

راهبردهای همبستگی پیامبر(ص) در گفتمان سیاسی غدیر

هوشنگ آقایی انامرزی^۱ روح‌الله صیادی نژاد^۲
بهرروز قربان زاده^۳ جواد محمدزاده^۴

چکیده

واژگان و کلمات در میراث گفتمان‌های اسلامی، مثل متون دینی، قرآن و خطابه‌های پیامبر(ص)، دارای مفاهیم و اهداف زبانی است که از منظر زبان‌شناختی اهمیت دارد. جریان گفتمان‌سازی با توجه به ظهور نحل‌های سیاسی متعدد، به واژگان و شگردهای جدیدی در رویارویی با مخاطبان مختلف نیازمند است. در پژوهش حاضر تلاش می‌شود با روش کتابخانه‌ای و تکیه بر روش توصیفی - تحلیلی، به بررسی خطبه سیاسی غدیر پرداخته شود تا راهبردهای ارتباطی حضرت در کانال‌های زبانی تبیین گردد. دستاورد تحقیق بیانگر آن است که پیامبر اعظم(ص) در گفتمانش، جهت تقریب عاطفی و تقلیل شکاف‌های اجتماعی، از توانش واژگانی و معجمی در قالب استراتژی‌های همبستگی استفاده منطقی نموده و فضای تعاملات زبانی را با توجه به معرفت و شناخت فیما بین، مدیریت کلامی می‌نماید تا موجب تشدید بار عاطفی کلامش شود. با توجه به راهکنش زبانی موجود در خطبه سیاسی غدیر و نحوه ارتباط با مخاطبان، پیامبر(ص) توانست پویایی خاصی به گفتمانش ببخشد و اهمیت و ارزش مخاطب خاصش را به دیگران متذکر شود.

■ واژگان کلیدی

پیامبر(ص)؛ غدیر؛ گفتمان سیاسی؛ راه‌کنش همبستگی؛ راهبردهای زبانی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. دانش‌آموخته دکتری دانشگاه کاشان و مدرس مدعو دانشگاه مازندران (بابلسر). houshang_15@yahoo.com

۲. دانشیار زبان و ادبیات عربی دانشگاه کاشان (اصفهان). Email: Saijadi57@gmail.com

۳. دانشیار دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجی بابلسر (مازندران). b.ghorbanzadeh@umz.ac.ir

۴. استادیار دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجی بابلسر (مازندران). J.mohammadzadeh@umz.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۸

۱. مقدمه

تحلیل گفتمان^۱ سیاسی به چگونگی کاربست زبان مخاطبان، با توجه به مؤلفه‌های قدرت و سلطه می‌پردازد که در زندگی سیاسی و محیط اجتماعی انسان‌ها تأثیری معنادار و پیوندی تنگاتنگ دارد، چون هر متنی در زمان و مکان خاصی تولید شده و از آن متأثر گردیده‌است (فرکلاف، ۱۳۹۹: ۱۱). گفتمان‌سازی، راهبردهای عملیاتی برای تبیین و آگاهی‌بخشی مفاهیم و مضامین جدید است. هر جا سخن از رویکرد تازه‌ای برای رفتاری غالب در سیاست باشد، به گفتمان‌سازی نیازمندیم. اهتمام به زبان و خطابه امری قدیمی بوده که پژوهش‌ها و تلاش‌های زیادی را در طول تاریخ به خود اختصاص داده‌است (آقاگل‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۱). امروزه گفتمان‌های سیاسی^۲ از رایج‌ترین، مؤثرترین و قوی‌ترین گفتمان‌ها در هدایت و کنترل جوامع انسانی به شمار می‌رود، چراکه سیاستمداران فصیح و بلیغ، برای تأثیرگذاری هرچه بیشتر بر مخاطبان و انتقال هرچه بهتر و آسان‌تر ایدئولوژی و پیام خویش، از روساخت زبان^۳ غافل نبوده و با گزینش کلمات و عبارات خاص، گفتمان‌سازی می‌کنند. بنابراین گفتمان‌های سیاسی با حوزه‌های گوناگون زبانی در ارتباطی متقابل و هم‌سو بوده که همدیگر را تقویت و پشتیبانی می‌نمایند (عبداللطیف، ۲۰۲۰: ۶۶). اسلام علاوه بر اهتمام به اعتقادات شخصی، راهکارهای عملی برای تمامی جوانب زندگی فردی و اجتماعی ارائه می‌کند که تبیین و اجرای آن برعهده پیامبر(ص) بوده‌است که با مدیریت رفتاری و اتخاذ استراتژی‌های مناسب، الگویی بی‌نظیر در حکومت‌داری، سیاست‌مداری، تعاملات زبانی و ارتباطات ملی و فراملی به جهانیان عرضه می‌کند. اعتبار و اهمیت گفتمان نبوی به این دلیل است که خطابه‌ها، نامه‌ها و سلوک رفتاری و کلامی ایشان، بعد از قرآن کریم، از پرارزش‌ترین منابع صدور احکام شرعی، در تعیین مواضع حساس و اضطراری میان امت بوده و به‌عنوان قله تفکر و اندیشه‌ورزی در تفسیر و تشریح آیات قرآن و تبیین‌کننده احکام عبادی، معادلات سیاسی و اجتماعی است (علی عید، ۲۰۱۱: ۳۳). در دنیای معاصر، با توجه به گستردگی روابط میان ملل و افراد اجتماع و با عنایت به اهمیت و کارکرد زبان در این حوزه‌ها، رفتارهای سیاسی و زبانی حضرت به‌عنوان الگویی ارزشمند قرار گرفت، چون تعاملات و رفتارهای سیاسی ایشان، مبنایی اصولی و معیار اخلاقی، انسانی و خاستگاه الهی دارد. کنش‌ها و راهبردهای زبان سیاسی و ارتباطی حضرت،

1. Discourse analysis
2. Political discourses
3. Surface Structure

توأم با صداقت و صراحت، سادگی و شجاعت، قاطعیت و ... بوده و از تمام ابزارهای ارتباطی رایج در دنیای سیاست در جهت تکامل انسان‌ها استفاده منطقی و مؤثر می‌کند. پیامبر (ص) تعمداً طول جملات و ساختار گفتمانش را کوتاه، مختصر و تعیین‌کننده بیان می‌کند که نقش کاربردی و تصویری عملی دارد (بن ظافر الشهري، ۲۰۰۳: ۱۸۰-۲۸۰).

حضرت، جهت تضامن و همبستگی^۱ با مخاطبان، از اسامی علم، منادی، اسم اشاره و با توجه به بافت موقعیتی، از ضمایر متعدد در گفتمانش تصویرسازی می‌کند تا موجب تحکیم قرابت، خویشاوندی و استحکام ارتباط فیما بین شود و با ایجاد نشاط اجتماعی، بر میزان انس و الفت میان مخاطبان می‌افزاید. با توجه به اهمیت سیاسی خطبه غدیر در جریان امامت و جایگاه حضرت علی(ع) در میان امت و شأن اهل‌البیت، لازم و ضروری است که گفتمان مزبور به صورت تخصصی در حوزه‌های زبانی و ارتباطی مورد مذاقه و تفحص قرار بگیرد، تا حقانیت امامت و شأن اهل‌البیت برای مخاطبان تبیین شود.

۱-۱. سوالات پژوهش

پژوهش حاضر تلاش می‌کند با گفتمان پژوهی، به تحلیل مؤلفه‌های زبان سیاسی و پتانسیل‌های موجود در خطبه غدیر بپردازد. بر این اساس، مقاله حاضر با شیوه کتابخانه‌ای و با تکیه بر روش توصیفی و تحلیلی، در پی پاسخگویی به سوالات زیر است:

۱. پیامبر(ص) چطور از مکانیسم و شگردهای زبانی در خطبه غدیر استفاده می‌کند؟

۲. چگونه توانش زبانی پیامبر اعظم موجب تقریب ذهنی و عاطفی فیما بین می‌گردد؟

۲-۱. پیشینه تحقیق

دیرینه‌شناسی موضوع راه‌کنش‌های گفتمان‌سازی مشخص می‌کند که تاکنون هیچ‌گونه پژوهشی در سطوح کتاب، پایان‌نامه و یا مقاله، در این ارتباط صورت نگرفته، اما تألیفاتی نزدیک به آن قلم‌فرسایی شده که به ترتیب اهمیت ذکر می‌شود.

کتاب *استراتیجیات الخطاب* (عبدالهادی بن ظافر الشهري) که انواع استراتژی‌های زبانی را با عنوان توجیهی، تلمیحی و تضامنی مطرح کرده و هر کدام را با کنش‌های زبانی تشریح می‌کند.

در حوزه مقالات و پایان نامه‌ها، بخش نخست، مطالعاتی است که به جنبه‌های فرمالیستی سخنان پیامبر(ص) پرداخته‌اند، همچون «استراتیجیات الخطاب فی الحدیث النبوی» اثر دلیله قسمیه که به توضیح و تبیین واژگانی و معجمی برخی از احادیث پیامبر(ص) پرداخته است.

بخش دوم، مطالعات و مقالاتی اندکی است که راجع به گفتمان‌ها و خطابه‌های پیامبر(ص) به ترتیب زمانی ذکر می‌شود.

- پایان نامه کارشناسی ارشد، با عنوان «لغة الحدیث النبوی وفق إستراتیجیات الخطاب، کتاب اللؤلؤ والمرجان أنموذجاً» توسط رضوان عبد الکریم الطاهر عمران و با راهنمایی سمیر شریف استیتیة در سال ۲۰۱۶ و در دانشگاه یرموک دفاع شده است. نویسنده ضمن شرح انواع استراتژی‌های زبانی، به این نتیجه دست یافت که پیامبر اکرم(ص) در گفتمان‌هایش، به توانش زبانی و بلاغی تکیه کرده تا گفتمان‌ش تأثیر بیشتری در مخاطب داشته باشد.

- رساله دکتری با عنوان «الخطاب النبوی الشریف فی الأربعین النبویة مقاربة تداولیة فی القصد والحمل والتقبل» توسط خالد ناصری و با راهنمایی جمال مجناح در دانشگاه المسیلة، در سال تحصیلی ۲۰۲۰ دفاع شده است. نویسنده با اتکا بر تأثیر یافت بر معنا، به تبیین کاربردشناسی گفتمان‌های پیامبر پرداخته و به این نتیجه دست یافت که غرض و غایت فکری و اندیشگانی در متن احادیث شریف، جهت مهم آن، کاربردشناسی زبان یعنی اقناع است.

- مقاله‌ای با عنوان «راهبرد زبانی قرآن کریم در اقناع مخاطب» توسط بهمن هادی‌لو در دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، در سال ۱۴۰۰ چاپ شده است. نویسنده مقاله صرفاً به ذکر جنبه‌های اقناعی گفتمان پیامبر(ص) با تمرکز بر روی پتانسیل‌های زیبایی‌شناختی در حوزه‌های بلاغی و شگردهای زبانی اکتفا می‌کند.

- مقاله‌ای با عنوان «واکاوی زبانی سیاسی پیامبر اعظم» اثر هوشنگ آقایی در مجله پژوهش‌های سیاست اسلامی، وابسته به دانشگاه امام صادق(ع) در سال ۱۴۰۱ چاپ گردید. نگارنده در این مقاله به بررسی و تحلیل منظورشناسانه زبان و مؤلفه‌های انتقادی زبان سیاسی در خطابه‌ها و گفتمان‌های پیامبر(ص) کاوش می‌نماید که پژوهشی بکر و بدیع است.

- مقاله‌ای تحت عنوان «استراتیجیات الإقناع اللغوی فی خطابات النبوی (ص) السیاسیة» اثر هوشنگ آقایی، در مجله بحوث اللغة اصفهان چاپ گردید. نویسنده در این مقاله، به تحلیل و بررسی

مؤلفه‌های زبانی، از جمله بینامتنیت^۱، و ابزارهای زبانی همچون استفهام، امر، و توانش بلاغی همچون استعاره، کنایه، ضرب‌المثل و مجاز در حوزه اقناع می‌پردازد. این پژوهش از قابلیت‌های زبانی در حوزه اقناع^۲ مخاطبان پرده برمی‌دارد، به طوری که موجب هدایت و ارشاد مخاطبان در گفتمان‌سازی می‌شود.

در پژوهش حاضر تلاش گردید با پردازش مؤلفه‌ها و شاخصه‌های زبانی و معجمی، به نوآوری و خلاقیت اهتمام شود که ساز و کارهای منظورشناسانه دارد؛ لذا ساختار مقاله برپایه آن تنظیم و تدوین شده است.

۲. مفهوم‌شناسی

۲-۱. راهبرد^۳

راهبرد، همچون سیاست، لفظی عام است و به مجموعه کردارهایی اطلاق می‌شود که اشخاص در زندگی روزانه، برای نیل به اهدافشان انجام می‌دهند. در حوزه زبان، شگردهایی است برای دستیابی به اهدافی که منجر به بهبود بکارگیری ارتباط در حیطه‌ای خاص می‌شود (العبد، ۲۰۰۵: ۴۹). اصطلاحاً راهبرد به مفهوم فرایند برنامه‌ریزی شده برای حصول به یک خط‌مشی و کنترل همه‌جانبه شرایط موردنظر برای مقابله با یک مشکل تعریف می‌شود. به مفهوم کلی، راهبرد عبارت است از دانش و هنری که با تمرکز بر طرح‌ها و ابزارها، در پی دستیابی به استراتژی سیاسی است (الایوبی، ۱۹۸۱: ۶)، چون هدفمندی در راهبرد، موجب تضمین وصول به اهداف شده و زمینه تحقق آن را به صورت عملی میسر می‌کند. در گفتمان‌سازی، با توجه به تمایل طرفین و اقتضای حال، ممکن است گفته‌پرداز از افعال زبانی غیرمستقیم، «گفتمان غیرصریح» در قالب راهبردهای تلمیحی و یا افعال زبانی صریح (مستقیم) در قالب استراتژی توجیهی و یا جهت تقریب اذهان و عواطف در قالب راهبردهای همبستگی استفاده کند. میزان بهره‌وری از راهبرد زبانی با میزان توانش کاربردی گفته‌پرداز، ارتباط مستقیم داشته، به طوری که هرچه مهارت گفته‌پرداز در گفتمان‌سازی بیشتر باشد، میزان به کارگیری انواع استراتژی‌های زبانی، افزون‌تر و سازگارتر خواهد بود و برعکس. در واقع، استراتژی شیوه‌ای در گفتمان‌سازی است که فرستنده پیام برای

1. intertextuality

2. persuasion

3. Strategy

اجرایی کردن اراده و بیان مقاصدش در پیش می‌گیرد تا اینکه درغایت، منجر به تحقق اهدافش شود (بن ظافرالشهری، ۲۰۰۴: ۵۴-۶۳).

به نظرمیشل فوکو^۱، راهبرد معانی متعددی دارد که هر کدام دارای بار معنایی خاصی است؛ فرایندی که فرستنده پیام، عبارات و کلمات را مناسب بافت کلام انتخاب می‌کند. مثلاً قبل از گفتمان‌سازی، سخنان و نحوه بازگویی آن و شکل انتقال معنای آن را به مخاطب برنامه‌ریزی می‌کند (یونس علی، ۲۰۰۷: ۱۴۸). راهبرد گفتمان‌سازی یعنی بهره‌مندی از شیوه‌های متناسب در خطاب به این‌که اراده افراد با استفاده از رفتارهای زبانی یا غیرزبانی، جهت دستیابی به هدفی خاص تجلی پیدا کند (بن ظافرالشهری، ۲۰۰۴: ۶۲). تعریفی که فوکو از راهبرد ارائه می‌دهد یک فرآیند ذهنی بوده که فقط با فکر و اندیشه می‌توان به آن رسید. اما راهکنش در گفتمان‌سازی یعنی گزینش کلمات، عبارات و سبک، متناسب با تعاملات زبانی است. بنابراین، قبل از ساختار هر گفتمانی، به کیفیت تولید آن و چگونگی ارسال و دریافت پیام توسط گفته‌یابان، تفکر و اندیشه‌ورزی می‌شود؛ لذا گفته‌پرداز تلاش می‌کند با جنگ کلمات^۲، سبک گفتاری بی‌نقصی را به کار بگیرد تا موجب اثبات حقی برای مخاطبان گردد (فرکلاف، ۱۳۹۹: ۸۴-۸۵).

۲-۲. راهبرد همبستگی

با واکاوی دانش بشری مشخص می‌شود که زبان در جوامع بشری از جایگاه مهمی برخوردار بوده و کارکرد آن در میان تمام فرهنگ‌ها و ملل گوناگون مورد تحلیل قرار گرفته‌است و اندیشمندان از ملت‌های متعدد، از جمله هندوها، رومیان، یونانیان، ایرانیان و اعراب، با ظواهر زبان و کاربرد آن را مورد بررسی و تحلیل قرار دادند (روبینز، ۱۳۷۰: ۱). ماحصل تلاش آن‌ها میراثی ارزشمند و غنی از اندیشه‌ورزی، تئوری‌ها، کتب و مقالاتی است که منجر به پیشرفت و رشد زبان‌شناسی گردید. یکی از برجسته‌ترین امتیازات زبان‌شناسی در سده‌های اخیر این است که اهمیتی شایسته در ارتباط با بسیاری از علوم دیگر همانند؛ دانش سیاسی، اجتماعی، روان‌شناسی، رفتارشناسی، ادبیات و ... بوده و از آن‌ها متأثر شده‌است (عظیمی، ۱۳۹۰: ۸۶). عوامل متعددی همچون؛ معیارهای اجتماعی در تعاملات زبانی و گفتمان‌سازی، قدرت و سلطه‌ورزی و چگونگی به‌کارگیری آن در طول گفتمان‌سازی، از عوامل تعیین‌کننده در انتخاب نوع راهبردها است. هدفمندی در

1. Michel Foucault

2. The war of The words

گفتمان‌سازی و معیارهای زبانی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در انتخاب روساخت‌های زبانی است که در تعیین نوع راهبردهای ارتباطی از جمله راهکنش همبستگی تأثیرگذار بوده و برای حسن تعامل و تحکیم ارتباط فیما بین تلاش می‌کند.

درابتداء در تعیین نوع راهبردها، میزان علاقه، صمیمیت و ارتباط فیما بین بسیار مهم است، چراکه نوع، اندازه و شکل پیام در اظهار احساسات و عواطف در تعاملات زبانی مؤثر است و در ثانی، عنصر قدرت^۱ و سلطه^۲ و یا هم‌شأنی دو طرف گفتمان‌سازی در تعیین نوع راهبردها تأثیرگذار است. از منظر اجتماعی، انتخاب نوع راهکنش زبانی غالباً به صورت عمودی با محوریت سلطه و قدرت و یا به صورت افقی با محوریت مؤلفه همبستگی صورت می‌پذیرد. میان رفتار تحکمی و قدرت‌محور با تعامل عاطفی و منطقی، ارتباط دوسویه وجود دارد؛ هرچه مقدار همبستگی بیشتر باشد، مقدار سلطه‌ورزی کمتر می‌شود و برعکس. در صورت دوم، گفتمان‌ها به صورت رسمی با الگوی تمایز و فاصله طبقاتی فیما بین اتفاق می‌افتد، اما در راهبرد همبستگی، عنصر قدرت‌ورزی و سلطه موجب افتراق عاطفی شده و از میزان همبستگی و مهرورزی می‌کاهد، زیرا محوریت استراتژی همبستگی بر اصول مضامین اخلاقی و اساس آن بر حفظ صداقت و عدم اغفال و تحریف در تعاملات زبانی است (بیرد، ۱۳۹۸: ۱۱). در راهبرد همبستگی، عناصری چون شباهت‌ها و تفاوت‌های اجتماعی، طول تکرار ارتباط، مقدار و اندازه شناخت قبلی طرفین پیام در گفتمان‌سازی تأثیر مستقیم داشته که در چگونگی تولید پیام و درک آن، سهمیم هستند بن ظافر الشهیری، ۲۰۰۴: ۲۵۴-۲۵۹).

۱۸۱

۳. پردازش تحلیلی موضوع

تعاملات ارتباطی در راهبرد همبستگی با علائم دیداری و نوشتاری زبان در قالب الفاظ، اصوات و با مؤلفه‌های زبانی همچون؛ علم، منادی، اسم اشاره، ضمیر و ... تبیین می‌شود تا موجب پیوند و انسجام عاطفی فیما بین شود. بکارگیری زبان صریح و مستقیم عناصر دیداری و شنیداری زبان، در راهکنش تضامنی به عنوان شاخص است؛ چون تمام استراتژی‌ها از طریق زبان اتفاق می‌افتد و هر زبانی، ابزار زبانی خاصی برای بیان مقاصدش دارد و با توجه به شرایط محیطی، با گفتمان‌های متعددی مواجه هستیم. تنوع در گفتمان‌سازی به مهارت و تسلط گفته پرداز به مؤلفه‌های زبانی و توانش زبانی رابطه مستقیم داشته که با توجه به بافت کلام، گفتمان سیاسی، اجتماعی و فرهنگی

1. the power

2. dominance

متناسب طراحی می‌کند (علی عید، ۲۰۱۱: ۷۹). تأکید راهکنش همبستگی بر عدم تحمیل بر مخاطب و تداوم ارتباط مؤثر بوده تا گفتمان‌سازی با رضایت فیمابین محقق شود. بر طبق این قانون، محوریت گفتمان‌سازی باید بر پایه مهرورزی و علاقه فیمابین باشد تا گفته یاب ملزم به فرامین یا خواسته‌ای نشود و آزادی در تصمیم‌گیری با محدودیتی مواجه نباشد (همان: ۲۵۸-۳۳۲). مؤلفه‌های راهبرد همبستگی عبارتند از:

۳-۱. کاربست علم

گاهی تعاملات زبانی به واسطه کسی مدیریت می‌شود که در مقام، رتبه، منزلت، سن، جایگاه و مسئولیت بالاتر از گفته یاب است و گفته‌پرداز به صورت مستقیم با مخاطب قرار دادن نام شخص، با وی در کنشی، مشارکت عملی می‌کند تا با اظهار همسانی در رتبه و درجه، از فاصله‌های موجود بکاهد و زمینه تقرب ذهنی و عاطفی را فراهم نماید. مثلاً در صدا و سیما، مجریان اخبار و حوادث، یگدیگر را با اسم مورد خطاب قرار می‌دهند تا احساس صمیمیت و الفت بیشتری در رسانه‌های ملی ایجاد نمایند و با تصریح به اسم یگدیگر، به دنبال کانونی بخشی احساسات و عاطفه مخاطبان هستند تا رضایتمندی آن‌ها در جریان گفتمان‌سازی تسریع و تسهیل شود، چون کفویت و همسانی در اجرای امری، گفتمان رسمی را به گفتمانی صمیمی و دوستانه تبدیل می‌کند که موجب تحکیم و وحدت بخشی ارتباط عاطفی و ذهنی فیمابین می‌گردد. به همین دلیل، داشتن مهارت کلامی و تسلط بر نقش تعاملی زبان، استفاده منطقی از زبان را توجیه می‌کند که منجر به همگرایی و هم‌افزایی در میان مخاطبان می‌شود. کنش زبانی با کارکرد اسم علم یکی از شگردهای زبانی است که گفتمان‌سازی با کمترین مؤلفه قدرت و سلطه صورت می‌پذیرد (بن ظافر الشهري، ۲۰۰۳: ۲۵۹-۲۶۱). لذا پیامبر اکرم (ص) جهت الگوپذیری مخاطبان، از این راهبرد استفاده کرده‌است.

به این پاره گفت بنگرید:

«مَعَاشِرَ النَّاسِ تَدَبَّرُوا الْقُرْآنَ وَأَفْهَمُوا آيَاتَهُ، وَأَنْظَرُوا مُحْكَمَاتَهُ، وَلَا تَتَّبِعُوا مَتَشَابِهَهُ، فَإِنَّ اللَّهَ لَنْ يُبَيِّنَ لَكُمْ زَوَاجِرَهُ، وَلَا يُوضِعَ لَكُمْ تَفْسِيرَهُ إِلَّا الَّذِي أَنَا آخِذٌ بِبَيْدِهِ وَمُصَعَّدُهُ لِي. وَشَائِلٌ بَعْضُهُ وَمُعَلِّمُكُمْ أَن مَن كُنْتُ مَوْلَاهُ فَهَذَا عَلِيٌّ مَوْلَاهُ، وَهُوَ عَلِيٌّ بِنَ أَبِي طَالِبٍ أَخِي وَوَصِيِّي، وَمَوَالَاتِهِ مِنْ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ أَنْزَلَهَا عَلَيَّ» (مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۳۷: ۲۰۹).

پیامبر(ص) با تصریح به نام علی(ع)، به دنبال بیان ابهت و عظمت ایشان است؛ لذا با راهکنش اسم علم، به دنبال همبستگی عاطفی و ذهنی در گفتمان سازی و بیان اهمیت و شأن ایشان است تا بستر فکری مخاطبان را در خصوص مقام و منزلت علی(ع) تبیین نماید. حضرت(ص) با صراحت گفتمانی، نام مخاطبش را با سازوکار علم بیان می کند و با نکوداشت، تمجید و تعظیم علی(ع)، حق امامت و ارجحیت ایشان را در امر ولایت تشریح می کند تا حقانیتش در زمامت و هدایت جامعه محقق گردد (هاشمی، ۱۳۵۸: ۱۳۳).

۳-۲. کاربست کنیه

تصویرسازی با کنیه یکی دیگر از سازوکارهای همبستگی در گفتمان سازی است. گفته پرداز با کاربست آن در خطابه های سیاسی، به دنبال تقلیل فاصله عاطفی و فیزیکی با گفته یاب است. پیامبر(ص) در آخرین خطبه خود، برای نشان دادن میزان تقرب روحی و عاطفی با علی(ع)، می فرماید او شایستگی سرپرستی امور مسلمین بعد از وی را دارد؛ لذا در گفتمانش از توانش کنیه بهره می گیرد.

به این پاره گفت توجه نمایید:

«قيل: رايْتُ وجهَ اللهِ يتَهَلَّلُ فرحاً وسروراً ثمَّ تبسَّم في وجهِ عليٍّ (ع)، فقال: يا ابا الحسن، فهل معك شيء؟ أزوجك به، فقال عليٌّ: فداك ابي وأمي والله ما يخفي عنك من امر شيء أملك سيفي ودرعی وناضح، فقال: يا ابا الحسن، فإنَّ الله قد زوجكها في السماء من قبل أن أزوجك في الارض» (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۴۳: ۱۲۳).

ساز و کار گفتمان سازی با کنیه، در موقعیتی است که نسبت به یگدیگر سابقه معرفتی دارند که موجب همبستگی، تشدید الفت و عواطف فیما بین می شود. راهبرد توانش ابوت و امومت یکی از شیوه های بسیار تأثیرگذار در گفتمان سازی است که ترسیم کننده اوج عاطفه و احساس فیما بین است؛ لذا پیامبر(ص) با توجه به حساسیت جایگاه علی(ع) در میان امت، از قابلیت کنیه در گفتمان غدیر بهره گرفت تا آحاد جامعه اسلامی با درک الفت و تقرب فیما بین، از عظمت و منزلت علی(ع) نزد پیامبر(ص) آگاه شوند تا در استمرار رسالت نبوی با تردید و گمراهی مواجهه نشوند و با انتصاب علی(ع) در امر امامت، به انتفاع مادی و معنوی نائل خواهند شد. راهبرد همبستگی با واژه «اب» قله مهرورزی و اوج عاطفه است، کنشی که بر میزان الفت و تقرب فیما بین می افزاید و مخاطبان با درک عظمت علی(ع)، جایگاه و شأن ایشان بعد از پیامبر(ص) در جامعه مسلمانان به منافع مادی و معنوی نائل می شوند (بن ظافر الشهري، ۲۰۰۴: ۳۰۰).

۳-۳. کاربست لقب

کنش لقب بیان کننده احترام فیما بین و یکی از سازوکارهای مؤثر در گفتمان سازی است که در ترسیم تعاملات صمیمانه و دوستانه کمک شایان می کند که تا حدی از فاصله های موجود کاسته و زمینه همبستگی و تقریب ذهنی را در گفتمان سازی فراهم می کند. راهکنش لقب با شهرت مخاطب گفتمان سازی می شود که علاقه و ملاحظت را تصویر سازی می کند. این استراتژی، پل ارتباطی عاطفی با گفته یاب است که راهبردی مؤثرتر و کارسازتر از اسم علم و کنیه در گفتمان سازی است؛ لذا در برخی بافت های موقعیتی، از شهرت و لقب مخاطب استفاده می شود که بار عاطفی مضاعفی را باز تولید می کند که پویایی خاصی به راه کار همبستگی می بخشد (همان: ۳۲۱).

به این پاره گفت توجه نمایید:

«أَلَا أَنَّهُمْ أَمْنَاءُ اللَّهِ فِي خَلْقِهِ وَحُكْمِهِ فِي أَرْضِهِ، أَلَا وَقَدْ بَلَّغْتُ، أَلَا وَقَدْ أَوْضَحْتُ الْإِلَهَ وَاللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ قَالَ: وَأَنَا قُلْتُ عَنْ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ، أَلَا أَنَّهُ لَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ غَيْرَ آخِي هَذَا، أَلَا لَا تَحُلُّ امْرَأَةُ الْمُؤْمِنِينَ بَعْدِي لَا لِأَحَدٍ غَيْرِهِ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۰۷-۲۱۱).

۱۸۴

در پاره گفت بالا، استراتژی لقب موجب تقلیل فاصله روحی و اجتماعی فیما بین شده که توانش لقب با پل ارتباطی عاطفی و احساسی به دنبال همگرایی و هم افزایی بیشتر با مخاطب است. ساز و کار و راهبرد لقب، ابزار زبانی است که گفته پرداز جهت تبیین اهدافش و برای عملی کردن مقاصد و اهدافش بهره می گیرد. توانش ارتباطی مبتنی بر علاقه و تعامل اخلاقی، شرطی مهم در تحقق راهبرد همبستگی است؛ لذا راهبرد ارتباطی که با انعطاف زبانی و مقارن با رعایت موازین رفتاری طراحی شود، بیشترین کارکرد تعاملی را در گفتمان سازی ایجاد می کند (بن ظافر شهری، ۲۰۰۴: ۳۲۲).

پیامبر(ص) در آخرین گفتماناش جهت ترسیم میزان تقرب روحی و عاطفی با علی(ع) می فرماید او شایسته سرپرستی امور مسلمین بعد ایشان است. در این پاره گفت، علی(ع) با راهبرد لقب امیرالمؤمنین خطاب می شود تا تمایز و ارجحیت ایشان برای مخاطبان گفتمان سازی شود. به کارگیری توانش علم در اشکال گوناگون (اسم، کنیه و لقب) تصویری متمایز از راهبردهای زبانی است که گفته پرداز با کاربست آن در گفتمان های سیاسی، قصد دارد تقارب عاطفی و فیزیکی خود را برای مخاطبان تبیین نماید تا با اثبات همگرایی فیما بین، موجب تضمین استمرار امر هدایت و رهبری جامعه مسلمانان به واسطه علی(ع) شود.

۳-۴. کاربست منادی

ادوات ندا یکی از شگردهای زبانی جهت تقلیل فاصله‌ها و ایجاد همبستگی فیما بین است. پیامبر (ص) در خطبه سیاسی و اجتماعی غدیر، برای نشان دادن منزلت علی (ع) می‌فرماید که او شایستگی سرپرستی امور مسلمین بعد از وی را داشته و از توانش منادی در اثبات گفتمانش بهره می‌گیرد (هاشمی، ۱۳۶۷: ۱۴۱).

به این پاره‌گفت بنگرید:

«مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنِّي قَدْ بَيَّنْتُ لَكُمْ وَأَفْهَمْتُكُمْ، وَهَذَا عَلَيَّ يَفْهَمُكُمْ بَعْدِي. أَلَا وَإِنِّي عِنْدَ انْقِضَاءِ خُطْبَتِي أَدْعُوكُمْ إِلَى مُصَافَقَتِي عَلَى بَيْعَتِهِ وَالْإِقْرَارِ بِهِ، ثُمَّ مُصَافَقَتِهِ بَعْدِي. أَلَا وَإِنِّي قَدْ بَايَعْتُ اللَّهَ وَعَلَيَّ قَدْ بَايَعَنِي. وَأَنَا أَخَذِكُمْ بِالْبَيْعَةِ لَهُ عَنِ اللَّهِ عَزَّوَجَلَّ: إِنَّ الَّذِينَ يُبَايِعُونَكَ إِنَّمَا يُبَايِعُونَ اللَّهَ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۰۸).

گفته‌پرداز در این عبارت با هنرمندی به دنبال تقلیل فاصله عاطفی و همبستگی بیشتر با مخاطب است؛ لذا عبارت «معاشر الناس» وظیفه مخاطبان را در امر ولایت و هدایت مردم مشخص می‌کند که علی (ع) بعد از ایشان، شأن حکومت و زمامت مسلمانان را برعهده داشته و با رویکرد جمعی، تکلیف اجتماع را تبیین می‌کند که با علی (ع) بیعت نمایند. پیامبر (ص) با ترسیم «معاشر الناس» در قالب راهبرد همبستگی، همگرایی و هم‌افزایی در اجتماع را در بیعت با (علی) برشمرده که موجب تولید قدرت در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ... می‌شود.

۳-۵. کاربست ضمایر

به‌کارگیری ضمیر یکی از شیوه‌های رایج در گفتمان‌سازی و به‌عنوان ابزار زبانی در راهبرد همبستگی است که موجب همگرایی و توسعه روابط اجتماعی و بسط آن، میان آحاد جامعه می‌شود. سیاستمداران در گفتمان‌سازی از قابلیت‌های زبانی ضمایر غافل نبوده و از این مؤلفه استفاده منطقی می‌کنند. ضمایر، سهم مهمی در تعمیق ارتباطات دارند (بیرد، ۱۳۹۸: ۷۱-۷۴). استفاده از ضمایر یکی از مؤلفه‌های زبانی در گفتمان‌سازی است که موجب ایجاد قرابت اجتماعی، اخلاقی و تشریک مساعی در روابط فیما بین است که علاوه بر بیان تعلق به یک طبقه خاص، موجب هم‌اندیشی و هم‌فکری در موضوعات مدنظر می‌شود. گفته‌پرداز تلاش می‌کند با کاربست ضمایر و اسم‌های اشاره، وابستگی مخاطب را به یک گروه خاص اعلام نماید تا اتفاق نظرش را با مخاطبش در آن موضوع به دیگران متذکر شود (بن ظافر الشهري، ۲۰۰۴: ۲۹۱-۲۸۸). در جایی

که گفته پرداز به دنبال ذکر ابهت و عظمت مخاطبش در گفتمان سازی است، ضمیر نقش بارز و برجسته‌ای در طراحی استراتژی‌های همبستگی، تحکیم، توسعه و گسترش روابط اجتماعی برعهده دارد که سیاستمداران جهت تصمیم‌گیری‌ها از ضمایر پرتکرار (مفرد، جمع) بهره می‌گیرند و تلاش می‌کنند مخاطبان را در حصول موفقیت‌ها سهیم نمایند (بیرد: ۱۳۹۸: ۷۷-۷۸).

ضمیر (انت) به‌عنوان مؤلفه همیاری و مساعدت، نمایانگر شدت صمیمیت و تقارب اجتماعی فیما بین است. این ضمیر بیانگر ارتباطی بسیار گرم و صمیمانه است. غالباً این ضمیر، میان دوستان، اعضای یک خانواده، هم‌قطاران شغلی که با هم ارتباط نزدیکی دارند، بیشترین کارکرد را در ارتباط همبستگی ایفا می‌کند. ساز و کار ضمیر (انتم) بجای (انت) توسط گفته پرداز، زمانی است که مخاطب در مقام و رتبه دارای منزلتی بیشتر و از هژمونی و سلطه برخوردار باشد که هدف آن جهت انتقال یک پیام رسمی همراه با احترام و پاسداشت مخاطب در گفتمان سازی است. ضمیر متصل «ک، گم و نا» به‌معنای ملکیت، جهت تضامن و همبستگی با دریافت‌کننده پیام است. ضمایر متصل، احساس و عواطفی مشترک در کنشی ایجاد می‌کند. پیامبر(ص) در این پاره‌گفت جهت ادای احترام از ساز و کار «گم» جهت انتقال یک پیام و تکریم مخاطب بهره می‌گیرد که از صمیمیت بیشتری برخوردار است (بیرد، ۱۳۹۸: ۷۰-۸۰).

به این پاره‌گفت توجه نمایید:

«مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنَّهُ آخِرُ مَقَامِ أُمَّةٍ فِي هَذَا الْمَشْهَدِ، فَاسْمَعُوا وَاطِيعُوا وَانْقَادُوا لِأَمْرِ رَبِّكُمْ، فَإِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ، هُوَ مَوْلَاكُمْ، ثُمَّ مِنْ دُونِهِ رَسُولُهُ وَنَبِيُّهُ، ثُمَّ مِنْ بَعْدِي عَلِيٌّ وَلِيُّكُمْ وَأَمَامُكُمْ بِأَمْرِ اللَّهِ رَبِّكُمْ، ثُمَّ الْإِمَامُ فِي ذُرِّيَّتِي مِنْ وَلَدِهِ إِلَى يَوْمِ تَلْقَوْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۰۷).

پیامبر(ص) برای احترام مخاطب از ضمیر «گم» برای بازتولید صمیمیت استفاده می‌کند. مؤلفه‌هایی همچون شباهت‌ها و تفاوت‌های اجتماعی، طول تکرار ارتباط، مقدار و اندازه شناخت دو طرف پیام، در گفتمان سازی و تفاهم متقابل، شاخص در راهبردهای همبستگی است (بن ظافر، ۲۰۰۲: ۲۵۹).

به این پاره‌گفت بنگرید:

«مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنَّهُ سَيَكُونُ مِنْ بَعْدِي أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ لَا يُنصَرُونَ. مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنَّ اللَّهَ وَأَنَا بَرِيئَانِ مِنْهُمْ. مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنَّهُمْ وَأَنْصَارَهُمْ وَأَتْبَاعَهُمْ وَأَشْيَاعَهُمْ فِي الدَّرَكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَيْسَ مَثْوَى الْمُتَكَبِّرِينَ. إِلَّا إِنَّهُمْ أَصْحَابُ الصَّحِيفَةِ، فَلْيَنْظُرْ أَحَدُكُمْ فِي صَحِيفَتِهِ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۱۱).

یکی از ویژگی‌های مهم گفتمان سیاسی غیریت‌سازی است که با ارجاع ضمائر انجام می‌شود. ضمیر «أنا - أنت» به هنگام تصمیم‌گیری و تعیین تکلیف در گفتمان‌سازی استفاده می‌شود که بلافصل و مستقیم، مخاطب را مورد خطاب قرار داده و بیان‌کننده مرزبندی سیاسی میان متکلم و مخاطب است که متولّی کار را دقیقاً مشخص می‌کند تا مخاطبان درک درستی از وظایف شان داشته باشند که ایشان ولی امر مسلمانان و سایرین مقید به اطاعت هستند (بیرد، ۱۳۹۸: ۷۴). گفتمان‌سازی به واسطه ضمیر، کنشی است که پیام در ذهن مخاطب تثبیت می‌شود تا شوق و نشاط در گفته‌پرداز ایجاد نماید و حضوری مداوم در ذهن مخاطب داشته و موجب ابهت و وقارش می‌شود. به همین دلیل، حضرت از ضمیر انعکاسی «ت، ی» پرتکرار استفاده می‌کند؛ چراکه ارجاع ضمائر، راهبردی مهم در تفهیم عقیده سیاسی است و بیانگر اقتدار صاحب گفتمان است. (الرفاعی، ۲۰۰۷: ۱۴۳).

به این پاره‌گفت توجه نمایید:

۱۸۷

«مَعَاشِرَ النَّاسِ، مَا قَصَرْتُ فِي تَبْلِيغِ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ تَعَالَى إِلَيَّ، وَ أَنَا أَمِينٌ لَكُمْ سَبَبَ هَذِهِ الْآيَةِ: إِنَّ جَبْرَيْلَ هَبَطَ إِلَيَّ مَرَارًا ثَلَاثًا يَأْمُرُنِي عَنِ السَّلَامِ رَبِّي - وَ هُوَ السَّلَامُ - أَنْ أَقُومَ فِي هَذَا الْمَشْهَدِ فَأُعَلِّمَ كُلَّ أَيُّضٍ وَأَسُودَ: أَنَّ عَلِيَّ بْنَ أَبِي طَالِبٍ أَخِي وَ وَصِيِّ وَ خَلِيفَتِي (عَلَى أُمَّتِي) وَالْإِمَامُ مِنْ بَعْدِي، الَّذِي مَحَلُّهُ مِنِّي مَحَلُّ هَارُونَ مِنْ مُوسَى إِلَّا أَنَّهُ لَا نَبِيَّ بَعْدِي وَهُوَ وَلِيُّكُمْ بَعْدَ اللَّهِ وَ رَسُولِهِ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۰۷).

در این پاره‌گفت، ارتباط و تعامل با دنیای خارج با کنش ضمیر ترسیم می‌شود تا با محوریت ضمائر، مقام و منزلت متکلم و مخاطب در گفتمان‌سازی بیان شود (بن ظافر، ۲۰۰۴: ۲۹۰). ضمیر، شکل و نوع گفتمان را مشخص می‌کند و تصویرسازی را در گفتمان‌ها به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم برعهده می‌گیرد. راهبرد ارتباطی پیامبر(ص) در گفتمان‌سازی به واسطه ضمیر به عنوان یک کلیدواژه مستقیم است؛ چون گفتمان‌های سیاسی مستقیم انس و الفت ایجاد می‌کند (الشریف، ۲۰۱۹: ۸۴). در پاره‌گفت بالا، استخدام ضمائر انعکاسی «ی» به صورت مستقیم، بیان‌کننده رهبری بی‌واسطه پیامبر(ص) بر منابع موجود، به کامل‌ترین وجه است (محمدداوود، ۲۰۰۳: ۹۵).

۳-۶. کار بست اسم اشاره

راهکنش اسم اشاره شگرد زبانی است که در آن، گوینده تلاش می کند که با احضار مسندالیه در اذهان مخاطبان، شگفتی و منزلت مشارالیه را به وضوح بیان کند تا دیگران پی به قرابت و عظمت آن‌ها ببرند (هاشمی، ۱۳۶۷: ۱۳۴).

به این پاره گفت توجه نمایید:

«ثُمَّ قَالَ: أَيُّهَا النَّاسُ، مَنْ أَوْلَىٰ بِكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ؟ قَالُوا: اللَّهُ وَرَسُولُهُ. فَقَالَ: أَلَا مَنْ كُنْتُ مَوْلَاهُ فَهَذَا عَلِيُّ مَوْلَاهُ، اللَّهُمَّ وَالِ مَنْ وَالَاهُ وَعَادَ مِنْ عَادَاهُ وَانصُرَ مِنْ نصرِهِ وَاخْذُلْ مَنْ خَذَلَهُ. مَعَاشِرَ النَّاسِ، هَذَا عَلِيُّ أَخِي وَوَصِيِّ وَوَعَايِ عِلْمِي، وَخَلِيفَتِي فِي أُمَّتِي عَلِيٌّ مِنْ آمَنَ بِي وَعَلَىٰ تَفْسِيرِ كِتَابِ اللَّهِ عَزَّوَجَلَّ وَالِدَاعِي إِلَيْهِ وَالْعَامِلُ بِمَا يَرْضَاهُ وَالْمُحَارِبُ لِأَعْدَائِهِ وَالْمُوَالِي عَلَى طَاعَتِهِ وَالنَّاهِي عَنِ مَعْصِيَتِهِ. إِنَّهُ خَلِيفَةُ رَسُولِ اللَّهِ وَ أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ وَالْإِمَامُ الْهَادِي مِنَ اللَّهِ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۰۹).

در این پاره گفت، حضرت با ساز و کار اسم اشاره «هذا» ولایت را حق علی (ع) دانسته که عظمت و منزلتش را به مخاطبان متذکر می شود. راهبردی که با توانش اسم اشاره جهت تشریح ولایت علی (ع) در جامعه مسلمانان تبیین می شود.

به پاره گفتی دیگر توجه نمایید:

«أَلَا إِنَّهُمْ أَمْنَاءُ اللَّهِ فِي خَلْقِهِ وَحُكْمِهِ فِي أَرْضِهِ. أَلَا وَقَدْ أَدْبِتُ. أَلَا وَقَدْ بَلَّغْتُ، أَلَا وَقَدْ أَسْمَعْتُ، أَلَا وَقَدْ أَوْضَحْتُ، أَلَا وَإِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ قَالَ وَأَنَا قُلْتُ عَنِ اللَّهِ عَزَّوَجَلَّ، أَلَا إِنَّهُ لَا «أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ» غَيْرَ أَخِي هَذَا، أَلَا لَا تَحِلُّ لِمَرَّةٍ الْمُؤْمِنِينَ بَعْدِي لِأَحَدٍ غَيْرِهِ» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۷: ۲۰۹).

حضرت با کنش اسم اشاره، انتهای اهتمام و رغبتش به علی (ع) را به دیگران متذکر شده و اهمیت و منزلت اهل البیت را بیان می کند. پیامبر (ص) با سازوکار «هذا»، تقریب فیما بین و اوج توجهش را به علی (ع) تصویرسازی می کند (هاشمی، ۱۳۵۸: ۱۳۴). در این پاره گفت تأکید می شود که علی (ع) از مقربان پیامبر (ص) است و در کنش های سیاسی، دارای شأن و منزلتی یکسان و متوازن با پیامبر (ص) است.

به نظر می آید که در یک محیط زبانی، گفته پرداز از دیالوگ های متعددی جهت برقراری ارتباط با گفته یابان استفاده می کند. غالباً سازنده پیام با شناخت مخاطب، هویت و شخصیت وی، تلاش می کند با ساز و کاری نزدیک با آن‌ها گفتمان سازی نماید راهبردی که موجی همبستگی، تقریب ذهنی و عاطفی با مخاطبان است و بر میزان الفت و تقریب فیما بین می افزاید تا با تقلیل فاصله ها

موجب تعمیق ارتباطات در گفتمان سازی محقق شود. پیامبر(ص) با راهبردهای همبستگی (عَلَم، منادی، ضمیر و اسم اشاره)، کنش های تأثیر گذاری را در گفتمان سازی ایجاد کرده است و با ترسیم استراتژی های متنوع در گفتمان سازی، همبستگی عقلانی، فرهنگی، عاطفی را در اجتماع ترسیم نماید و شکاف و فاصله های اجتماعی را تقلیل دهد.

۴. نتیجه

با توجه به رویکرد پژوهش، در دو عرصه نظری و تحلیلی، این نتایج مشهود است:

- پیامبر(ص) با توجه به اهمیت گفتمان سازی و تأثیر آن بر مخاطبان، از هنر همبستگی نسبت به سایر استراتژی های ارتباطی در گفتمان های سیاسی بیشترین استفاده را می نماید، چون از مقبولیت و اقبال عمومی بیشتری برخوردار بوده و شیوه های ارتباطی آن درونی است و با وجدان و فطرت مخاطبان تماسی نزدیک داشته و طول و ماندگاری گفتمان سازی ها را بیشتر کرده و نتیجه حاصل از آن با شک و تردید و همراه نخواهد بود.

- استفاده از اسامی عَلَم در قالب راهبرد همبستگی، به عنوان یک فرایند طراحی شده در گفتمان های سیاسی پیامبر(ص) به کار گرفته می شود و دورنمای ذهنی آن، جهت دستیابی به یک خط مشی و به عنوان راه های خاص برای حل یک مشکل سیاسی یا اقداماتی برای تبیین یک اصل سیاسی است.

- پیامبر(ص) برای تبیین دین و رسالت سیاسی، متناسب با مقتضای حال، از ابزار زبانی و هنرهای ارتباطی همچون منادی، ضمیر و اسم های اشاره جهت تأیید اهدافش استفاده بهینه می کند تا زمینه هدایت و ارشاد مخاطبان فراهم شود. امروزه سیاست گذاران به این نتیجه رسیده اند که جهت دستیابی به اهدافشان در عرصه های سیاسی و فرهنگی، باید از توانش زبانی، با توجه به ذائقه و علایق مخاطبان بهره گرفت.

- حضرت با اتخاذ راهبرد همبستگی موفق گردید، گره های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه هدف را حل نماید و با ترسیم تدابیر زبانی در قالب توانش ارتباطی و زبانی، مخاطبان را کنترل و هدایت نماید.

- سازوکارهای ارتباطی پیامبر(ص) صراحت بیانی و ساده گویی است؛ لذا مستقیماً از عناصر همبستگی همچون لقب و کنیه استفاده می کند تا موجب تلطیف خاطر مخاطبان و فزونی میل و رغبت آن ها شده تا موجب تسهیل گفتمان سازی شود.

- پیامبر(ص) در ارتباط و تعامل زبانی فیما بین، به دنبال تعامل و همبستگی منفعت طلبانه نبود. لذا از راهبرد همبستگی جهت اثبات هم‌پایگی و تساوی مقام و شأن با دریافت کننده پیام استفاده منطقی می‌نماید و تلاش می‌کند که فاصله‌ها را از میان برداشته و عواملی که موجب تشتت و پراکندگی است، مرتفع نماید.

- حضرت از راهبرد همبستگی به عنوان بهترین الگوی ارتباطی جهت بازتاب آن در زندگی روزمره مردم استفاده می‌کند تا موجب توسعه حق طلبی در جامعه شود و از میزان نقش سلطه و اقتدارگرایی در گفتمان سازی کاسته شود؛ چون به کارگیری راهبرد همبستگی در عرصه‌های اجتماعی موجب اخلاق‌مداری شده و بر سرعت تفاهم میان طرفین می‌افزاید و بر معرفت و شناخت اهداف یکدیگر کمک شایان می‌کند.

- یکی از دلایل اصلی توفیق پیامبر(ص) در گفتمان‌های سیاسی، رویکرد همگرایی و وحدت‌بخشی است. لذا پیامبر(ص) با منادا قرار دادن مخاطبان، قصد دارد شکاف و فاصله عاطفی خود را با آنان کمتر نماید و دست به نوآوری‌ای می‌زند که مسبوق به سابقه نیست. او قصد دارد تا مخاطبان را از حالت انفعالی خارج نماید و با پویا و فعال کردن آنان، قصد همراهی و هم‌نوایی با خود را دارد تا با دل و جان به سخنانش گوش فرا دهند.

منابع

قرآن کریم

۱. آقاگل زاده، فردوس، ۱۳۹۰، تحلیل انتقادی کلام، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
۲. الأیوبی، هیثم و آخرون، ۱۹۸۱، الموسوعة العسكرية، بیروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
۳. بن ظافر الشهري، عبدالهادی، ۲۰۰۴، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ليبيا، دارالكتب الجديدة.
۴. بیرد، ایدرین، ۱۳۸۹، زبان سیاست، ترجمه محمدرضا اصلانی، تهران، فرهنگ نشر نو.
۵. الرفاعی، عبدالوهاب، ۲۰۰۷، عالم الفكر، الكويت، مجله دوریه سنویه.
۶. روبینز، آر.جی، ۱۳۷۰، تاریخ مختصر زبان شناسی، ترجمه حق شناس، تهران، نشر مرکز.
۷. الشریف، ریم، ۲۰۱۲، خصائص الاستراتيجيات الاعلامية سيميولوجيات الخطاب و بنيته الصورة، القاهرة، المكتب العربي للمعارف.
۸. العبد، محمد، ۲۰۰۵، النص و الخطاب و الاتصال، القاهرة، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعية.
۹. عبداللطيف، کمال، ۱۳۸۸، چالش های گفتمان معاصر عربي، ترجمه جعفر حدادی، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۰. عظیمی فرد، فاطمه، ۱۳۹۰، زبان شناسی کاربردی، تهران، انتشارات آگاه.
۱۱. علی عید، عریب محمد، ۲۰۱۱، الخطاب النبوی فی ضوء اللسانيات الاجتماعیة، الاردن، کلیات الدراسات العليا.
۱۲. فرکلاف، نورمن، ۱۳۹۹، تحلیل گفتمان انتقادی، ترجمه روح الله قاسمی، تهران، چاپ هوران.
۱۳. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۴ هـ بحار الأنوار، بیروت، مؤسسه الوفاء.
۱۴. محمد داود، محمد، ۱۳۹۹، اللغة و السياسة مابعد ۱۱ سبتمبر، ترجمه هوشنگ آقای، تهران، انتشارات کوثر.
۱۵. الهاشمی، سید احمد، ۱۳۵۸ هـ جواهر البلاغه فی المعانی والبیان والبدیع، قم، انتشارات مصطفوی.
۱۶. یونس علی، محمد، ۲۰۰۷، المعنی و ظلال المعنی، أنظمة الدلالة فی العربية، الطبعة الثانية، دار المدار الإسلامی.



پښتونستان د علومو او انساني مطالعاتو فریښتی
پرتال جامع علومو انسانی