

مطالعات اسلامی: علوم قرآن و حدیث، سال چهل و هفتم، شماره پیاپی ۹۵
پاییز و زمستان ۱۳۹۴، ص ۲۷ - ۹

بررسی سازوکارهای زبان دعوت در سور مکی با توجه به عناصر زبان شناختی و نشانه شناختی*

مرتضی چراغچی

دانشجوی دکتری دانشگاه فردوسی مشهد و عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم

Email: mortazabashi@gmail.com

دکتر محمد حسن رستمی

استادیار دانشگاه فردوسی مشهد

Email: rostami@um.ac.ir

چکیده

طی فرآیند وحی، پیام الهی از جانب پروردگار متعال و از طریق شخص پیامبر به مردم ابلاغ می‌گردد. این پیام آسمانی از جنبه‌های مختلفی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد و از آن جمله مقوله دعوت خواهد بود. ما در این نوشتار به بعد زبانی دعوت در قرآن کریم و به طور خاص در سوره‌های مکی پرداخته‌ایم تا در راستای آن، ساختار زبان دعوت و سازوکارهای موجود در آن، از نظرگاه زبانشناسی و نشانه‌شناسی مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: زبان، دعوت، قرآن کریم، سور مکی.

*. تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۰۸/۲۶، تاریخ تصویب نهایی: ۱۳۹۳/۰۲/۲۰.

مقدمه

از جمله معضلاتی که جامعه‌ی امروز ما گرفتار آن است افزایش میزان اقبال اقشار مختلف جامعه به ویژه قشر جوان به فرهنگ غربی و سکولار و ارزش‌هایی منفی است که به صورت برنامه ریزی شده مورد تبلیغ قرار می‌گیرند. تداوم این وضعیت باعث می‌شود تا جامعه، به تدریج مسخ شده و هویت و استقلال خویش را از کف بدهد. در این شرایط پایین بودن درجه‌ی موفقیت در فرآیند امر به معروف و نهی از منکر در بعد دینی و اثربخشی ناقص و کم رنگ در جریان فرایند نهادینه کردن ارزش‌ها و دعوت به رفتارهای مطلوب در بعد فرهنگی به عنوان زنگ خطر به صدا در آمده است و اقدام عاجل فعالان در این عرصه را می‌طلبد.

ما به لحاظ دینی و فرهنگی مشکلی از حیث داشتن پشتوانه‌های قوی و غنی نداریم؛ زیرا دین مبین اسلام، کامل‌ترین ادیان بوده و فرهنگ ملی‌مان، دارای پسندیده‌ترین آداب و ارزش‌هاست. بنابراین پر واضح است که نقص و ضعف متوجه روش و شیوه‌ای است که برای تبلیغ و فراخوان و دعوت به ارزش‌های دینی و فرهنگی اتخاذ می‌شود. باید در راستای اعاده‌ی ارزش‌های اسلامی و فرهنگی‌مان در پی چاره و تدبیر بود.

انسان مخلوق پروردگار متعال می‌باشد و شناخت کامل ابعاد وجودی انسان تنها در انحصار خداوند است. دعوت توحیدی هم که در قرآن کریم مشاهده می‌شود و آدمی را به سوی حقیقت فرا می‌خواند، بر کامل‌ترین شناخت از آدمی و روحیات و شرایطش که همانا شناخت خدا از انسان است، استوار می‌باشد. پس چه بهتر و شایسته‌تر است که در این زمینه به تأسی و الگوبرداری از شیوه قرآنی بپردازیم. در خاتمه باید گفت که آنچه در اینجا به عنوان مسأله صورت‌بندی می‌شود تنوع و فوق‌العادگی تکنیک‌های زبانی دعوت و ساختار بیانی آن است که به طور خاص در سوره‌های مکی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این جستار از روش تحلیل ساختار زبانی بهره‌جسته‌ایم. در این راستا به تجزیه و تحلیل ساختار و قالب زبانی با تکیه بر مباحث فلسفه زبان و نظریات رایج در این حیطه پرداخته‌ایم. علاوه بر این برخی از قسمت‌ها در چهارچوب رویکرد نشانه‌شناسی سوسوری مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرند تا ابعاد و زوایای بیشتری از ظرفیت زبان قرآنی در این زمینه آشکار شود.

فرضیه‌ها

(۱) در قرآن کریم زبان دعوت تابع بافت و شرایط اجتماعی می‌باشد.

۲) زبان دعوت در قرآن کریم از نقطه نظر زبان شناختی دارای ظرفیت و سازوکارهای گوناگونی است.

پیشینه تحقیق

مقاله حاضر که از جهت موضوعی به عرصه‌ی قرآن پژوهی اختصاص دارد یک فعالیت بدیع و تقریباً بی‌سابقه در این حوزه محسوب می‌شود و علت آن تازگی رویکرد و رهیافتی است که در این پژوهش از آن استفاده کرده‌ایم؛ البته باید خاطر نشان کرد که تازگی رویکرد به کارگرفته شده به این اعتبار است که در حوزه‌ی قرآنی مغفول مانده است. از میان معاصران هم می‌توان از علامه محمد حسین فضل الله نام برد که در زمینه دعوت در قرآن صاحب اثر می‌باشد. کتاب «أسلوب الدعوة فی القرآن» که پژوهشی از ایشان در باب دعوت می‌باشد، همان‌طور که از نامش پیداست؛ بر اسلوب و روش دعوت متمرکز شده است و تحلیل ساختار زبانی دعوت با رویکرد مزبور در آن مشاهده نمی‌شود.

انواع زبان‌ها

برای سخن گفتن در باب انواع زبان‌ها باید سراغ ویتگنشتاین و فلسفه متأخر او رفت. او از پوزیتیویست‌های منطقی بود که در عرصه فلسفه زبان، انقلابی به پا کرد. فلسفه نخست وی را در رساله منطقی - فلسفی می‌توان یافت؛ اما او با نوشتن کتاب پژوهش‌های فلسفی، به نقد مبانی مطرح شده در رساله پرداخت. شعار معروف وی: «از معنا پرس بلکه از کاربرد پرس»، مربوط به فلسفه متأخر اوست. از دیدگاه وی زبان دارای کارکردها و نقش‌های متفاوت و متعددی است؛ نقش‌هایی از قبیل خبر دادن، تحریک کردن، سپاس‌گزاری، دعا، نفرین و براین اساس نمی‌توان تنها به یک نقش یا کاربرد زبان تأکید نمود و از سایر نقش‌ها و کاربردها غافل شد. او بیان می‌دارد که ما با بازی‌های زبانی گوناگونی روبرو هستیم. همانگونه که واژه‌ی «بازی» بر انواع بی‌شماری از امور که بازی شمرده می‌شوند، اطلاق می‌شود - زبان نیز چنین است. همانطور که در مورد بازی، یافتن یک تعریف جامع و مانع، یک بار و برای همیشه، دشوار و چه بسا غیر ممکن است، در این مورد نیز ارائه‌ی یک معیار منحصر به فرد و یک الگوی جامع و مانع کاری دشوار و چه بسا غیر ممکن باشد. ما با تنوعی از بازی‌های زبانی مواجه هستیم که تنها در درون یک شبکه‌ی خانوادگی قرار گرفته‌اند و با یکدیگر شباهتی

خانوادگی دارند. هر یک از این بازی‌ها با توجه به نقش خاص خود، زبان ویژه ای را به وجود می‌آورد و به دلیل تنوع این نقش‌ها و کارکردها، ما با تنوعی از زبان‌ها - «بازی‌های زبانی» - روبرو هستیم؛ زبان علم، زبان هنر، زبان فلسفه، زبان دین و... (علیزمانی، ۲۲۴)

زبان دین و زبان دینی

گاهی مشاهده می‌شود که محققان میان زبان دین و زبان دینی تفاوت قائل می‌شوند. در این زمینه به این مسأله استناد می‌شود که گزاره‌های دینی در دو جنبه قابل بررسی می‌باشند: الف) مجموعه گزاره‌های وحیانی که از سوی خداوند متعال بر پیامبر نازل شده است. ب) مجموعه گزاره‌هایی که دیگران (افراد مؤمن و غیر مؤمن) درباره خداوند و ارتباط با او و بیان عقاید دینی به کار می‌برند، مانند روایات، دعاها، تحلیل‌های تفسیری و کلامی متکلمان و مفسران و دین شناسان.

با تفکیک میان این دو دسته گزاره‌ها، می‌توان گفت که زبان دین به بررسی زبان گزاره‌های دسته نخست و زبان دینی به دسته دوم می‌پردازد. زبان دین به این معنا مساوی زبان وحی قرار می‌گیرد. البته لازم به ذکر است که برخی به این تمایز اعتقاد نداشته و هر دو دسته را دارای خصوصیت واحدی می‌دانند. (ساجدی، ۲۶)

زبان دین

مسأله زبان دین و رابطه آن با واقعیت از جمله مباحثی است که در فلسفه دین مطرح می‌شود. این امر خود بخود باعث می‌شود تا هر چند مختصر، به نهضت پوزیتویسم منطقی و نوع رویکرد آن‌ها به این مسأله بپردازیم. تجلی این جریان در قرن بیستم و در میان حلقه وین بود. جریان مذکور که در سال ۱۹۲۲ م آغاز شده بود، تداوم و تکامل سنت تجربه‌گرایانه‌ای بود که دیوید هیوم، فیلسوف قرن هجدهم بنیان نهاد. این نهضت، زبان علمی و به طور خاص زبان علم تجربی را به عنوان زبان معیار برگزیدند و زبان‌های دیگر را در مقایسه با این زبان و ویژگی‌های خاص آن مورد ارزیابی و داوری قرار دادند؛ اعضای این حلقه‌ی علمی عقیده داشتند زبان علمی، زبانی ناظر به واقع است که قابلیت صدق و کذب دارد و چون تحقیق پذیر است، پس معنادار می‌باشد. گزاره‌هایی هم که در چهارچوب این زبان مطرح می‌شوند، چون آزمون پذیرند، معرفت بخش می‌باشند؛ بنابراین روشن است که پوزیتویست‌ها اصالت را به

تجربه داده بودند. در مقابل، آن‌ها زبان اخلاق، ادبیات و دین را بی معنا دانسته و به غیر شناختاری بودن گزاره‌های این حوزه‌ها، از جمله گزاره‌های دینی اعتقاد داشتند؛ زیرا آن‌ها برای تعیین اصالت گزاره‌ها، معیار تحقیق‌پذیری را وضع کرده بودند و در نتیجه گزاره‌هایی که با این معیار انطباق نداشتند، از جمله گزاره‌های دینی را، گزاره‌نما یا شبه‌گزاره خواندند. به زعم آنان، گزاره‌های دینی، شناختاری نبودند به این دلیل که واقع‌نما نبوده و قابلیت صدق و کذب نداشتند. به بیان دیگر، پرسش در مورد اینکه آیا چنین گزاره‌هایی قابلیت صدق و کذب با واقعیت را دارند یا نه، بی معناست؛ زیرا واقعیت یا مرجعی خارج از احساسات درون آدمی ندارند. این همان نظریه‌ی ابراز احساسات است که در زمره‌ی نگرش‌های غیر معرفت‌بخش نسبت به زبان دین قرار می‌گیرد. از دیگر دیدگاه‌های موجود در این زمینه، نظریه‌ی اسطوره‌ای و زبان نمادین هستند.

زبان قرآن

بی‌معنایی زبان دین و غیر شناختاری بودن گزاره‌های دینی که در قسمت قبل مورد بحث قرار گرفت، از سوی برخی اندیشمندان نظیر جان هیک رد شد؛ او اعلام داشت که ادعاهای دینی به صورت اصولی تحقیق‌پذیرند و صادق یا کاذب بودن قطعی آن‌ها به روش تجربی در جهان پس از مرگ روشن می‌شود (علیزمانی، ۲۶۳) همچنین می‌توان به برخی نگرش‌های زبان شناختی از جمله نگرش کنش‌گفتار آستین اشاره کرد که مستلزم معرفت‌بخشی گزاره‌های دینی است. (ساجدی، ۳۲۵) از سوی دیگر گفته می‌شود در صورت اعتقاد به عدم معرفت‌بخشی گزاره‌های دینی، شریعت الهی در زندگی فردی و اجتماعی تعطیل شده و به نقض غرض کتب آسمانی در هدایت آدمی می‌انجامد (همان، ۲۹۶) دلایل دیگری هم در این رابطه بیان شده که در این مجال کوتاه نمی‌توان به همگی آن‌ها پرداخت، اما از مجموع همگی آن‌ها این نتیجه حاصل می‌شود که زبان دین، معرفت‌بخش بوده و بی‌معنا محسوب نمی‌شود. از میان رویکردهای معرفت‌بخش به زبان دین می‌توان از نظریه زبان ظاهرگرا، زبان قوم، زبان تمثیل و زبان عرفی نام برد. براساس نظریه زبان ظاهرگرا، فقط به معنای ظاهری الفاظ قرآن تکیه می‌شود و آن‌ها در چهارچوب معنای لفظی و لغوی تفسیر می‌گردند. این نوع تفسیر، بر حمل قرآن بر معنای ظاهری آن‌ها در تمام موارد، از جمله واژه‌های مربوط به خدا و صفات وی تأکید دارد؛ اما این نوع زبان، بنا به اشکالاتی از جمله تجسیم خداوند، پذیرفتنی نخواهد

بود. مقصود از زبان قوم، صرفاً لغت قوم بدین معنا که اگر مردم، انگلیسی زبان باشند، پیامبر به زبان انگلیسی و اگر مردم عرب زبان باشند، به زبان عربی سخن می‌گوید - نیست، بلکه مقصود چیزی بیش از زبان صرف است؛ چنانکه علامه طباطبایی نیز استفاده از زبان قوم را افزون بر وحدت در نوع لغت، به معنای مراعات سطح فکری و فرهنگی دانسته است؛ یعنی محاورات و مکالمات، متناسب با فکر توده مردم باشد؛ بنابراین پیامبران به زبان قوم سخن گفته‌اند تا تبیین و تفهیم برای مردم صورت پذیرد. زبان تمثیل نیز با آکوئیناس آغاز شد و پس از وی، حامیان و منتقدانی یافت و همچنان با نام وی پیوند دارد. برطبق این نظریه، مشترک معنوی - (یکسانی دقیق معنایی یک لفظ در دو زمینه متفاوت) - و مشترک لفظی - (تفاوت و مغایرت تام دو معنای یک لفظ در دو زمینه مختلف) - نفی شد؛ اما تمثیل نیز که در حکم راه میانه‌ای بین مشترک معنوی و مشترک لفظی مطرح شده بود، مورد اشکال و انتقاد قرار گرفت و مقبولیت خود را از دست داد. سرانجام باید از زبان عرفی سخن گفت که شامل کاربرد روش‌های گفتاری از قبیل تمثیل، تشبیه، کنایه و رمز و استعاره می‌باشد. این، زبان تفاهم و تخاطب عرف عاقلان بوده و زبان قرآن را هم می‌توان از این نوع دانست؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شارع مقدس برای ابلاغ پیام خود به مردم، طریقی جز روش عاقلان را گزینش نکرده و زبان قرآن، زبان عرفی و به تعبیری دیگر زبان قوم است.

کارکرد ارتباطی زبان

فرآیند ارتباطی با منبعی شروع می‌شود که از میان تمام پیام‌های ممکن، یک پیام را انتخاب می‌کند. این پیام ممکن است به شکل کلمات شفاهی یا نوشتاری، نت یا نوشته‌های موسیقی، خود موسیقی، تصاویر، یادداشت‌های ریاضی، منطق ریاضی، حرکات بدن، حالات چهره یا شماری از دیگر اشکال موجود می‌باشد. (سورین و تانکارد، ۷۱) براساس دانش ارتباطات، در صورتی که پیام در جامه‌ی کلمات شفاهی و نوشتاری ظاهر گردد، در حیطه‌ی رمزهای کلامی قرار می‌گیرد؛ همین مسأله باعث می‌شود تا زبان به عنوان یک ابزار ارتباطی رخ نماید.

هر ارتباط متضمن وجود یک پیام، یک فرستنده، یک گیرنده، یک مرجع و یک رمزگان است و در این میان حضور پیام و گیرنده‌ی پیام ضروری است، اما فرستنده - مثلاً کسی که نامه‌ای را ارسال می‌کند - امکان دارد غایب باشد. می‌بایست توجه داشت که نباید نقش زبان را در یک فرآیند ارتباطی صرفاً به انتقال پیام تقلیل داد، زیرا زبان در جریان یک فراگرد

ارتباطی، کارکردهای دیگری هم مثل کارکرد عاطفی، زیبایی شناختی، کوششی و ... دارد. (چندلر، ۲۶۰) از این نظرگاه می‌توان دریافت که یک فراگرد ارتباطی در جهت تحقق مقاصد و منظوره‌های مختلفی شکل می‌گیرد؛ از جمله مهم‌ترین آن‌ها، ایجاد ارتباط به منظور تغییر نگرش‌ها، باورها، ارزش‌ها و یا رفتار مخاطبان است و به عبارت دیگر سعی در ایجاد دگرگونی‌های دلخواه. (فرهنگی، ۱/ ۳۵) در یک چنین فراگرد ارتباطی است که مقوله دعوت و فراخوان، موجودیت یافته و در بعد زبان تجلی پیدا می‌کند.

ویژگی‌های سوره‌های مکی

بطور کلی مفسران و قرآن‌پژوهان سه معیار برای شناخت و تفکیک سوره‌های مکی از مدنی قائل هستند: معیار نخست بر اساس مکان نزول است؛ یعنی سوره‌هایی که در مکه نازل شده‌اند، مکی محسوب می‌شوند. معیار دوم بر مبنای زمان است؛ به این معنا که سوره‌هایی که پیش از هجرت پیامبر (ص) به مدینه نازل شده‌اند، مکی می‌باشند. سرانجام معیار سوم مربوط به مقام سخن و به عبارت دیگر مردمانی است که مورد خطاب قرار گرفته‌اند؛ بر این اساس سوره‌هایی مکی شمرده می‌شوند که روی خطاب با مردم مکه دارند. نوشتار حاضر به حسب چهارچوب خاصی که پیش‌تر برایش ترسیم و تعیین شد، ناظر به معیار سوم است. در سوره‌های مکی عمدتاً خطاب‌ها «یا ایها الناس» و «یا بنی آدم» می‌باشد. (الجمیل، ۲۰۲؛ رامیار، ۶۰۲) سوره‌های مکی به لحاظ معنایی و محتوایی بیشتر بر مفهوم توحید و روز رستاخیز و تصویر کردن بهشت و دوزخ تکیه دارند. این سوره‌ها کوتاه و موجز بوده و حرارت در تعبیر و هماهنگی در واژگانشان دیده می‌شود. (رامیار، ۶۰۶) در مجموع وجه غالب خطاب قرآنی در مرحله مکی، توجه به انسان است به طور مطلق و با هدف جلب توجه دل‌ها به سوی کامل‌ترین دین می‌باشد. (الجمیل، ۱۷۵)

دعوت

دعوت در زبان عربی از ماده «دعا» می‌باشد؛ «دعا الرجل فلاناً» به این معنا است که آن مرد، فلان کس را صدا زد. (ابن منظور، ۴/ ۳۶۰) اما این وجه، مراد ما از دعوت نمی‌باشد. در این نوشتار مقصود از «دعوت»، فراخواندن فردی یا گروهی به امری می‌باشد؛ بنابراین «دعوت» به این معنا، دارای متعلق است. این حالت در زبان عربی با الصاق حرف ربط به ماده «دعا» پدید

می‌آید. با توجه به این مسأله، با چنین ساختاری: «دعا الرجل فلانا إلى الأمر» مواجه می‌شویم؛ همچنانکه سلطان فصاحت و بلاغت، حضرت علی (ع)، در خطبه جهاد، ضمن استفاده از این ساختار می‌فرماید: «ألا و إني قد دعوتكم إلى قتال هؤلاء القوم» (دشتی، ۷۴)، به این معنا که شما را به مبارزه - (با شامیان) - فراخواندم؛ بنابراین مراد از دعوت، در این جستار، فراخواندن به مسأله و امری می‌باشد و ذکر آن به صورت مطلق، از باب تساهل است و آن با عنایت به متعلق‌اش می‌تواند فراخوان به توحید و اخلاقیات و اصلاح و... در نظر گرفته شود.

دعوت به معنای فراخواندن به امری، دارای «داعی» و «مدعو» می‌باشد. این وضعیت، نظریه ارتباطی یا کویسن را تداعی می‌کند. او می‌گوید در هر ارتباط زبانی شش عامل را می‌توان در نظر گرفت: فرستنده که معادل «داعی» است و گیرنده که همان «مدعو» بوده و پیام که برابر با همان امر و مسأله‌ای است که بدان فراخوانده می‌شود. افزون بر این، از سه عامل دیگر هم یاد می‌کند: تماس، کد و زمینه. (چندلر، ۲۵۹) کارکردهای زبان، از طریق توجه و تمرکز بر هر یک از این عوامل ششگانه مشخص می‌شوند. چنانچه پیام با عنایت به فرستنده، مورد توجه و تمرکز قرار گیرد، با کارکرد عاطفی پیام سروکار خواهیم داشت و در صورتی که در فراگرد ارتباطی، گیرنده پیام یعنی مخاطب لحاظ گردد، کارکرد کوششی یا ترغیبی مد نظر خواهد بود و توجه به زمینه‌های تاریخی - اجتماعی و به عبارت دیگر موضوع، ناظر به کارکرد ارجاعی می‌باشد. در کارکرد هنری، خود پیام منظور نظر خواهد بود و در کارکرد همدلی، تماس و در کارکرد فرازبانی به کد یا رمزگان پرداخته می‌شود؛ بنابراین به تناسب موضوع، می‌توان از این الگوی ارتباطی و عوامل مؤثر در شکل‌گیری یک ارتباط زبانی، بهره جست.

اسلوب دعوت

مسأله دعوت رسماً به پیامبر (ص) ابلاغ می‌شود: «فادع واستقم» (شوری: ۱۵) و چنانکه در قسمت قبل روشن شد، در این فرآیند ارتباطی، یک فرستنده یا متکلم وجود دارد که به گیرنده یا مخاطب پیام داده و او را به معرفت یا عملی فرامی‌خواند و این از مضمون پیام برداشت می‌شود. در این فراگرد ارتباطی، فرستنده خداوند متعال بوده که به گیرنده یعنی انسان، پیام می‌فرستد. این ارتباط زبانی از طریق پیامبر (ص)، میان خداوند و انسان تحقق پیدا می‌کند. به این معنا که پیام الهی بوسیله نماینده او بر روی زمین به انسان‌ها ابلاغ شده و بدون کاستی یا اضافه‌ای انتقال می‌یافت. پروردگار متعال در خلال آیاتی به ترسیم روش دعوت برای

پیامبر (ص) می‌پردازد: «...ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...» (نحل: ۱۲۵)؛ یعنی ارتباطی که از طریق پیامبر (ص) با کفار قریش ایجاد می‌شود باید مشتمل بر این سه نکته یعنی حکمت، موعظه نیک و جدال با حجت (احتجاج) باشد. کلیت این اسلوب و روش ایجاد ارتباط برای دعوت یکنواخت است، زیرا پروردگار متعال پیش از این نیز در زمان موسی (ع)، نوع و کیفیت دعوت کردن را برای وی بیان می‌کند: «إِذْ هَبْنَا نُورًا لِمُوسَىٰ إِذْ هَبْنَا إِلَيْهِ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ، فَقَوْلًا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ» (طه: ۴۴-۴۲). خداوند متعال به موسی (ع) ابلاغ می‌کند که دعوت الهی باید آمیخته با نرمی و ملاحظت باشد و نتیجه آن خواهد بود که این ویژگی و دیگر خصایص متضاد آن در زبان دعوت هم جلوه‌گر می‌شود.

بررسی زبانی دعوت

لودویگ ویتگنشتاین، فیلسوف اتریشی-آلمانی، بنیانگذار نوعی خط فکری به نام فلسفه زبان معمولی بود. او عقیده داشت که مفهوم زبان به کاربرد واقعی آن بستگی دارد. زبان آنطور که در زندگی معمولی به کار می‌رود، نوعی بازی زبانی است؛ زیرا با استفاده از قواعد امکان پذیر می‌گردد؛ به عبارت دیگر، انسان‌ها با پیروی از قواعد، کارهای خود را با زبان انجام می‌دهند. دستور دادن و اطاعت، پرسش و پاسخ و توصیف وقایع، نمونه‌هایی از کاربرد معمولی زبان هستند که از قواعد پیروی می‌کنند و در نتیجه بازی‌های زبانی را می‌سازند. همانند بازی‌های معمولی چون شطرنج و پوکر، هر بازی زبانی دارای یک سری قواعد متفاوت است. بعدها جی. ال. آستین نظریه مهم «کنش گفتار» را مطرح کرد که شاگردش، جان سیرل به بازنگری و اصلاح در برخی موارد آن پرداخت. نظریه‌ی کنش گفتار بر پایه‌ی ساختار شده است که ویتگنشتاین و آستین بنیان نهادند. در این نظریه، عمل گفتاری، واحد اصلی زبان برای بیان معنا است و گفتاری است که مقصود را بیان می‌کند. (لیتل جان، ۲۰۹) سیرل در راستای این نظریه، عمل زبانی را به پنج طبقه تقسیم کرد که طبقه‌ی دوم آن «دستوری» نام دارد و اعمالی را شامل می‌شود که سعی دارند شنونده یا مخاطب را به انجام دادن کاری ملزم کنند. (لیتل جان، ۲۱۳؛ شمیسا، ۵۵) به عبارت دیگر، دعوت یک رفتار زبانی است که در آن داعی یا گوینده، انتظار دارد که مدعو یا شنونده، نه تنها او را درک کند، بلکه به خاطر آن به شیوه‌ی خاصی نیز عمل نماید؛ (لیتل جان، ۲۱۱) به عنوان مثال می‌توان به آیه شریفه «یا قوم مالی

أدعوکم إلى النجاة» (غافر: ۴۱) اشاره کرد که در آن مؤمنی از آل فرعون، در مقام داعی و متکلم، مشرکان و مدعوان را به نجات فرا می‌خواند و ضمن اینکه او با بیان: «أدعوکم إلى...» کار و فعلی انجام داده است، انتظار می‌رود که مخاطبان مشرک، به شیوه‌ی خاصی عمل کنند که در جهت مقصود گوینده قرار دارد؛ همچنان‌که حضرت علی (ع) نیز در خطبه جهاد می‌فرماید: «ألا و إنی قد دعوتکم إلى قتال هؤلاء القوم لیلا و نهارا...» (دستی، ۷۴)؛ ایشان با گفتار خویش که در اینجا یک کردار (= رفتار، کنش) زبانی محسوب می‌شود، کوفیان را به مبارزه با شامیان فرا می‌خواند؛ اما این فراخوانی و دعوت، بی پاسخ مانده و آنان مطابق با انتظار امام (ع) عمل نمی‌کنند و به همین سبب ایشان در ادامه بیانات خویش به این مسأله اشاره کرده و می‌فرماید: «فتواکلتم و تخاذلتم» (همان، ۷۴)، به این معنا که برخاستن به جهاد که مقصود و منظور امام از این دعوت بود، در رفتار کوفیان تحقق نیافت؛ و این همان چیزی است که آستین از آن با عنوان «فعل بعد گفتار» یاد می‌کند. (قائمی نیا، ۴۱). شایان ذکر است که به کنش گفتار - دعوت - از دیدگاه یک فعالیت ارتباطی نگریسته می‌شود (شمیسا، ۵۳) و عملکرد مخاطب مطابق با همان شیوه خاصی که مقصود و منظور گوینده است با کارکرد کوششی (ترغیبی) زبان که یا کویسن مطرح کرد، گره می‌خورد.

جلوه‌های دیگر دعوت

فراخوان و دعوت می‌تواند اشکال و جلوه‌های مختلفی به خود بگیرد، گاه با ترغیب در می‌آمیزد و گاه با ترهیب. اتخاذ هر یک از این دو حالت بر حسب موقعیت و شرایط می‌باشد، اما در هر صورت ماهیت آن فراخواندن به چیزی یا امری است. در این قسمت به عنوان نمونه به بررسی موارد «وعظ» و «انذار» می‌پردازیم.

در آیه شریفه: «قل إنما أعظکم بواحدة أن تقوموا لله مثنی و فرادی ثم تفکروا» (سبأ/ ۴۶)، فعل «أعظ» یک کنش گفتاری و از مصادیق دعوت و فراخوانی به کاری محسوب می‌شود؛ این کار دعوت و توصیه به قیام در راه خدا و تفکر کردن است. به دیگر سخن ارائه این توصیه و اندرز از سوی متکلم، یک دعوت و فراخوان به سوی آن چیزی است که از مخاطب انتظار می‌رود تا بدان جامه عمل بپوشاند و این مسأله معادل همان «فعل بعد گفتار» است که آستین تعریف کرده است. (قائمی نیا، ۴۱) اما گاهی نیز شرایط اقتضاء می‌کند که دعوت، حالت ترهیب به خود گرفته و در این قالب ظاهر شود. به عنوان نمونه به این آیه

شریفه توجه کنید: «یا قوم اِنی لکم نذیر مبین، اَن اعبدوا الله و اتقوه و اطیعون» (نوح: ۳). واژه‌ی «نذیر» در این آیه شاهد مثال ماست. عبارت «اَن اعبدوا الله و اتقوه و اطیعون» در آیه بعد، متعلق به «نذیر» می‌باشد. (أبی السعود، ۷/۷۷۱)

انذار در اینجا دعوت و فراخوانی محسوب می‌شود که توأم با هشدار است و برای اینکه در مخاطب تأثیرگذار باشد باید واجد شرطی مهم باشد که آن صداقت است. این نکته براساس نظریه‌ی ارتباطی گرایس قابل بررسی می‌باشد. پل گرایس یکی از فیلسوفانی است که به درک مخاطب از کلام و قوانین ارتباط‌های کلامی پرداخته است. نظریه استنباطی وی دارای اصولی چند می‌باشد که از آن جمله می‌توان به اصل کیفیت یا همان صداقت اشاره داشت. مطابق با این قاعده باید صداقت و اخلاص و صلاحیت گوینده محرز باشد. (الشهری، ۹۴؛ شمیسا، ۵۰). این ویژگی از جمله پیش‌شرط‌هایی است که در فرآیند ارتباط و تعامل با مخاطبان، بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد؛ بنابراین انبیای الهی، بدون استثناء دارای این صفت بودند، چه نوح (ع) که در این آیه دعوتش رنگ انذار و هشدار به خود می‌گیرد و چه دیگر پیامبران الهی، همگی متصف به صداقت، اخلاص و درستی بودند؛ کما اینکه خاتم انبیاء حضرت محمد (ص) نیز به محمد امین معروف بود و صداقت و درست‌کرداری و راستگویی ایشان در میان مکیان زبانزد بود؛ بنابراین زمانیکه آیه شریفه‌ی: «و اُنذر عشیرتک الاقربین» (شعراء: ۲۱۴) بر پیامبر (ص) نازل شد، ایشان به سمت ارتفاعات «صفا» آمده و پس از آنکه بر بالای آن قرار گرفتند، با صدایی رسا فرمودند: یا صباحاه قریش نزد پیامبر جمع شده و گفتند چه شده؟ فرمود: اگر به شما بگویم دشمن شبانه یا صبحگاهان بر شما حمله خواهد کرد، مرا تصدیق می‌کنید؟ همگان گفتند: آری؛ پس از آن پیامبر (ص) فرمود: «اِنی نذیر لکم...» (طبرسی، ۷/۳۲۲).

رابطه کانونی در حیطه دعوت

کانون در زبان‌شناسی کاربردی، عبارت است از کارکردی که رکن یا جزء حاوی یک امر مجهول، دارد. به عنوان مثال به نمونه‌های زیر توجه کنید:

الف) من یغیب الیوم؟

ب) یغیب الیوم خالد. (المتوکل، ۳۳).

این رابطه کانونی همان اسلوب پرسش و پاسخ است؛ به این صورت که پرسشی در خصوص مسأله‌ای طرح می‌شود. در این وضعیت آن رکن از جمله که دربردارنده یک امر

مجهول می‌باشد، تمام توجه مخاطب را به خود جلب کرده و در او حس کنجکاوی و ترغیب به وجود می‌آورد تا با دنبال کردن پاسخ، از مجهول به معلوم برسد. بنابراین میان رکن حاوی مجهول و پاسخ معلوم آن رابطه ای شکل می‌گیرد که تمام شعاع توجه را به خود جلب کرده و در یک نقطه یعنی در رکن مابه ازای معلوم، متمرکز می‌کند و به این ترتیب میان این دو رکن، یک رابطه‌ی کانونی برقرار می‌شود. در میان آیات شریفه قرآن نیز که به شکل گیری یک نگرش توحیدی فرا می‌خوانند، می‌توان این تکنیک را مشاهده نمود:

(الف) «قل من یرزقکم من السماوات و الأرض؟... قل الله» (سبأ/۲۴)

(ب) «قل من ینجیکم من ظلمات البر و البحر؟... قل الله ینجیکم منها و من کل کرب» (انعام/۶۴-۶۳)

(ج) «قل من یرزقکم من السماء و الأرض؟ أمن یملک السمع و الأبصار؟ و من یرج الحی من المیت و

یرج المیت من الحی؟ و من یدبر الأمر؟... فسیقولون الله» (یونس/۳۱)

در این آیات شریفه با آمدن رکن «من»، حس کنجکاوی در مخاطبان برانگیخته می‌شود و موجی از توجهات به سوی مابه‌ازای معلوم سرازیر شده و در یک نقطه کانونی یعنی یگانه خالق هستی متمرکز می‌شود؛ اما این برجستگی و جلب توجه در آیه سوم نسبت به دو آیه‌ی قبل چند برابر می‌شود:

من یرزقکم من السماء و الأرض؟ من یملک السمع و الأبصار؟

الله

من یرج الحی من المیت و یرج المیت من الحی؟ من یدبر الأمر؟ (یونس/۳۱)

در آیه فوق رکن حاوی ذات مجهول «من»، به طور متوالی و در قالب چند پرسش، وارد می‌شود. مسلماً برجستگی «الله» در این آیه، به مراتب بیش از دو آیه قبل می‌باشد زیرا به طور همزمان در کانون توجهاتی قرار می‌گیرد که از چهار منبع منبعث شده و هر یک حاوی

محمولی بنیادین و متمایز از دیگری می‌باشد؛ بنابراین تکنیک کانون در قرآن کریم که ریشه در روابط کاربردی زبان دارد (المتوکل، ۳۲)، به منظور دعوت و فراخواندن به معرفت توحیدی، از سوی پروردگار متعال به پیامبر (ص) ابلاغ می‌شود.

لحن و آهنگ در زبان دعوت

زبان دعوت در قرآن کریم دارای دو لحن متضاد است. گاه مشاهده می‌شود که لحنی تند داشته و گاه نیز دارای لحن و آهنگی نرم و لطیف می‌باشد. در این قسمت به بررسی این مسأله در خلال آیاتی چند می‌پردازیم.

براساس آیات قرآن کریم باید گفت که پیامبران و انبیای الهی مأمور بوده‌اند تا در وهله نخست با لحنی نرم و لطیف مردم را به توحید و ایمان به خدا، دعوت کنند. به عنوان مثال می‌توان به آیات: «إِذْ قَالَ لَهُمُ أَخُوهُمْ نُوحٌ أَلَا تَتَّقُونَ» (شعراء/۱۰۶) و «إِذْ قَالَ لَهُمُ أَخُوهُمْ هُودٌ أَلَا تَتَّقُونَ» (شعراء/۱۲۴) و «إِذْ قَالَ لَهُمُ أَخُوهُمْ صَالِحٌ أَلَا تَتَّقُونَ» (شعراء/۱۴۲) و «إِذْ قَالَ لَهُمُ أَخُوهُمْ لُوطٌ أَلَا تَتَّقُونَ» (شعراء/۱۶۱) و «إِذْ قَالَ لَهُمُ شُعَيْبٌ أَلَا تَتَّقُونَ» (شعراء/۱۷۷) و «وَإِنْ إِلْيَاسَ لَمَنْ الْمُرْسَلِينَ، إِذْ قَالَ لِقَوْمِهِ أَلَا تَتَّقُونَ» (صافات/۱۲۴-۱۲۳)، اشاره کرد. در این آیات اسالیب و زبان یکسان بوده و دائماً این وضعیت در آغاز هر دعوت تکرار می‌شود؛ تنها تفاوت میان آن‌ها در اختلاف اسامی انبیاء به عنوان داعیان الهی است. نرمی و لطافت در لحن زبان به خوبی مشهود است. تمامی پیامبران بدون استثناء در دعوت به تقوا و خشیت الهی، از ادات عرض «ألا» استفاده کرده‌اند. (ابن عطیه، ۴/۲۳۷؛ ابوحیان، ۸/۱۷۴) عرض، نوعی از طلب توأم با نرمی و ملاطفت است. (ابن هشام، ۱/۹۷؛ سیوطی، ۲/۱۶۸) از این گذشته در تمامی آیات به جز نمونه آخر، کلمه «أخوهم» آمده است که تداعی کننده‌ی روابط مسالمت آمیز، دوستانه و برادرانه می‌باشد. کلام پیامبران با این لحن نرم، علی‌رغم اینکه از مخاطبان می‌خواهد تا مطابق با انتظار عمل نمایند، در قالبی پیشنهادی و ترغیبی ارائه می‌شود؛ اما در دنباله‌ی همین آیات، وضعیت دقیقاً برعکس شده و لحن زبان تغییر پیدا می‌کند. به یکباره لحن نرم، به تند تبدیل شده و از اسلوب زبانی عرض، به ساخت امری می‌رسیم: «فَاتَّقُوا اللَّهَ وَ أَطِيعُوا» (شعراء/۱۰۸، ۱۲۶، ۱۴۴، ۱۶۳، ۱۷۹) ساخت امری آشکارترین شکل صدور فرمان بوده و جنبه تحکمی آن کاملاً ملموس است. این حالت آمرانه تنها به بیرون کشیدن کلمه «اتقوا» از هیئت «عرض» و ریختن آن در قالب امری: «اتقوا الله»، منحصر نمی‌شود، بلکه با دستور دادن علنی به انقیاد و

اطاعت کردن: «و أطيعون»، مؤکد می‌گردد؛ اما این تغییر لحن در زبان دعوت در پی علتی بوده است و باید به دنبال زمینه یا عواملی بود که باعث این اتفاق شده‌اند.

از آنجا که در آغاز دعوت هر یک از انبیاء، زبان، دارای لحنی نرم و لطیف است این نتیجه حاصل می‌شود که این مسأله به عنوان یک اصل و قاعده‌ی کلی در فرآیند ارتباط و دعوت به سوی خداوند، از جانب پیامبران رعایت می‌شود. پر واضح است که این راهبرد، باعث جذب مخاطبان می‌شود؛ اما باید دید چه زمینه یا زمینه‌هایی وجود داشته‌اند که باعث شده زبان دعوت در جایی دیگر لحنی تند به خود گرفته و با این کیفیت به مخاطبان عرضه گردد، چون اساساً فرستنده پیام، در خلاء، پیام خود را ارسال نمی‌دارد. توجه به سیاق از طریق آیات و قرآینی که در ادامه‌ی آیات دعوت آمده‌اند، به ما در آگاهی یافتن از زمینه‌های اجتماعی یاری می‌رساند و این همان کارکرد ارجاعی پیام است که یا کوبسن تعیین کرده است. در این راستا به آیات زیر استناد می‌کنیم: «أتنبون بكل ریع آیه تعبون و تتخذون مصانع لعلکم تخلدون و إذا بطشتم بطشتم جبارین» (شعراء/۱۳۰-۱۲۸).

این آیات دلالت بر آن دارد که مخاطبان بسیار مغرور و متکبر بوده و به قدرت مالی و جسمانی خود بالیده و در مقابل فرستاده خداوند گردن کشی می‌کردند. براساس مضمون آیات، آنان بر روی ارتفاعات و بلندی‌ها، کاخ‌ها و قصرهایی استوار و مستحکم بنا کرده و خود را جاودانه می‌پنداشتند؛ زیرا تصور می‌کردند که آن بناهای بلند و سربه فلک کشیده، آن‌ها را در مقابل مرگ نیز مصون می‌دارد. (سید قطب، ۵/ ۲۶۱۰) مشابه همین گردن کشی و تکبر و ستمگری و عناد و لجاجت را می‌توان برای مشرکان مکه متصور شد و اصلاً علت نزول این آیات و سخن گفتن در باب انبیای پیشین و اشاره به کیفیت برخورد اقوام و امت‌هایشان با آنان و اتخاذ استراتژی زبانی متناسب با این اوضاع و احوال به سبب وجود همین مشابهت در جریان دعوت به توحید بوده است و پروردگار متعال با نزول این آیات هم خواسته به نحوی پیامبر (ص) را دلداری دهد تا ایشان همچنان در مسأله دعوت ثابت قدم بماند و هم اینکه با اثبات این وضعیت و روحیه مشابه در مشرکان مکه، همین دستورالعمل و نسخه برای آنان تجویز شود؛ بنابراین با توجه به چنین زمینه‌ای، زبان دعوت از عناصر نرم و لطیف تهی گشته و لحن و آهنگی تند به خود می‌گیرد تا در ضمن ارائه ساخت امری و القای اجبار و الزام به مخاطب، حس غرور و تکبر وی را در هم بشکند.

بعد جانشینی و همنشینی در زبان دعوت

جانشینی و همنشینی از مفاهیمی هستند که ریشه در نشانه‌شناسی دارند. نشانه‌شناسی یک روش تحلیلی است که از سوی سوسور، زبانشناس سویسی و پیرس، فیلسوف آمریکایی به محافل علمی و زبانشناسی معرفی شد و به رشد قابل توجهی رسید. نشانه‌شناسی بیشتر به عنوان رویکردی که به تحلیل‌های متنی می‌پردازد، شناخته می‌شود. این نظریه، از همان آغاز با دو رویکرد متفاوت متولد شد؛ یکی مکتب سوسور و دیگری مکتب پیرس. ما در این قسمت در چهارچوب مکتب سوسور و مفاهیم موجود در روش او حرکت خواهیم کرد. علت این مسأله آن است که او عقیده داشت برای نشان دادن ماهیت مسأله نشانه‌شناسی هیچ چیز بهتر از مطالعه زبان نیست؛ او می‌گفت: زبان‌شناسی نسبت به مطالعه دیگر نظام‌های نشانه‌ای، بنیاد محکم‌تر و منظم‌تری فراهم کرده است. به همین علت مکتب نشانه‌شناسی سوسوری عمیقاً مبتنی بر مفاهیم زبان شناختی است. (چندلر، ۳۰)

براساس نظریه‌ی زبانشناسی ساختارگرای سوسور، با تقابل دوگانه‌ای روبرو می‌شویم که در یک طرف آن محور همنشینی بوده و در طرف دیگر آن محور جانشینی. تحلیل همنشینی «ساختار سطحی» یک متن را مورد مطالعه قرار می‌دهد و حال آنکه تحلیل جانشینی به دنبال تشخیص مجموعه‌های جانشینی مختلفی است که نشانگر «محتوای» متون هستند. در این مجال به تحلیل آیات و نمونه‌هایی براساس این دو رابطه‌ی یاد شده می‌پردازیم.

ابتدا با محور جانشینی آغاز می‌کنیم. سوسور در این خصوص گفته است یکی از مشخصات روابط جانشینی این است که آن‌ها در «غیاب» برقرارند؛ به این معنا که در غیاب دال‌هایی که همگی عضو یک مجموعه جانشینی هستند و فقط یکی از آن‌ها در متن حضور دارد، پدید می‌آیند. به آیه شریفه زیر توجه کنید: «لباس التقوی، ذلک خیر، ذلک من آیات الله» (أعراف/۲۶).

این آیه شریفه با خطاب: «یا بنی آدم» که به عنوان یک شاخصه و وجه غالب خطاب در سوره‌های مکی است آغاز شده و در بخش دوم آن که در اینجا بیان شده است به تقوا و خشیت و بطور کلی به ایمان و ثمرات آن فرا می‌خواند. ما نیز در چهارچوب رویکرد ساختارگرایی به تحلیل این آیه شریفه می‌پردازیم.

یکی از تقابلهایی که نه فقط در زبان عربی، بلکه در دیگر زبان‌ها وجود دارد - دوگانی خبری و انشایی است، بطوریکه با استعمال یکی، دیگری تداعی می‌شود؛ این مسأله از منظر

روابط جانشینی قابل بررسی می‌باشد.

آیه مذکور در اسلوب خبری بیان شده و مخاطب را چنانکه اشاره شد، به تقوا ورزیدن دعوت می‌نماید. ما به اسلوب خبری به عنوان یک دال حاضر و انتخاب شده در متن و آیه‌ی شریفه می‌نگریم؛ در مقابل، اسلوب انشایی - و بطور خاص، ساخت امری - به منزله‌ی یک دال غایب که امکان حضور در متن و بافت قرآنی را داشت، در زمره‌ی عناصر جانشین قرار می‌گیرد:

«اتقوا» = انشایی: «امر»

عرصه‌ی غیاب (لانگ)



«لباس التقوی، ذلک خیر، ذلک من آیات الله»: خبری سطح حضور (پارول)

چنین رابطه‌ای که خارج از چهارچوب گفتار است، ما را به عرصه لانگ وارد می‌سازد؛ یعنی در نظر آوردن تمام ظرفیت‌های زبانی موجود، که کاربر می‌تواند از میان آن‌ها گزینش کرده و شروع به سخن گفتن نماید. اتخاذ شیوه خبری در این آیه شریفه، پیام را که دعوت به تقواست، بدون اینکه حالت تحکمی و آمرانه داشته باشد به مخاطب و گیرنده ارائه می‌کند و حال آنکه وضعیت در اسلوب انشایی و قالب دستوری دقیقاً برعکس می‌باشد. در حالی که محور عمودی ناظر به روابط جانشینی است، محور افقی در چهارچوب بعد همنشینی می‌باشد. براساس روابط همنشینی متوالی، مقایسه میان دال‌ها و عناصر قبل و بعد، در زنجیره گفتار صورت می‌پذیرد.

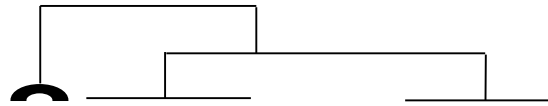
«المال و البنون زینة الحیاة الدنیا و الباقیات الصالحات خیر عند ربک ثوابا و خیر أملا»

(کهف: ۴۶)

با تأمل در آیه فوق و توجه به نحوه ترتیب عناصر همنشین، به دلالت‌هایی ضمنی می‌رسیم؛ در بخش نخست آیه با واژگان و دال‌هایی مواجه می‌شویم که در کنار یکدیگر چینش و همنشینی یافته‌اند. به این ترتیب نخستین گزاره در چهارچوب صورت بندی گفتمان قرآنی، شکل می‌گیرد و به مخاطب عرضه می‌گردد: «المال و البنون زینة الحیاة الدنیا». این گزاره که مانند نمایی از یک فیلم می‌باشد، با به تصویر کشیدن جاذبه‌های دنیوی و خاصیت فریبندگی‌شان دلالت بر این مسأله دارد که مال و ثروت و فرزندان، در زندگی دنیایی مثل زیور و زینت هستند. اسلام بهره مندی از زیور و زینت را تا یک حد متعارفی مجاز اعلام کرده است؛ از دیدگاه اسلامی مال و ثروت و فرزندان نیز به لحاظ ارزشی، چنین حکمی دارند. در

امتداد این سیر خطی، به نمای بعد می‌رسیم که در آن «الباقیات الصالحات» نقش مبتدا داشته و واژه «خیر» به عنوان حکم و خبر ظاهر می‌شود.

در راستای همنشینی این عناصر بر روی محور افقی، با رابطه‌ی مفاضله یا تفضیلی میان برخی از عناصر مواجه می‌شویم. این رابطه از ساخت تفضیلی واژه‌ی «خیر» نشأت گرفته و در امتداد همین سیر خطی و افقی میان یک یا چند عنصر به عنوان مفضّل، با یک یا چند عنصر دیگر به عنوان مفضّل علیه که در یک زنجیره گفتار همنشینی پیدا کرده‌اند؛ برقرار می‌شود.



{ المال و البنون زينة الحياة الدنيا و الباقیات الصالحات خیر عند ربك ثوابا و خیر أملا }
مفضّل علیه مفضّل ساخت تفضیلی

بنابراین محور همنشینی نیز در خدمت دعوت بوده و یک جنبه را برجسته‌تر کرده و آن را در بعد تبلیغاتی به منزله وجه ارجح معرفی می‌کند. همچنین استفاده از کلمه «الباقیات» در این زنجیره گفتاری، یک انتخاب معنادار بوده و به صورت غیر مستقیم و براساس التزام، بر زوال پذیری غیر خودش دلالت دارد. به این ترتیب مخاطب به «الباقیات الصالحات» فراخوانده می‌شود و به انجام اعمالی که مصداق آن شمرده می‌شود؛ ترغیب می‌گردد.

نتیجه‌گیری

(۱) در این نوشتار دریافتیم که «دعوت» دارای متعلق است و آن می‌تواند توحید، اصلاح، اخلاقیات و ... باشد؛ در ادامه این نتیجه حاصل شد که دعوت یک کنش زبانی محسوب شده و علاوه بر این، بنابه نظر آستین، یک «فعل بعد گفتار» را هم - به عنوان فعلی که بر گفتار (= دعوت) مترتب می‌شود - در پی دارد. به این معنا که گوینده (= داعی) با انجام کنش گفتاری دعوت، مخاطب را به انجام کاری وا می‌دارد.

(۲) از طریق نمونه‌های زبانی در آیات شریفه‌ی قرآن کریم روشن شد که اسلوب دعوت در ابتدا در چهارچوب ساختاری نرم و لطیف عرضه می‌شده و سپس به تناسب حال مخاطبان دستخوش تغییر شده و در قالبی متضاد و تند نمایان گشته است. ظهور و تجلی دعوت در اشکال ترغیب و ترهیب و با لحن و آهنگ لطیف و تند، مصداق این مسأله هستند.

(۳) یافتن تکنیک‌های زبانی مختلف از جمله «رابطه کانونی» در آیات قرآن کریم، ضرورت

اهتمام به مطالعات راهبردی و ظرایفی از این قبیل را در خلال عملیات دعوت و تبلیغ اقتضا می‌کند.

۴) دو روش تحلیل جانشینی و همنشینی در چهارچوب نشانه‌شناسی سوسوری، باعث برجستگی بیش از پیش پاره‌ای از موارد در سطح یک زنجیره گفتار از بافت قرآنی شدند. محور جانشینی توجه را به سمت رویه غیاب و بررسی و تمرکز در این رابطه سوق داد؛ و محور همنشینی ما را متوجه روابط و قواعدی کرد که تنها در ترکیب عناصر زبانی و چینش دال‌ها در کنار هم بروز پیدا می‌کنند. بر این اساس پی بردن به روابطی که میان دال‌ها و عناصر قبل و بعد در جریان یک توالی زمانمند برقرار شده است، بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

منابع

قرآن کریم

ابن عطیه، عبدالحق بن غالب، *المحرر الوجیز فی تفسیر الکتاب العزیز*، بیروت، دار الکتب العلمیه، ۱۴۲۲ ق.

ابن منظور، محمد بن مکرم، *لسان العرب*، بیروت، دار إحياء التراث العربی، الطبعة الثالثة، ۱۹۸۶ م.
ابن هشام، عبدالله بن یوسف، *معنی اللیب عن کتب الأعاریب*، تهران، نشر مؤسسه الصادق، چاپ اول، ۱۳۷۸.

ابوحیان، محمد بن یوسف، *البحر المحیط فی التفسیر*، بیروت، دار الفکر، ۱۴۲۰ ق.
ابی السعود، محمد بن محمد، *تفسیر ابی السعود المسمی ارشاد العقل السلیم إلی مزایا القرآن الکریم*، بیروت، دار الفکر للطباعة و النشر و التوزیع، بی‌تا.
الجمل، بسام، *پژوهشی نو در باب اسباب نزول قرآن*، ترجمه: سید حسین سیدی، تهران انتشارات سخن، بی‌تا.

چندلر، دانیل، *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه: مهدی پارسا، تهران، انتشارات سوره مهر، چاپ دوم، ۱۳۸۷.
دشتی، محمد، *ترجمه نهج البلاغه*، مشهد، انتشارات به نشر، چاپ سوم، ۱۳۸۲.
رامیار، محمود، *تاریخ قرآن*، تهران، مؤسسه انتشارات امیر کبیر، چاپ دوم، ۱۳۶۲.
ساجدی، ابوالفضل، *زبان دین و قرآن*، قم، مرکز انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۸۳.

سورین، ورنر جوزف و تانکارد، جیمز دبلیو، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، ۱۳۸۸.

سیوطی، عبدالرحمن بن ابی بکر، *البهجه المرضیه علی ألفیه ابن مالک*، قم، مؤسسه اسماعیلیان، الطبعة الثانية عشره، ۱۴۲۱ ق.

شمیسا، سیروس، *معانی*، نشر میترا، تهران، چاپ نخست از ویرایش دوم، ۱۳۸۶.
الشهری، عبدالهادی بن ظافر، *استراتیجیات الخطاب*، بیروت، دار الکتب الجدید المتحدہ، الطبعة الأولى، ۲۰۰۴ م.

طبرسی، فضل بن حسن، *مجمع البیان فی تفسیر القرآن*، تهران، انتشارات ناصر خسرو، ۱۳۷۲.
علیزمانی، امیرعباس، *خدا - زبان و معنا*، نشر آیت عشق (نگاه نو: کلام جدید)، چاپ اول، ۱۳۸۱.
فرهنگی، علی اکبر، *ارتباطات انسانی*، تهران، نشر خدمات فرهنگی رسا، چاپ دهم، ۱۳۸۵.
قائمی نیا، علیرضا، *متن از نگاه متن*، قم، نشر انجمن معارف اسلامی ایران، چاپ اول، ۱۳۸۰.
قطب، سید، *فی ظلال القرآن*، بیروت، دار إحياء التراث العربی، الطبعة السابعة، ۱۹۷۱ م.
لیتل جان، استیفن، *نظریه های ارتباطات*، ترجمه: سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میرحسینی، تهران، نشر جنگل، چاپ اول، ۱۳۸۴.
المتوکل، احمد، *اللسانیات الوظيفیه*، بیروت، دارالکتب الجدید المتحدہ، الطبعة الثانية، ۲۰۱۰ م.