر در سخن، رعایت «مقام» نشود، بر «تفهیم» خدشه وارد می‌آید و ارتباط میان فرستنده و گیرنده قطع می‌شود.

طرح موضوع مقام از جانب جاحظ، نویسنده و ناقد قرن سوم هجری، دلالت بر آگاهی وی بر جنبه برهانی زبان و نقش زبان در اقناع مخاطب دارد. گفتنی است که ناقدان و سخن‌سنجان اسلامی در آن روزگار بیشتر به بلاغت جمله و عبارت می‌اندیشیدند تا به بلاغت متن و گفتمان؛ از این روی، ایده مقام، آن‌گونه که باید و شاید، دستمایه آنان قرار نگرفت تا اینکه بعدها ابن‌وهب و حازم قرطاجنی به تکمیل ایده و نظریه جاحظ بصری پرداختند.

در غرب، در سال ۱۹۵۸ میلادی، اندیشمندی به نام کشاییم بیرلمان (ch. Perlman)، کتابی به نام *گفتاری در برهان*، بلاغت جدید نوشت. وی همراه با اولبریش تیتیکا (o.tyteca) از دیدگاه فلسفی به نظریه برهان پرداخت. در کنار دیدگاه فلسفی، اشخاصی نظیر ازوالد دیکرو (O. ducrot) از دیدگاه منظورشناسی یا همان کاربردشناسی زبان به این مقوله نگرستند. بیرلمان برهان را ابزار اصلی اقناع به‌شمار می‌آورد و همچون بلاغی‌های کلاسیک عرب، بر مقام اهتمام ورزیده و آن را چارچوب مشخص گفتمان به حساب آورده است که در خلق برهان به مبدع و نوآور کمک می‌کند. (محموظی، ۲۰۰۷م، ص ۲۶) در بلاغت جدید، با توجه به ویژگی جامعه‌ای رسانه‌ای امروز، به ابزارهای اقناعی بیش از گذشته توجه شده تا آنجا که می‌توان گفت بلاغت معاصر و به‌ویژه نظریه برهان با حوزه‌های مختلف رسانه‌ای پیوند خورده است.

۵. پیامبر ﷺ و گفتمان اقناعی (Persuasive discourse)

در هر گفتمانی، برای بررسی فرایند اقناعی آن باید سه مؤلفه اصلی آن را یعنی گفته‌پرداز، کانال ارتباطی و گفته‌یاب را مورد بررسی قرار داد. هر یک از این شاخص‌ها از اهمیت ویژه‌ای در ایجاد یک گفتمان برخوردارند که در صورت فقدان یکی از آن‌ها، گفتمان شکل نمی‌گیرد. ماییر از نظریه‌پردازان بلاغت نوین که پژوهش‌های وی انقلابی در تحلیل گفتمان ایجاد کرده است، با ابراز ایده‌ای خلاقانه در گفتمان برهان بلاغی، توانست گام‌های جدیدی در علوم انسانی بردارد. وی روابط برهانی را بر سه اصل استوار می‌کند:

۱. ایتوس (Ethos)

همان صفات و ویژگی‌های متکلم در نزد مخاطب است. (عشیر، ۲۰۰۶م، ص ۲۰۴) درباره ویژگی‌های شخصیتی پیامبر ﷺ که در بالابردن قوه اقناعی سخنان وی و تأثیرگذاری او بر دیگران نقش داشته است، می‌توان چنین اظهار کرد که وی در میان فصیح‌ترین قبایل عرب زیست نموده است. مولد او از بنی‌هاشم و خویشان مادری او از بنی زهره و شیرخوارگی او در بنی سعد و نشو و نماي او در قریش و ازدواج او با بنی اسد است. بدین سبب پیغمبر ﷺ فرمود: «أنا أفصح العرب بئد أئی من قریش و نشئت فی بنی سعد بن بکر». (الرافعی، ۱۹۹۰م، ص ۲۸۵) او در مکه به «صادق» بودن

شناخته شده بود و «امین» کاروان‌های تجاری مکه بود. برای هیچ حقی غضب نمی‌کرد مگر آنکه از آن دفاع می‌کرد و برای کار خود غضبناک نمی‌شد. وی هنگام تکلم با تمام دهان سخن می‌گفت، سخنان او جامع بود و زیاد و کم در آن یافت نمی‌شد. بدون تردید، این صفات در تکوین جمال لفظی و زیبایی اسلوب و شیوایی نظم، استحکام ترتیب و روش کلام دارای تأثیر کامل است. از جمله ویژگی‌های شخصی پیامبر ﷺ در هنگام سخنرانی، اعتماد به نفس و بیان آرام وی است تا آنجا که عایشه می‌گفت: محمد مانند شما به تعجیل سخن نمی‌گفت و سخنان او شمرده و واضح بود و به‌گونه‌ای تکلم می‌کرد که شنونده می‌توانست کلمات وی را بشمارد. (همان، ص ۲۹۷) قدر مسلم «این عامل در روند گفتمان اقناعی و متقاعد ساختن مخاطب، تأثیری شگفت دارد؛ چراکه اضطراب و دستپاچگی روند گفتمان را به شکست منجر می‌نماید.» (العسکری، ۱۹۵۲م، ص ۳۲)

۲-۵. باتوس (اثرگذاری در دیگران)

نگاه هنجارشکنانهٔ پیامبر ﷺ در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه سبب شد که وی از خطبه که مهم‌ترین کانال ارتباطی آن روز به‌شمار می‌آمد، نهایت بهره‌برداری را بکند. بنابراین لازم می‌آمد که ساختار و محتوای خطبه متناسب با اهداف وی تغییر و تحولی در آن صورت پذیرد تا بهتر بتواند اعراب جاهلی را با خود همراه سازد و آنان را برای پذیرش دین جدید متقاعد سازد.

وی در اقدامی ابتکاری، خطبه‌های خود را با مدح و ثنای خدای یکتا شروع نمود و با یاد خدای عزوجل به پایان رساند. این سنت پیامبر ﷺ در خطبه‌خوانی تداوم یافت به‌گونه‌ای که اگر خطبهٔ خطیبان با نام و یاد خدا شروع نمی‌شد، به آن «تراء» می‌گفتند، همانند خطبهٔ زیاد بن ابیه، والی فارس.

مقدمه و خاتمهٔ خطبه، مهم‌ترین فضای مکانی به‌حساب می‌آیند؛ چراکه مقدمه، نقش پل ارتباطی به مابعد را ایفا می‌کند و خاتمه، حافظ محتوای ماقبل است که این خود سبب اقناع گیرندهٔ پیام می‌شود. مقدمهٔ برهانی خطبهٔ پیامبر ﷺ که حول محور دین جدید بود، گوش مخاطبان را به شنیدن سخنان او تیز می‌نمود و عقل و عاطفهٔ آنان را تسخیر می‌کرد. (الغامدی، ۴۳۴ق، ص ۲۸۳)

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله با بازکردن فضای گفت و گوی در خطبه‌ها از طریق سؤال و جواب و اظهار نظر، دست به نوآوری دیگری زد که مسبوق به سابقه نبود. او با این اقدام خویش، فضای حاکم بر گفتمان‌ها را که برهان یک‌طرفه بود، به برهان گفت و گویی کشاند. برای مثال به پاره‌گفته‌هایی از خطبه غدیر بنگرید: «... و إني أوشك أن أدعى فأجبت، و إني مسئول و أنکم مسئولون فما ذا أنتم قائلون؟ قال قلنا: يا رسول الله بلّغت جهدت. قال: اللهم اشهد.» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷، ص ۱۹۱)؛ نزدیک است که فراخوانده شوم و من اجابت نمودم. به راستی که من مسئولم و شما نیز مسئولید. پس شما چه می‌گویید؟ گفتند: یا رسول الله تو [پیام خدا را] رساندی و تلاش کردی. پیامبر صلی الله علیه و آله فرمود: خدایا تو شاهد باش.

این اقدام پیامبر صلی الله علیه و آله یعنی شرکت دادن شنونده در گفت و گو سبب پویایی شنونده و مثبت‌گرداندن وی در فرایند گفتمان می‌شود که زبان‌شناسان از آن با عنوان «اصل همکاری» (Co-operative Principle) یاد می‌کنند.

نکته‌ای که ذکر آن در اینجا بایسته می‌نماید، این است که توفیق خطیب در میزان درجهٔ اقناع مخاطب در کنار توانایی زبانی وی، به میزان آگاهی وی به شرایط روحی‌روانی، اجتماعی، فرهنگی، زمانی و مکانی مخاطب نیز بستگی دارد. با نگاهی به اولین خطبهٔ پیامبر صلی الله علیه و آله که در جمع نزدیکان خود ایراد فرموده است تا آنان را به دین جدید فراخواند، می‌توان به میزان احاطهٔ وی بر بافت موقعیتی و میزان شناخت وی از ذهنیت مخاطبان دست یافت. او در اولین سخنرانی خود برای دعوت نزدیکان به پرستش خدای یکتا چنین گفت: «الحمد لله أحمده، و أستعینه، و أومن به، و أتوكل عليه، و أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له. إن الرائد لا يكذب أهله، والله الذي لا إله إلا هو إني رسول الله إليكم خاصة، و إلى الناس عامة، والله لتموتن كما تنامون، و لتبعثن كما تستيقظون، و لتحاسبن بما تعملون، و أنها الجنة أبدأ و النار أبدأ.» (همان، ج ۷، ص ۱۵۹)؛ سپاس مخصوص خدایی است که او را ستایش می‌کنم و از او کمک می‌جویم و به او ایمان دارم و بر او توکل می‌کنم و گواهی می‌دهم که خدایی جز خدای یگانه نیست و شریکی ندارد. رهبر به اهل و جماعت خود دروغ نمی‌گوید. قسم به خدایی که جز او خدای دیگری نیست من فرستادهٔ خدا برای شما و برای مردم هستم. به خدا سوگند همان‌گونه که به خواب می‌روید، می‌میرید و همان‌گونه که از خواب بلند می‌شوید، برانگیخته می‌شوید و در برابر آنچه

انجام داده‌اید، محاسبه می‌شوید و یا برای همیشه به بهشت می‌روید یا جهنم. با نگاهی به این خطبه درمی‌یابیم که پیامبر ﷺ در ابتدای مأموریت خویش و برای دعوت آنان به دین جدید، بت‌پرستی آنان را زیر سؤال نبرده و بر بت‌های آنان حمله‌ور نشده است، برخلاف حضرت ابراهیم علیه السلام که در ابتدای دعوت خویش، بر شرک و بت‌پرستی آنان هجوم برد: «وَ كَيْفَ أَخَافُ مَا أَشْرَكْتُمْ وَ لَا تَخَافُونَ أَنْتُمْ أَشْرَكْتُمْ بِاللَّهِ مَا لَمْ يَنْزَلْ بِهِ عَلَيْكُمْ سُلْطَانًا فَأَيُّ الْفَرِيقَيْنِ أَحَقُّ بِالْأَمْنِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ.» (انعام: ۸۱)؛ و من چگونه از آنچه شما شریک خدا قرار می‌دهید، بترسم درحالی که شما از شرک به خدا نمی‌ترسید بآنکه هیچ حجت و برهانی بر آن شرک ندارید. پس کدام یک از ما به ایمنی سزاوارتر است اگر فهم سخن می‌کنید.

در اینجا خاطر نشان می‌شود که شرایط زمانی و مکانی در نوع برهان‌آوری، تأثیرگذار است. به یقین شرایط زمانی و مکانی حضرت ابراهیم علیه السلام اقتضای چنین برخوردی از جانب وی در مواجهه با شرک و بت‌پرستی را داشت و روزگار حضرت محمد صلی الله علیه و آله و سلم اقتضای آن برخورد و گفتار را. (نک: الغامدی، ۱۴۳۴ق، ص ۲۹۱)

پیامبر ﷺ برای ایجاد همدلی و همگرایی هرچه بیشتر میان خود و مدعوین، از ضرب‌المثل که یک قالب تکراری و مردمی است، در مقدمه سخن خویش استفاده می‌کند: «الرائد لا یکذب أهله.» او ابتدا مودت و دوستی و اشتیاق خود را به آنان نشان می‌دهد و می‌گوید همان‌گونه که رئیس قبیله با جستن آب و چراگاه، آنان را از تشنگی و گرسنگی می‌رهاند، وی نیز با آنان صادقانه رفتار می‌کند.

۳-۵. لوگوس (Logos)

زبان و یا فرایند استدلالی عقلانی داخل گفتمان است. مایر بر متکلم و مخاطب که دو اصل مهم و محوری در فرایند برهان هستند، تمرکز می‌کند. نقش گیرندهٔ پیام از دید وی کمتر از متکلم نیست؛ زیرا هریک از این دو عامل در پیام‌رسانی و نتیجه‌دهی کنش‌های زبانی، دارای وظایف ویژه‌ای هستند. (فان دیک، ۲۰۰۰م، ص ۱۱۱)

اغلب گیرندهٔ پیام در احادیث نبوی را مسلمانان و مؤمنان حقیقی تشکیل می‌دهند؛ چراکه تمام نشانه‌های معنوی و دنیوی زندگی یک انسان مسلمان را که از خلال مجموعه‌ای از اوامر و نواهی و احکام و شریعت‌ها بیان شده، به ترسیم کشیده است.

بایسته توجه است که احادیث نبوی با توجه به سیر تکاملی ای که متون عرفانی و ادبی از گذشته تاکنون طی کرده، در زمینه کاربردی استراتژی‌های تقریری قابل ملاحظه است. استراتژی‌هایی که نه تنها سبب شده است تا حدیث به عنوان سرشارترین منبع بلاغت و فصاحت بعد از قرآن کریم شناخته شود، بلکه کامل‌ترین منبع از منظر اقناع و استراتژی‌های اقناعی بر شمرده می‌شود. (الرافعی، ۲۰۰۱م، ص ۲۸۲) حکمت و درایت نبوی ایجاب می‌کند که پیامبر ﷺ با توجه به شناخت کافی که از مخاطبان خود دارد، برای هر گروه از مخاطبان به فراخور شرایط فکری و روحی و اجتماعی، روش‌های مناسب و مؤثر و مستقلى را به کار گیرد تا فرایند اقناع و اثرگذاری معنوی به خوبی انجام گیرد.

الفاظ وی واضح و آشکار است و به تکلف سخن نمی‌گفت تا آنجا که خداوند به وی فرموده است که بگوید: «وَمَا أَنَا مِنَ الْمُتَكَلِّفِينَ» (ص: ۸۶) از به کاربردن کلمات نازیبا حذر می‌کرد و گفته‌های وی دارای تأویلات بعیدی نبود. اسلوب وی زیبا، مدهش و نیکو بود؛ به طوری که شنوندگان، نتایج حکمی و مقاصد عقلی را در آن می‌یافتند. نگاه سبک‌شناسانه به خطبه‌های پیامبر ﷺ حکایت از آن دارد که وی گفتمان‌های خود را بر ایجاز و کوتاهی بنا می‌نهاد تا عواطف مخاطبان خود را تحریک کند. خداوند در کتاب خویش از این تکنیک برهانی، برای تغییر باور و کنش اعراب جاهلی استفاده کرده است. «کوتاهی سوره‌های مکی از این روست.» (صولة، ۲۰۱۱م، ص ۳۶) او الفاظ چندلایه را به خدمت نمی‌گرفت تا از این طریق ذهن مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار دهد. این اصلی است که جاحظ بر آن تأکید ورزیده است: «متکلم باید معانی را در قالب الفاظی مشخص به کار گیرد که مضمون به سادگی از آن استنتاج شود و باید از واژگانی که به نوعی باعث ابهام در سخن و انتقال معنای غیر مقصود به دیگری می‌شود، بپرهیزد.» (۱۹۹۸م، ج ۱، ص ۹۹-۱۰۰)

بنابر آنچه گفته شد، زبان در فرایند گفتمان از مهم‌ترین عناصر ارتباطی در طرح بیان مسئله جهت برهان از سوی متکلم است و بیان هنرهای زبانی در وهله نخست و ارتباط آن با برهان و تحلیل انواع شیوه‌های آن، از اهمیت بسزایی برخوردار است. بی‌مناسبت نیست در اینجا به بررسی بنیادی‌ترین و کاربردی‌ترین عناصر زبانی موجود

در گفتمان نبوی پردازیم:

۱-۳-۵. تکرار (repetition)

تکرار در آفرینش یک اثر هنری و گسترش جنبه زیبایی‌شناسیک و هنری آن و نیز در برجسته‌سازی اندیشه‌ها و بیان کردن دغدغه‌های ذهنی متکلم، از تأثیر بسزایی برخوردار است. تکرار که بیانگر وقوع مجدد کلام (recurrence) است، در طرح دعوا و اثبات آن از سوی متکلم در فرایند گفتمان از بارزترین کاربردهای اقناع زبانی است. (نک: امیری، ۱۳۹۳ش، ص ۶۴) صاحب‌نظرانی همچون ابوهلال عسکری تکرار را به‌عنوان کاربرستی ارتباطی اقناعی می‌دانند که منجر به تأکید کلام در ذهن مخاطب می‌شود. (العسکری، ۱۹۵۲م، ص ۱۵۶-۱۵۷) پس تکنیک تکرار ضمن بیان کاربردهای آن نه تنها به وقوع مجدد لفظ در یک کلام و ایجاد خستگی در مخاطب منجر نمی‌شود، بلکه به اعتبار یکی از مکانیزم‌های بنیادین در تولید کلام، ساختار زبانی جدیدی را در کلام شکل می‌دهد و انسجام متن و گسترش بعد کاربردی آن را تضمین می‌کند. (العزاوی، ۲۰۰۹م، ص ۴۸) تکرار در گفتمان‌های پیامبر ﷺ به دو شکل ذیل رخ می‌دهد:

۱-۳-۵-۱. تکرار در لفظ و معنا

بارزترین نمونه‌های این نوع تکرار عبارت‌اند از:

الف. تکرار کلمه‌ای که هسته اصلی گفتمان است

پیامبر ﷺ در اولین خطبه جمعه‌ای که در مدینه در مسجد قبيله بنی‌سالم ایراد کرده (نک: مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۸۶، ص ۲۳۳)، ۲۳ بار کلمه «الله» و ۱۱ بار کلمه «تقوی» و مشتقات آن را تکرار نموده است تا بر این نکته تأکید کند که مسلمانان همواره با اذعان بر وحدانیت خداوند و پیشه‌نمودن تقوای الهی به رستگاری بزرگ دست می‌یابند.

ایشان نیز در حدیثی می‌فرمایند: «و الله لا یؤمن و الله لا یؤمن و الله لا یؤمن. قیل: من یا رسول الله؟ قال من لا یؤمن جاره بوائقه.» (بخاری، ۱۹۷۹م، ج ۲، ص ۲۱۱؛ کلینی، ۱۳۶۵ش، ج ۲، ص ۶۶۶)؛ به خدا سوگند ایمان ندارد کسی که همسایه‌اش از شر او در امان نیست.

ایشان با تکرار سه مرتبه جمله «والله لا یؤمن» ملاک ارزش یک مؤمن حقیقی را همسایه‌مداری یا اکرام‌داشتن و عدم آزار و اذیت در حق همسایه می‌داند.

ب. تکرار جمله

گفته‌پرداز برای تأکید بر معنای مطمح نظر خود، عیناً آن جمله را تکرار می‌کند و ممکن است جمله مکرر در آغاز پاره‌گفته باشد، مثل: «فَاتَّقُوا اللَّهَ فِي عَاجِلِ أَمْرِكُمْ... فَإِنَّهُ مَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَكْفُرْ عَنْهُ سَيِّئَاتِهِ... وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ فَقَدْ فَازَ... إِنَّ تَقْوَى اللَّهِ تَوْقَى مَقْتَه...» (محدث نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۶، ص ۳۴)؛ در امور دنیایی‌تان تقوای خدا پیشه کنید... به‌راستی کسی که تقوای الهی پیشه نماید، خداوند گناهانش را می‌پوشاند... کسی که تقوای الهی پیشه نماید رستگار شده است... به‌راستی تقوای الهی سبب اجتناب از نفرت خدا می‌شود... .

یا ممکن است جمله مکرر در قسمت پایانی جمله باشد، به این پاره‌گفته پیامبر

اکرم ﷺ در خطبه غدیر بنگرید:

«قال: فَإِنِّي فَرَطَ عَلَى الْحَوْضِ، وَأَنْتُمْ وَارِدُونَ عَلَى الْحَوْضِ... وَإِنَّ اللَّطِيفَ الْخَيْرِ نَبَأَنِي أَنَّهُمَا لَنْ يَتَفَرَّقَا حَتَّى يَرِدَا عَلَى الْحَوْضِ...» (فیروزآبادی، ۱۴۱۰ق، ج ۲، ص ۵۲)؛ حوض کوثر برای آمدن پیش من شتاب می‌گیرد و شما بر من در حوض کوثر وارد می‌شوید و خداوند لطیف و آگاه به من خبر داد که آن دو از هم جدا نمی‌شوند تا اینکه بر حوض کوثر بر من وارد شوند.

تکرار انتهای جمله (علی الحوض) سبب جلب توجه مخاطبان می‌شود و ازدیاد فهم

آن‌ها را در پی دارد و محتوای برهان را در نزد آنان مفهوم‌تر می‌کند.

ج. تکرار یک ماده به دو صورت کلامی

این نوع تکرار، تکیه بر اصل جناس دارد، مثل: «اللهم وال من والاه و عاد من عاداه و أحب من أحبه و أبغض من أبغضه و أنصر من نصره و اخذل من خذله و أدر الحق معه حيث من دار.» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۲۳، ص ۱۰۲)؛ خدایا دوستی کن با کسی که علی را دوست بدارد، دشمن بدار کسی که با او دشمنی ورزد، محبت کن نسبت به کسی که به او محبت کند، بغض بورز نسبت به کسی که به او بغض دارد و یاری کن کسی که یاور او باشد و رها کن کسی که او را رها ساخته و حق را با او برگردان هر جا که بگردد.

همان‌طور که در پاره‌گفته فوق می‌بینید واژگان «وال / والاه، عاد / عاداه، أحب / أحبّه،

أبغض / أبغضه، أنصر / نصره، أخذل / خذله، أدر / دار» به دو صورت کلامی تکرار شده

است. چون پیامبر ﷺ از ماجراهایی که بعد از حادثه غدیر برای امام علی علیه السلام در مسئله خلافت رخ خواهد داد، کاملاً آگاه بودند، از این ابزار زبانی در خطبه غدیر برای هشدار به بدطینتان استفاده و از دعا در حق یاری‌کنندگان علی علیه السلام استفاده کرده است.

یا در پاره‌گفته دیگر چنین می‌گوید: «کأنک بالموت و قد اختطفک اختطاف البرق» (دیلمی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۸۰)؛ گویی که مرگ تو را به سرعت برق می‌رباید.

در اینجا تک‌واژه «اختطف» به صورت مصدری هم تکرار شده است. یا «أیها الناس! لا یدع مدع، و لا یتمن متمن، والذی بعثنی بالحق نبیاً، لا ینجی إلا عمل مع رحمة...» (طبرسی، بی تا، ج ۸، ص ۱۳۴)؛ ادعاکننده‌ای ادعا ننماید و لطف‌کننده‌ای منت نگذارد، قسم به کسی که مرا به پیغمبری برانگیخت که تنها عمل همراه با رحمت نجات‌بخش است...

در عبارت فوق، دو تک‌واژه «یدع» و «یتمن» به دو صورت گفتاری تکرار شده است.

۵-۳-۱. تکرار در معنا بدون لفظ

تکرار در معنا بدون لفظ نیز علی‌رغم اینکه تأکید معنایی را می‌رساند، کارکردی کاملاً اقناعی برای متقاعدساختن مخاطب را ایفا می‌کند. برای توضیح و تبیین بیشتر به حدیثی که در ذیل آمده است، بنگرید: «... و أن تیسر لی امری و لا تعسر علی و تسهل لی مطلب رزقی...» (طوسی، ۱۴۱۱ق، ص ۲۵۸)؛ کارم را برایم آسان گردان و بر من سخت نگردان و درخواست روزی‌ام را آسان گردان.

پیامبر ﷺ با تکرار معنایی دو جمله «تیسر» و «لا تعسر» سعی در تشریح و تبیین و تثبیت هرچه بیشتر آن در ذهن مخاطب دارد؛ بنابراین تکرار معنایی علی‌رغم بار اقناعی که دارد، تأکید را نیز به دنبال دارد.

«ترادف» از دیگر موارد تکرار معناسست و تقریباً ۷۵ درصد یا سه‌چهارم تکرارهای پیامبر ﷺ از این نوع است. پیامبر ﷺ با آوردن دو مفرد یا بیشتر برای یک معنا، فضای آن معنا را به صورت کامل پر نماید، به این پاره‌گفته پیامبر ﷺ بنگرید:

«إن تقوی الله لمن عمل بها علی وجل و مخافة من ربّه» (محدث نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۶، ص ۳۴)؛ به‌راستی تقوای الهی از آن کسی است که به آن از روی ترس و خشیت از خداوند

عمل نماید.

در اینجا دو تک‌واژه «وجل» و «مخافة» هم‌معنایند. یا در پاره‌گفتی دیگر چنین می‌گوید: «یحارُ فيه الغافلُ الجهولُ و يذهلُ منه ذوالالباب والعقولُ...» (دیلمی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۸۰)؛ انسان غافل و جاهل در آن حیران می‌شود و انسان خردمند پریشان.

در اینجا تک‌واژه‌های «یحار» با «یذهل» و «ذوالالباب» با «العقول» مترادف‌اند. یا «إن الاختلافَ والتنازعَ والتشيطَ من أمر العجزِ والضعفِ، و هوَ ممَّا لا یحبُّه الله و لا یعطى علیه النصرَ والظفرَ» (ابن ابی‌الحدید، ۱۴۰۴ق، ج ۱۴، ص ۲۳۲) به‌راستی که اختلاف و درگیری و سستی از عجز و ناتوانی است و خداوند آن را دوست ندارد و نصرت و پیروزی به آن عطا می‌کند.

در پاره‌گفت فوق، تک‌واژه‌های «الاختلاف / التنازع»، «التشيط / العجز / الضعف»، «النصر / الظفر» با هم مترادف‌اند.

۲-۳-۵. توازی (parallelisme)

توازی یعنی ربط میان صورت‌های کلامی پیشین و پسین درحالی‌که هریک از این دو عنصر، مستقل و آزاد باشند و هریک نقش خود را انجام دهند. (عطاءالله، ۲۰۱۲م، ص ۱۹۷؛ بوقره، ۲۰۱۲م، ص ۱۴۶) مایکل هالیدی (M. Haliday) روابط منطقی و معنایی را که میان دو عنصر پیشین و پسین در ساختار توازی وجود دارد، در دو رابطه بسط و کشیدگی (expansion) و طرح‌ریزی (projection) منحصر می‌گرداند (عطاءالله، ۲۰۱۲م، ص ۱۹۷) که در ذیل به تشریح تطبیقی آن در گفتمان نبوی پرداخته می‌شود:

۱-۲-۳-۵. بسط و کشیدگی

جمله دوم با بسط و کشیدگی خود با روش‌های ذیل سبب اقناع مخاطبان می‌شود:

الف. توضیح دادن همراه با مثال زدن

به این گفته پیامبر ﷺ در گفتمان حجة الوداع بنگرید: «ألا إنَّ كلَّ رباً فی الجاهلیة موضوعٌ و أوَّلُ رباً أضعه ربا العباس و كلَّ دمٍ فی الجاهلیة مطلولٌ و أوَّلُ دمٍ أطله دمٌ عامر بن ربيعة بن الحرث بن عبدالمطلب» (محدث نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۳، ص ۳۴۵) ربای زمان جاهلی باطل است و من اولین ربایی را که مهر بطلان بر آن می‌زنم، ربای عمومی

عباس بن عبدالمطلب است و خون (انتقام‌گیری) زمان جاهلیت باطل است و اولین خونی که انتقامش را نمی‌گیرم، خون عامر بن ربیع بن حرث بن عبدالمطلب است. پیامبر ﷺ در این پاره گفته، ایده و نظر خود را دربارهٔ بطلان ربا و انتقام‌گیری، با آوردن تمثیل در جملهٔ دوم و چهارم که همان بطلان ربای عمویش عباس بن عبدالمطلب و بطلان خون عامر بن ربیع است، تقویت بخشیده است.

در برخی از گفتمان‌ها شاهد آن هستیم که پیامبر ﷺ با آوردن جملهٔ دوم، قصد تشریح بیشتر جملهٔ اول را دارد. درحقیقت، حکم جملهٔ دوم همان حکم جملهٔ اول است، اما با تعبیری متفاوت بیان کرده، مثل: «من يطع الله و رسوله فقد رشد. و من يعصيهما فقد غوى و فرط و ضللاً بعيداً.» (کلینی، ۱۳۶۵ ش، ج ۳، ص ۴۲۲)

در پاره گفتهٔ فوق، پیامبر ﷺ بیان می‌کند کسی که از خدا و رسولش اطاعت نماید، به هدایت دست یافته است، جملهٔ دوم همین مفهوم را دارد و لی با تعبیری متفاوت؛ یعنی کسی که از آن دو سرپیچی کند، گمراه می‌شود.

ب. گونه‌گون‌سازی

گوینده یک حکم کلی می‌دهد، بعد به تفصیل، به تشریح آن حکم می‌پردازد. درحقیقت، جملهٔ دوم گوینده، بدل جزء از کل یا بدل کل از جملهٔ اول اوست. به این پاره گفتهٔ پیامبر ﷺ در گفتمان فتح مکه بنگرید: «ألا إن مكة محرمة بتحریم الله، و هی محرمة إلی أن تقوم الساعة، لا یختلی خلاها، و لا یقطع شجرها و لا ینفر صیدها، و لا تحلل لقطتها إلا لمُتشد.» (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ج ۱۳، ص ۴۰۶)؛ به‌راستی که مکه با تحریم خداوند حرام شد تا اینکه قیامت برپا شود، علف‌های آن چیده نمی‌شود، درختان آن بریده نمی‌شود و شیء مفقود تنها برای کسی است که به‌دنبال آن می‌گردد.

در اینجا حکم کلی، تحریم مکه تا روز قیامت است. در جملات بعد، پیامبر ﷺ به جزئیات این حکم اشاره می‌کند، مانند «علف‌های آن چیده نمی‌شود، درختان آن بریده نمی‌شود، و گمشده آن تنها برای کسی است که به‌دنبال آن می‌گردد».

۱-۲-۳-۵. طرح‌ریزی

گفته‌پرداز، جملهٔ دوم را از میان جملهٔ اول طرح‌ریزی می‌کند. جملهٔ دوم معمولاً مقولی است که میان دو گیومه گذاشته می‌شود. با نگاهی به گفتمان‌های پیامبر ﷺ

درمی یابیم که پیامبر ﷺ از این تکنیک در خطبه غدیر برای گرفتن اذعان و اقرار جمعی استفاده کرده است. به این پاره گفته پیامبر ﷺ توجه کنید: «... فقال: أيها الناس من أولى الناس بالمؤمنين من أنفسهم؟ قالوا: الله ورسوله أعلم»، قال: إن الله مولاي وأنا مولى المؤمنين. وأنا أولى بهم من أنفسهم فمن كنت مولاه فعلى مولاه...» (إربلى، ۱۳۸۱ش، ج ۱، ص ۴۹)؛ گفت: ای مردم، چه کسی نسبت به مؤمنان و جانسان سزاوارتر است؟ گفتند: «خدا و رسولش آگاه ترند.» فرمود: خدا مولای من است و من مولای مؤمنان. من به آنان از خودشان سزاوارترم، پس هرکس که من مولای او هستم، علی مولای اوست.

پیامبر ﷺ در گفتمان فوق، ابتدا از آنان این اقرار را که پیامبر ﷺ از مسلمانان به جان و مالشان سزاوارتر است، می گیرد و آنگاه می گوید: «هرکس که من مولای او هستم، علی نیز مولای اوست» تا مسلمانان همان گونه که به ولایت پیامبر ﷺ تن در داده اند، به ولایت علی عليه السلام هم اقرار کنند.

۲-۳-۵. کنش های گفتاری (speech act)

آستین (Austin)، فیلسوف انگلیسی، نخستین کسی بود که به نقش های فعل و به تبع آن، جمله در فرایند گفتمان اشاره کرد. به گفته وی، فعل در بسیاری از موارد، فقط اطلاعات مبادله نمی کند، بلکه با خود عمل معادل است. برای مثال، وقتی شخصی می گوید «معذرت می خواهم»، عمل عذرخواهی اش درست موقعی به وقوع می پیوندد که این جمله را بر زبان می آورد. در چنین مواردی، «گفتن» برابر با «کنش» است و گوینده، با به زبان آوردن این جمله ها کاری انجام می دهد. آستین این فعل ها را «کنش» می نامد و آن ها را از فعل هایی که اطلاعات را به صورت غیرکنشی انتقال می دهند، متفاوت می داند (زرقانی و اخلاقی، ۱۳۹۱ش، ص ۶۳)

زبان برهان با نظریه کنش های گفتاری که متمرکز بر افعال است، پیوند می خورد؛ چراکه فعل در هر گفتمانی، در اقناع مخاطبان، نقشی استراتژیک و محوری دارد و حضور پررنگ آن در هر گفتمانی، به متن حرکت و پویایی می بخشد. (فرّوم، ۲۰۰۹م، ص ۱۲۶) پیامبر ﷺ با توجه به «بافت موقعیتی»، هوشمندانه دست به انتخاب افعال می زند تا پیام خویش را به مخاطبان منتقل کند. وی در اولین نشست تبلیغی خود که در جمع عشیره خود داشت، از «کنش های اظهاری» (Representative Act) استفاده می کند و

با افعالی نظیر «لا یکذب»، «ما غررتکم»، «لتموئن»، «کما تنامون»، «لُتبعئن»، «تستظظون»، «تُحاسئن»، «تعملون» و «لُتجزوئن» (نک: مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷، ص ۱۵۹) تعهد و باور خود را دربارهٔ درستی گزاره‌هایی که بیان می‌دارد، آشکار ساخته و به توصیف چگونگی وقایع و پدیده‌های جهان بیرون می‌پردازد. پیامبر ﷺ برای آنکه خاطر مهمانان را جمع کند که در این پیامی که بر آنان عرضه داشته است حيله و نیرنگی در کار نیست، از فعل‌های مضارع که جنبهٔ تأکیدی دارند و دیگر ادوات تأکید مثل «إن»، «نون تأکید ثقیله»، «لام» و «قسم» که از جنبهٔ برهانی و اقناعی زیادی برخوردارند، استفاده می‌کند.

وی در گفتمان فتح مکه با استفاده از کنش عاطفی (Expressive Act) موضع عاطفی و احساسی خود را دربارهٔ ساکنان مکه نشان می‌دهد: «ألا لبئس جیران النبئی کُنتم، لقد کذبتم، و طردتم، و أخرجتم، و آذیتم، ثم ما رضیتم، حتی جئتمونی فی بلادی تقاتلونی، اذهبوا فأنتم الطلقاء.» (ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹ش، ج ۱، ص ۲۰۹)؛ یعنی شما چه همسایگان بدی برای پیامبر ﷺ بودید، تکذیب می‌کردید، طرد می‌نمودید، بیرون می‌کردید، اذیت می‌کردید سپس راضی نمی‌نمودید تا آنجا که به دیار من آمدید و با من جنگیدید، بروید، شما از رهاشدگانید.

پاره‌گفتهٔ اول (ألا لبئس جیران النبئی کُنتم)، بیانگر کنش عاطفی است. پیامبر ﷺ برای بیان مصیبت‌ها و بلاهایی که ساکنان مکه بر سر وی آوردند، از افعال ماضی که جنبهٔ گزارشی دارند و گفته‌پرداز به حتمیت آن‌ها یقین دارد، استفاده می‌کند، مثل «لقد کذبتم»، «طردتم»، «أخرجتم» «آذیتم» و «ما رضیتم».

در پاره‌گفتهٔ فوق، می‌بینیم در کنار افعال ماضی، از فعل مضارع «تقاتلونی» و امر «اذهبوا» استفاده شده است. تعدد و تنوع در به‌کارگیری افعال این پاره‌گفته منجر به تعدد و تنوع در اغراض شده است. پیامبر ﷺ از غرض تقریری به تأکیدی سپس امر روی آورده است. این شیوهٔ بیانی سبب می‌شود که مخاطب، گفتمان خود را بر عقل و ضمیر مخاطب تحمیل نکند و مجالی برای تفکر و استدلال آنان باز نماید.

پیامبر ﷺ چون مبلغ فرامین الهی به بندگانش است، اسلوب تقریری خبری در کنش‌های گفتاری وی بسامد بیشتری از دیگر کنش‌های کلامی دارد. وی در اسلوب

خبری، بیشتر از جمله‌های شرطی استفاده می‌کند که جنبهٔ اقناعی آن زیادتر است؛ زیرا مخاطب با شنیدن فعل شرط، ذهنش را برای تشخیص جواب شرط به‌کار می‌گیرد. از اسلوب انشایی برای جلب توجه مخاطبان و تیزکردن اذهان آنان استفاده می‌کند. درحقیقت، وی برای دوری و اجتناب از یکنواختی در گفتمان که سبب خستگی و ملالت شنوندگان می‌شود، هم از اسلوب خبری و هم از اسلوب انشایی بهره می‌گیرد. برای مثال به این پاره گفته بنگرید:

«لا تحاسدوا و لا تناجشوا، و لا تباغضوا، و لا تدابروا، و لا یبِع بعضکم علی بیع بعض، و کونوا عبادَ الله إخواناً، المسلمُ أخو المسلمِ؛ لا یظلمُهُ و لا یُکذِّبُهُ، و لا یحقرُهُ، التقوی ههنا- و یشیرُ إلی صدره ثلاث مرّات- بحسب امریءٍ من الشرِّ أن یحقرَ أخاه المسلمِ علی المسلمِ حرامٌ: دُمُهُ و مَالُهُ و عَرَضُهُ.» (نک: مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۲، ص ۱۸۹) حسد نوزید، شایعه‌پراکنی نکنید، کینه نوزید، به یکدیگر پشت نکنید، کم‌فروشی نکنید، ای بندگان خدا برادر باشید، مسلمان برادر مسلمان است، به او ظلم نکند و به او دروغ نگوید و او را تحقیر نکند، به سینه‌اش سه بار اشاره می‌کند- تقوا اینجاست. برای شرارت مرد همین بس که برادر مسلمانش را تحقیر نماید، خون و مال و آبروی مسلمان بر مسلمان حرام است.

پیامبر ﷺ در شش جملهٔ آغازین گفتمان از اسلوب انشایی و در هشت جملهٔ پایانی، از اسلوب خبری استفاده کرده است.

پیامبر ﷺ از کنش‌های ترغیبی (Directive Act) نیز برای برانگیختن مخاطبان برای انجام یا ترک کاری بهره می‌گیرد. بسامد این نوع کنش‌ها در اواخر عمر پربرکت ایشان بیشتر است. دو فعل امر و نهی که اوستین آن‌ها را جزو کنش‌های گفتاری غیرمستقیم (perlocutionary act) قرار داده است، قدرت برهانی زیادی دارند و پیامبر ﷺ با استفاده از آن‌ها، مخاطبان را به انجام یا ترک فعلی دعوت می‌کند. شایان ذکر است که صیغه‌های امر و نهی برخلاف آنچه می‌پندارند دارای قوهٔ اقناعی نیست، بلکه صیغهٔ امر، قوهٔ اقناعی‌اش را از شخص امر می‌گیرد و نه از خود صیغه؛ چراکه امر دارای معنی «ترجی» است، هنگامی که امر از نظر شرعی شایستگی توجیه امر نداشته باشد (صولة، ۲۰۱۱م، ص ۳۸)

نتیجه‌گیری

ضمن بحث در دو حیطة نظری و تحلیلی که در پژوهش حاضر عنوان شد، این‌گونه استنتاج می‌شود که:

۱. باتوجه به اینکه منظورشناسی به بررسی کلام میان متکلم و مخاطب در روند گفتمان جهت تحقیق انگیزه ارتباطی معین بین طرفین می‌پردازد، می‌توان گفت که ارتباط میان زبان‌شناسی کاربردی و برهان ارتباطی میان عام و خاص است.

۲. غایت و فرجام هر برهانی آن است که عقل‌ها را درباره آنچه بر آن عرضه شده است، به اذعان وادارد یا بر درجه اذعان آن بیفزاید. پس مفیدترین و کاراترین برهان‌ها آن است که درجه اذعان آن نزد مخاطب به‌گونه‌ای باشد که وی را به انجام یا ترک عملی در زمان مناسب خود تحریک کند.

۳. رسول اکرم ﷺ برای اقناع و مقاعدساختن مردم و توجیه آنان، اغلب از شیوه‌های توجیهی که همان استراتژی اقناعی است بهره برده است. منطق و زبان در میان انواع کاریست‌ها، سهم بسزایی در بیان اندیشه‌ها و ایدئولوژی‌های ایشان در فراخوانی مردم داشته است.

۴. نکته مثبتی که در احادیث پیامبر ﷺ بایسته توجه است، اهتمام ایشان به مخاطب در محاوره با مردم است؛ چراکه انگیزه ایشان از خطاب قراردادن دیگران، خوانش آنان به سوی سعادت و آنچه به نفع آنان است، می‌باشد.

۵. پیامبر ﷺ از بهترین فضاهای مکانی خطبه، یعنی مقدمه و خاتمه، برای جلب مخاطبان، نهایت بهره‌برداری را می‌نمود.

۶. گفتمان‌های پیامبر ﷺ «ایستا» و «تک‌غرضی» نیست. وی در گفتمان‌های خود به‌طور مرتب، از غرض «تقریری» به «تأکیدی» سپس «امری» روی می‌آورد تا آن را سرشار از پویایی و حیویت کند.

۷. پیامبر ﷺ با بازکردن فضای گفت‌وگو در گفتمان‌های خود، مخاطبان را پویا می‌ساخت و آن‌ها را در گفتمان خود سهیم می‌ساخت. وی هم از اسلوب خبری و هم از اسلوب انشایی استفاده می‌کرد تا شنونده را از بحث خود گریزان و ملول نسازد.

پی‌نوشت:

* اقتناع در فرهنگ قدیم غرب نزد افلاطون به بیان سفسطه‌ها و ادله‌های عاطفی تأثیرگذار از جانب متکلم بر قوه خیال و احساسات مخاطب که عقل و قوه تفکر او را شامل نشود، اشاره دارد. (بلنجر، ۲۰۱۰م، ص ۹۲)

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. ابن ابی‌الحدید، شرح نهج‌البلاغه، قم: کتابخانه آیت‌الله مرعشی، ۱۴۰۴ق.
۳. ابن شهر آشوب، مناقب آل ابی‌طالب (علیهم‌السلام)، قم: انتشارات علامه، ۱۳۷۹ش.
۴. ابن فارس، احمد، معجم مقاییس اللغة، تحقیق و ضبط عبدالسلام محمدهارون، بی‌جا: الدار الاسلامیه، ۱۹۹۰م.
۵. ابن‌منظور، جمال‌الدین، لسان‌العرب، الطبعة الاولى، بیروت: دار صادر، ۱۹۹۰م.
۶. ایربلی، علی بن عیسی، کشف الغمّة، تبریز: مکتبه بنی‌هاشمی، ۱۳۸۱ش.
۷. ارسطو، الخطابیه، ترجمه عبدالرحمن بدوی، الطبعة الثانية، بغداد: دار الشؤون الثقافية، ۱۹۸۶م.
۸. امیری، شگردهای اقتناع زبانی در شعر ابوطیب متنبی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کاشان، ۱۳۹۳ش.
۹. بخاری، محمد بن اسماعیل، الصحيح، استنبول: بی‌نا، ۱۹۷۹م.
۱۰. بلنجر، لیونل، الالیات الحجاجیه للتواصل، ترجمه عبدالرفیق بورکی، الطبعة الاولى، الاردن: بی‌نا، ۲۰۱۰م.
۱۱. بوقرة، النعمان، الخطاب الادبی و رهانات التأویل قراءات نصیة تداولیة حجاجیة، الطبعة الاولى، الاردن: عالم‌الکتب الحدیث للنشر و التوزیع، ۲۰۱۲م.
۱۲. جاحظ، أبو عمر عثمان بن بحر، البیان والتبیین، الجزء الاول، تحقیق و شرح عبدالسلام محمدهارون، الطبعة السابعة، القاهرة: مکتبه الخانجی، ۱۹۹۸م.
۱۳. حرّ عاملی، وسائل الشیعة، قم: مؤسسه آل‌البتیة (علیهم‌السلام)، ۱۴۰۹ق.
۱۴. حمودی، محمد، «الحجاج و استراتجیة الاقتناع عند طه عبدالرحمن مقاربه أبستمولوجیة»، مجله حولیات التراث، شماره ۱۲، ۲۰۱۲م، ص ۱۰۹-۱۱۸.
۱۵. دبلمی، حسن بن ابی‌الحسن، ارشاد القلوب، بی‌جا: انتشارات دار الشریف الرضی، ۱۴۱۲ق.
۱۶. الرافعی، مصطفی صادق، تاریخ آداب العرب، تحقیق محمد سعید العریان، الطبعة الثالثة، القاهرة: مطبعة الاستقامة، ۲۰۰۱م.
۱۷. _____، اعجاز القرآن و البلاغة النبویة، بیروت: دارالکتب العربی، ۱۹۹۰م.

۱۸. زرقانی، سید مهدی، اخلاقی، الهام، تحلیل ژانر شطح براساس نظریه کنش گفتار، دو فصلنامه علمی پژوهشی ادبیات عرفانی، دانشگاه الزهراء شماره ۶، بهار و تابستان ۱۳۹۱، صص ۸۰-۶۱.
۱۹. الشهري، عبدالهادی بن ظافر، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية و تداولية، بی‌جا: دارالکتب الجديدة المتحدة، ۲۰۰۴م.
۲۰. صولة، عبدالله، فی نظرية الحجاج دراسات و تطبيقات، الطبعة الاولى، تونس: الشركة التونسية للنشر، ۲۰۱۱م.
۲۱. طبرسی، فضل بن حسن، أعلام الوری، تهران: دارالکتب الاسلامیه، بی‌تا.
۲۲. طوسی، محمد بن حسن، مصباح المتهجد، بیروت: مؤسسة فقه الشیعة، ۱۴۱۱ق.
۲۳. طوسی، خواجه نصیرالدین محمد بن محمد، أساس الاقتباس، تصحیح سید عبدالله انوار، چ ۱، تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۵.
۲۴. عسکری، ابوهلال، الصناعتین الكتابة و الشعر، لبنان: المكتبة العصرية، ۱۹۸۶م.
۲۵. _____، الصناعتین، تحقیق علی محمد البجاوی و محمد أبی الفضل إبراهیم، بی‌جا: دارالاحیاء الکتب العلمیه، ۱۹۵۲م.
۲۶. عطاءالله، محمد، الخطاب الحجاجی فی المقالات الاصلاحیه لمحمد البشير الابراهیمی، مقاربه لغویه دلایه، مذکره مقدمه لنیل شهاده الماجستير، الجمهوریه الجزائریه الیمنیه الشعبیه: جامعه الحاج لخضر- باتنه، ۲۰۱۲م.
۲۷. العبد، محمد، النص و الخطاب و الاتصال، الطبعة الاولى، القاهره، مصر: الاکادیمیة الحدیثه للکتاب الجامعی، ۲۰۰۵م.
۲۸. الغزوی، ابوبکر، اللغة و الحجاج، بیروت: مؤسسه الرحاب الحدیثه، ۲۰۰۹م.
۲۹. عشیر، عبدالسلام، عندما تتواصل نغیر مقاربه مقاربه تداولیه، بیروت: افریقا الشرق، ۲۰۰۶م.
۳۰. الغامدی، جمعان بن عبدالکریم، «الحجاج فی الخطبه النبویه»، مجله جامعه أم القرى لعلوم اللغات و آدابها، شماره ۱۰، ۱۴۳۴ق.
۳۱. فان دیک، النص و السیاق استقصاء البحت فی الخطاب الدلالی و التداولی، ترجمه عبدالقادر قنینه، بیروت: إفريقيا الشرق، ۲۰۰۰م.
۳۲. فروم، هشام، تجلیات الحجاج فی الخطاب النبوی دراسة فی الحجاجی فی وسائل الاقناع الاربعون النوویه-نموذجاً، جامعه الحاج لخضر باتنه، مذکره مقدمه لنیل شهاده الماجستير، فی اللغة العربیه، ۲۰۰۹م.
۳۳. فیروزآبادی، سید مرتضی، فضائل الخمسه من الصحاح الستّه، بی‌جا: ناشر اسلامیه، ۱۴۱۰ق.
۳۴. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۵ش.
۳۵. مجلسی، محمداقرا، بحار الانوار، بیروت: مؤسسه الوفاء، ۱۴۰۴ق.

۲۶۲ □ دو فصلنامه حدیث پژوهی، سال نهم، شماره هفدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۶

۳۶. محدث نوری، مستدرک الوسائل، قم: مؤسسة آل البيت علیہ السلام، ۱۴۰۸ق.

۳۷. محفوظی، خدیجه، بنیة المأفوظ الحجاجی للخطبة فی العصر الاموی، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: مذكرة لنیل شهادة الماجستير، جامعة متوری قسنطينة، ۲۰۰۷م.

۳۸. LONGMAN: LONGMAN Advanced American Dictionary، ج ۱، تهران: انتشارات رهنما، ۱۳۸۹ش.