

بررسی خطاب در قرآن بر مبنای مدل ارتباطی یاکوبسن با تکیه بر سه مخاطب «انسان»، «بنی آدم» و «ناس»

نازنین درویشی رکنی^۱

ارسلان گلفام^۲

علی حاجی‌خانی^۳

چکیده

یکی از روش‌های مؤثر در جلب توجه مخاطبان، خطاب قرار دادن مستقیم یا غیرمستقیم آن‌ها است که در قرآن کریم نیز از این شگرد برای تأثیر در مخاطب استفاده شده است. پژوهش حاضر به بررسی روشی می‌پردازد که قرآن عامه مردم را با واژه‌های «ناس»، «بنی آدم» و «انسان» مخاطب قرار می‌دهد و می‌کوشد با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی، سازوکار این مخاطب را بر اساس نظریه ارتباطی^۴ یاکوبسن^۵ مشخص کند. پس از بررسی قرآن، بیست‌ویک آیه با خطاب «الناس»، پنج آیه با خطاب «بنی آدم» و دو آیه با خطاب «الانسان» یافت شد و تلاش برای دستیابی به پاسخ این پرسش‌ها آغاز شد که: کدام یک از عوامل ارتباطی یاکوبسن در این آیات پررنگ‌تر است؟ شیوه بیانی قرآن در انتقال معنی به مخاطبان عام خود چگونه است و این شیوه چه رابطه‌ای با ساختار جملات دارد؟ نتایج نشان می‌دهند که در هشتاد و دو درصد از این خطاب‌ها، جهت‌گیری پیام به سوی شنونده است که بیانگر نقش ترغیبی آیات است. برای ندا به مخاطبان عام در هفتاد و هشت درصد آیات از شیوه بیان مستقیم استفاده شده است و بسامد شیوه بیان مستقیم دوبرابر شیوه بیان غیرمستقیم است. در بیان مستقیم بیشتر جمله‌ها با ساختار انشایی بیان می‌شوند و در بیان غیرمستقیم، جملات معمولاً ساختار خبری دارند.

کلیدواژه‌ها: قرآن، مدل ارتباطی یاکوبسن، انسان، بنی آدم، ناس.

*تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۴ | DOI: 10.29252/PAQ.8.2.49

۱- نویسنده مسئول: دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس، گروه زبان‌شناسی. n.darvishi@modares.ac.ir

۲- دانشیار دانشگاه تربیت مدرس، گروه زبان‌شناسی. golfamarsalan@gmail.com

۳- دانشیار دانشگاه تربیت مدرس گروه علوم قرآن و حدیث. ali.hajikhani@modares.ac.ir

4. communicative theory

5. Jakobson.R

مقدمه

قرآن کتاب آسمانی مسلمانان و معجزه‌ای از نوع فرهنگ است. این کتاب، گذشته از اعجاز مفهومی و ادبی خود، متنی زبانی است؛ بنابراین ظرفیت آن را دارد که از منظر زبان‌شناسی نیز مورد بررسی قرار بگیرد. از آنجا که قرآن کلام خداوند است، می‌توانیم بگوییم پیامبر به‌طور خاص و همه مردم به‌طور عام مخاطب آن هستند. یکی از روش‌های مؤثر در جلب توجه مخاطبان، خطاب قرار دادن مستقیم یا غیرمستقیم آن‌ها است که در قرآن نیز به آن توجه شده است. از آنجا که همه متون مقدس دارای ماهیتی تعلیمی هستند، شنونده و تأثیری که متن بر او می‌گذارد اهمیت دارد. جستار حاضر درصدد است تا کلی‌ترین، بی‌نشان‌ترین و عام‌ترین خطاب‌های انسانی در قرآن که در قالب واژه‌های «انسان»، «بنی‌آدم» و «ناس» بیان شده‌اند را برپایه مدل ارتباطی یاکوبسن، از نظر جهت‌گیری آیات خطاب و مستقیم یا غیرمستقیم بودن آن‌ها مورد بررسی قرار دهد.

هدف این پژوهش، پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- ۱- بر اساس مدل یاکوبسن جهت‌گیری آیات خطاب به‌سوی کدام یک از عوامل ارتباطی است؟
 - ۲- قرآن در مواجهه با مخاطبان عام خود از چه شیوه بیانی برای انتقال معنی استفاده می‌کند؟
 - ۳- بین ساختار جملات و شیوه بیان قرآن چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- این پژوهش می‌تواند در مطالعات تجزیه و تحلیل کلام و سبک‌شناسی قرآن مورد توجه محققان رشته‌های مطالعات قرآنی و زبان‌شناسی و زبان و ادبیات عربی قرار بگیرد.

۲ - پیشینه

تحقیقات متعددی در ارتباط با مخاطبان آیات قرآنی انجام گرفته است که بیشتر معطوف به مفاهیم آیات هستند. از میان آثار بررسی شده، برخی پژوهش‌ها بیشترین همبستگی را با مقاله حاضر داشتند که از بین آن‌ها می‌توان به مقاله محسنیان راد و آشنا (۱۳۹۰) اشاره کرد. نگارندگان، مخاطبان را در کتب قرآن و انجیل و تورات با هدف دستیابی به مخاطبان اصلی و فرعی، گزاره‌های هنجاری و مقایسه آن‌ها بررسی کرده‌اند. این مقاله به روش کمی-کیفی انجام شد و نتایج آن نشان می‌دهد که ۹۵٪ مخاطبان قرآن ذیل سه دسته پیامبر، عامه مردم و افراد و گروه‌های خاص مثبت جای می‌گیرند. ۹۳٪ مخاطبان تورات دو دسته پیامبر و یهودیان هستند و ۹۲٪ مخاطبان انجیل چهار دسته مسیحیان، افراد و گروه‌های خاص خنثی، حواریون، کاهنان و عامه مردم هستند. هم‌چنین نویسندگان، شش دسته مضامین هنجاری

در کتب مقدس را تعیین کرده‌اند و نشان داده‌اند که در قرآن ۸۷٪ گزاره‌های هنجاری مربوط به «وظیفه‌ها و منش‌ها برای تبلیغ دین و ارشاد» بوده‌است. شاهسوندی و خانه‌زاد (۱۳۹۱) عبارات خطابی قرآن را در سه مقوله عام، خاص و نبوی بررسی کرده‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که خطاب‌های نبوی در مقایسه با دو مقوله دیگر بیشترین فراوانی را داشته‌است. معماری و غلام‌زاده (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی توصیفی به بررسی اسلوب خطاب و تأثیر آن بر تبیین معارف قرآنی می‌پردازند. نتایج بیان می‌کنند که خداوند برخی از معارف مهم‌تر را با مخاطب ساختن پیامبر، غیرمستقیم به مردم ابلاغ می‌کند. هم‌چنین بسیاری از آیات با مخاطب قراردادن انبیا و اقوام گذشته، غیرمستقیم پیامبر و مؤمنان را خطاب قرار می‌دهد و برخی از آیات خطابی، دلالت خاص بر پیامبر و شماری از مؤمنان یا غیرمؤمنان دارد و برخی دیگر، عموم مخاطبان خود را شامل می‌شود. سیدی و کاظمی تبار (۱۳۹۳) خطاب‌های خداوند به پیامبر اسلام را در آیه‌های مکی و مدنی از نظر سبکی بررسی کرده‌اند. در این پژوهش خطاب‌های قرآن به انواع گوناگون ندا، امر، نهی، استفهام، خبر و شرط تقسیم شده‌است. در بخش نتیجه ذکر شده که ندهای خداوند به پیامبر اسلام در جهت ممتاز کردن ایشان نسبت به سایر پیامبران بوده؛ لذا هرگز ایشان را به نام خطاب نکرده و همواره به القاب خوانده‌است. هم‌چنین بیشتر خطاب‌هایی که به شکل نهی هستند، معنای مجازی دارند. سلطان‌آبادی (۱۳۹۵) به نشانه‌شناسی خطاب در قرآن، به روش توصیفی پرداخته‌است. در این پژوهش ابزارهای خطاب در قرآن و نیز پربسامدترین خطاب‌ها با مخاطبان‌شان معرفی گردیده، سپس کارکردهای خطاب از منظرهای متفاوت همچون دستور، گفتگو، تقاضا، نیایش، دعا و هشدار بیان شده‌است. هم‌چنین آیات خطابی و موقعیت هویت مخاطبان قرآن، از دیدگاه نشانه‌شناسی ارتباط بررسی شده‌است. از میان انواع خطاب‌های قرآن، محتوای خطاب «یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا» در پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد قاضی عسکر (۱۳۹۶) مطالعه و مشخص شده‌است که کمتر از نیمی از خطاب‌های «یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا» مشتمل بر احکام شرعی هستند که در آیات مدنی آمده‌اند و بر اساس آن‌ها، اموری واجب و اموری حرام معرفی می‌شوند. پژوهش حاضر تنها بر زبان قرآن تکیه دارد و تلاش می‌کند قرآن را، فارغ از تأثیر محتوای آیات، به‌عنوان متنی ادبی بررسی کند. این پژوهش تنها بر ساختار زبانی قرآن در عام‌ترین شکل خطاب تکیه دارد و رابطه آن با مخاطب را صرفاً از منظر صوری و ساختمان جمله بررسی می‌کند.

۳- روش پژوهش

متن مورد بررسی در این پژوهش، قرآن است و خطاب‌های موردنظر، با توجه به تمام سوره‌های قرآن و بررسی همه آیات و به روش کتابخانه‌ای گردآوری شده‌است. تقسیم‌بندی‌هایی که در اغلب کتب سنتی مطالعات قرآنی، مانند «الاتقان فی علوم القرآن» سیوطی و «البرهان فی علوم القرآن» زرکشی از آیات خطاب شده‌است، اغلب بدون روش‌شناسی و ملاک‌های محدودکننده برای انواع خطاب است. این تقسیمات بدون حصر عقلی و بالغ‌بر چهل نوع است. این اقسام مغشوش ذکرشده در کتب سنتی را می‌توان با توجه به هدف پژوهشگر و چشم‌انداز مطالعاتی او، چون گستره مخاطبان (عام و خاص)، ساختار جملات خطاب (امر، نهی، استفهام و...)، اهداف کاربردشناختی جملات (مدح، ذم، تکریم و...)، ساختار عبارت خطاب (خطاب جمع با لفظ مفرد، مفرد با لفظ جمع و...) و درجه فرهیختگی مخاطب (عالی، متوسط، پایین) سازمان‌بندی کرد. در پژوهش حاضر با در نظر گرفتن درجه فرهیختگی ایمانی مخاطب، عام‌ترین سطح مخاطبان در قالب خطاب به سه گروه «ناس»، «بنی‌آدم» و «انسان»، بر مبنای مدل ارتباطی یاکوبسن و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی بررسی شدند. در این سه خطاب، «ناس» بیست‌ویک بار، «بنی‌آدم» پنج بار و «انسان» دو بار تکرار شده‌اند. تمام موارد خطاب «بنی‌آدم» و «انسان» در سوره‌های مکی است و «ناس» نیز در شکل خطابی‌اش در سوره‌های مکی و مدنی بسامد یکسانی دارد.

۴ - چهارچوب نظری

مخاطب^۱ از دیدگاه ارتباطات گفتاری^۲ واژه‌ای باقی‌مانده از زمان‌های منتهی به ارتباطات شفاهی است که رد آن را می‌توان در نوشته‌های ارتباطی ۲۳۰۰ سال پیش از ارسطو نیز دنبال کرد (ریش، ۱۹۴۶: ۶). در زبان‌شناسی، مخاطب (گیرنده پیام)^۳ اخص از شنونده است زیرا او پیام‌های گوینده را به شکلی خودآگاه و بی‌واسطه دریافت می‌کند (بیرویش، ۱۹۷۱: ۱۱۴-۱۱۰). در علم روایت‌شناسی^۴ مخاطب درون‌متنی است. این متن است که نقش‌ها را مشخص می‌کند و برای فهم آن باید از جهان خارج متن به جهان درون آن مهاجرت کرد (تولان، ۲۰۰۱: ۲۴-۱۵). مخاطب در این مقاله همان مخاطب دنیای روایت^۵ است که در درون متن قرار دارد.

1. audience
2. verbal communication
3. addressee
4. narratology
5. narration

در لغت، خَطَبَ بر وزن فَلَاسَ به معنی رودر رو سخن گفتن و مراجعه به وسیله کلام و سخن است (قرشی، ۱۳۷۱، ج ۲: ۲۶۲). برای خطاب قرار دادن کسی از ندا استفاده می‌شود و «آن است که کسی را بخوانند و توجه او را به سوی خویش جلب نمایند» (علوی مقدم و اشرف زاده، ۱۳۸۷: ۶۶). ندا اغلب به روش‌های زیر صورت می‌گیرد: الف) معمولاً در آغاز جمله و قبل از امر یا نهی و گاهی نیز در پایان جمله بعد از امر یا نهی. ب) همراه با جمله خبری که ممکن است پس از آن، جمله امری بیاید یا نیاید. ج) همراه جمله استفهامی. در زبان عربی برای خطاب قرار دادن کسی به شیوه ندا از اسلوب «یا ایها» استفاده می‌شود که برای امور مهم و مفاهیمی که آگاهی و توجه را می‌طلبند به کار می‌رود؛ زیرا تأکید این روش قوی‌تر از سایر روش‌های خطاب است. قوت این اسلوب به سبب تأکید و تنبیه حرف «یا» و «ها» و به سبب حرکت تدریجی کلمه «ای» از ابهام به سوی توضیح است (فاضلی، ۱۳۷۶: ۱۱۰). این لفظ به سبب محتوایی که پس از آن قرار می‌گیرد، مانند اوامر، نواهی، وعده، وعید و بازگو کردن اخبار امت‌های گذشته، در خطاب‌های قرآن اهمیت بسیاری دارد (زمخشری، ۱۴۰۷ ق، ج ۱: ۲۲۶؛ زرکشی، ۱۴۱۰ ق، ج ۲: ۳۲۴).

رومن یاکوبسن یکی از بزرگ‌ترین زبان‌شناسان مکتب ساختگرایی^۱ است که نظریه ارتباط خود را در سال ۱۹۶۰ در مقاله «زبان‌شناسی و شعرشناسی»^۲ منتشر کرد. او وجود شش عامل فرستنده^۳، گیرنده^۴، پیام^۵، زمینه دلالتی پیام^۶، رمزگان^۷ و مجرای ارتباطی^۸ را لازمه هر ارتباط می‌داند. وی معتقد است در کنش ارتباطی، نخست فرستنده پیامی را برای گیرنده می‌فرستد. این پیام برای اینکه بتواند مؤثر باشد باید به موضوعی یا مصداقی اشاره کند. موضوع باید برای گیرنده قابل درک باشد. هم‌چنین رمزگانی که برای فرستنده و گیرنده که رمزگذار و رمزگردان پیام هستند شناخته شده باشد نیز نیاز است. سرانجام به مجرای ارتباطی نیاز است که به فرستنده و گیرنده پیام امکان می‌دهد تا ارتباطی برقرار کنند و آن را ادامه دهند (یاکوبسن، ۱۳۸۰: ۹۱؛ سلدن و همکاران، ۲۰۰۵: ۱۶؛ ساغروانیان، ۱۳۶۹: ۵۸-۵۴).

1. structuralism
2. linguistics and poetics
3. addresser
4. addressee
5. text
6. context
7. code
8. medium

زمینه (context)

پیام (text)

گیرنده ----- فرستنده

(Addressee)

مجرای ارتباطی (medium)

(Addressee)

رمز (code)

شکل ۱ نمودار نظریه ارتباطی یاکوبسن

اگر بخواهیم هریک از این عوامل را در قرآن معرفی کنیم، فرستنده پیام خداوند است که آن را برای حضرت محمد یا مردم که در نقش گیرنده هستند ارسال می‌کند. در اینجا پیام، معنای نهفته در قرآن است و زمینه دلالتی در معنای خاص، شأن نزول آیات و در معنای عام، شناخت نسبت به موضوع قرآن و فضایی است که پیام در آن منتقل می‌شود. رمزگان یا کد در اینجا زبان عربی ادبی یا فصیح شبه جزیره عربستان است. مجرای ارتباطی بین فرستنده و گیرنده در قرآن بسته به اینکه مخاطب آن را بشنود یا بخواند به ترتیب صوت و خط هستند.

به اعتقاد یاکوبسن (۱۳۶۹: ۷۶-۸۱) تأکید بر هریک از عوامل مؤثر در کنش ارتباطی می‌تواند به ظهور یکی از نقش‌های زبان^۱ بینجامد:

۱- نقش عاطفی^۲: در این کارکرد جهت‌گیری پیام به سوی گوینده است. این نقش، تأثیری از احساس خاص گوینده به وجود می‌آورد؛ خواه گوینده حقیقتاً آن احساس را داشته باشد، خواه آن را وانمود کند.

۲- نقش ترغیبی^۳: در این کارکرد جهت‌گیری پیام به سوی مخاطب است. در این نقش صدق و کذب ساخت‌ها قابل‌سنجش نیست. جمله‌های امری نمود بارز این نقش هستند.

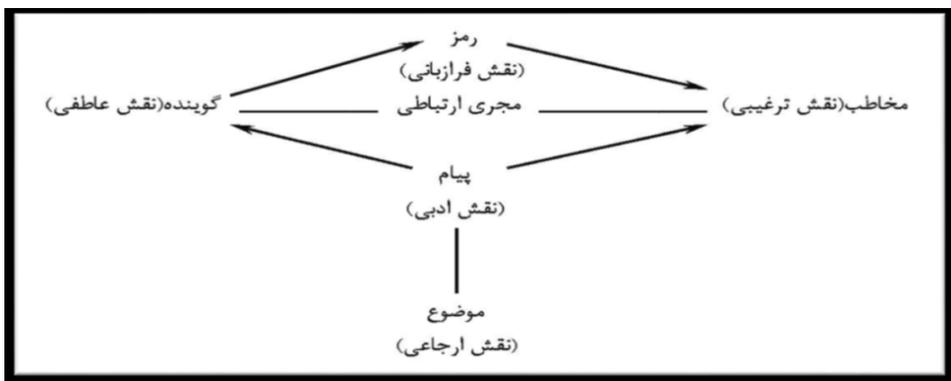
۳- نقش ارجاعی^۴: در این نقش جهت‌گیری پیام به سوی موضوع است. از آنجا که این جملات اخباری هستند، تعیین صدق و کذبشان از طریق محیط ممکن است.

1. function
2. emotive
3. conative
4. referential

۴- نقش فرازبانی^۱: در شرایطی که گوینده یا مخاطب احساس کنند باید از مشترک بودن رمزی که استفاده می‌کند اطمینان یابند، از زبان برای صحبت درباره خود زبان استفاده می‌کنند و واژگان مورد استفاده شرح داده می‌شوند. از این نقش بیشتر در فرهنگ‌های توصیفی استفاده می‌شود.

۵- نقش همدلی^۲: در این نقش جهت‌گیری پیام به سوی مجرای ارتباطی است. هدف اصلی برخی از پیام‌ها این است که ارتباطی را برقرار کنند، آن را ادامه دهند، قطع کنند و یا صرفاً از عملکرد مجرای ارتباطی اطمینان پیدا کنند.

۶- نقش ادبی^۳: در این کارکرد جهت‌گیری پیام به سوی خود پیام است و توجه مخاطب بیش از محتوا، به شکل پیام جلب می‌شود. اگر شکل انتقال پیام بیشتر از بار اطلاعاتی‌اش ارزش داشته باشد، توجه به خود پیام معطوف می‌شود (صفوی، ۱۳۸۰: ۳۶-۳۱).



شکل ۲ تلفیقی از عناصر به وجود آورنده ارتباط و نقش‌های شش‌گانه زبان

باید توجه داشت، یافتن کلامی که تنها ایفاکننده یکی از نقش‌های شش‌گانه یاکوبسن باشد بسیار دشوار است. تعیین انواع پیام‌های کلامی بر این پایه تحقق می‌یابد که هر پیام از چه جایگاهی در سلسله‌مراتب این نقش‌ها برخوردار است (یاکوبسن، ۱۳۸۰: ۹۲).

1. metalinguistic
2. phatic
3. poetic

۵ - بحث و بررسی

۱-۵ - جهت‌گیری کلام

بنابر دیدگاه ارتباطی یا کوبسن، در هر متنی جهت‌گیری به‌سوی یکی از عوامل ارتباطی بسامد بیشتری دارد. او تأکید می‌کند که ما در متن تنها با یک عامل ارتباطی روبرو نیستیم، بلکه قدرت متن می‌تواند وابسته به چند عامل ارتباطی باشد؛ اما همواره یکی از این عوامل پررنگ‌تر است و می‌تواند از ملاک‌های اساسی تعیین‌گونه^۱ و سبک متن در نظر گرفته شود. عواملی همچون «چه چیزی را»، «به چه کسی» و «چطور» گفتن در تعیین‌گونه یک متن مؤثرند. درک هریک از این جنبه‌ها در متن باید پیوسته و در کنار هم صورت‌گیرد (هلیدی و حسن، ۱۳۹۳: ۲۶۷).

رسالت متون تعلیمی آن است که مفاهیم اجتماعی، اخلاقی، سیاسی، عقیدتی و فردی را طوری به مخاطب انتقال دهد که بیشترین تأثیر را بر وی داشته باشد. کتب مقدس نیز در بیان مفاهیم، دارای چنین رویکردی هستند و در زمره نوشته‌های تعلیمی قرار می‌گیرند. هدف ادب تعلیمی این است که مخاطب بیشترین تأثیر را از متن بگیرد. این متون، «مخاطب مدار» هستند و وجود مخاطب و نیاز به آموزش او از سوی فرستنده پیام را می‌توان عامل ایجاد این گونه ادبی دانست. در پیام‌گیرنده مدار، فرستنده از اهمیت خود می‌کاهد و پیامی را بیان می‌کند که توجه آن به سمت مخاطب است؛ در نتیجه می‌توان گفت در متون تعلیمی و به دنبال آن کتب مقدس، نقش ترغیبی زبان برجسته‌تر است. در متون مقدس برقراری ارتباط کلامی و انتقال پیام از فرستنده بدون وجود مخاطب ممکن نیست؛ پس در غیاب مخاطب، متن تعلیمی به‌طور عام و متن مقدس در معنای خاص شکل نمی‌گیرد. این حکم برای قرآن نیز صادق است؛ چراکه قرآن به مخاطبی که در درجه اول پیامبر و در درجه دوم مردم هستند عرضه شده است.

۲-۵ - شیوه بیان

همچنان که گذشت، قرآن متنی تعلیمی است و فرستنده پیام که خداوند است کلامش را باهدف ایجاد تغییر در گیرنده پیام بیان می‌کند؛ پس پیام حول محور خواننده می‌گردد و نقش غالب، نقش ترغیبی است. هنگامی که از نقش ترغیبی سخن گفته می‌شود به این معنی است که گوینده باید از

شیوه‌های مختلف بیان برای اقناع مخاطب استفاده‌کند؛ به همین سبب انتقال پیام گاهی به صورت «مستقیم» و گاه به صورت «غیرمستقیم» انجام می‌شود (دانشنامه ادب فارسی، ۱۳۷۶: ۴۴) که هریک واکنش خاصی در مخاطب ایجاد می‌کند.

الف) روش مستقیم: در این روش آنچه گوینده قصد دارد به مخاطب القا کند، به طور صریح بیان می‌شود و غالباً معنای نهفته و ثانوی در آن دیده نمی‌شود و کاربرد مجاز و استعاره بسیار کم‌رنگ است. در روش مستقیم گیرنده، پیام دریافتی را به آسانی رمزگشایی می‌کند.

ب) روش غیرمستقیم: در این روش پیام فرستنده در قالب توصیفات و به صورت پوشیده بیان می‌شود. در اینجا گوینده، پیام خود را به گونه‌ای بیان می‌کند که معنای ثانویه و تلویحی آن در بردارنده مفاهیم تعلیمی باشد و از شگردهای مختلفی بهره می‌گیرد تا خواننده، معنای ثانویه سخن او را درک کند. در این روش فرستنده به جای برخورد جزمی با مخاطب، شرایطی را فراهم می‌کند که شنونده با کوشش ذهنی به پذیرش مقصود گوینده برسد. در بیان غیرمستقیم، کاربرد مجاز، استعاره و ساخت‌های متنوع در جمله بیشتر به چشم می‌خورد.

در ادامه، نمونه آیه‌ای که در آن‌ها «ناس»، «انسان» و «بنی آدم» مخاطب صریح هستند بیان می‌شوند و یافته‌های مرتبط با هریک از آن‌ها، در حیطه چهارچوب نظری انتخاب‌شده، ارائه می‌شود؛ سپس یافته‌های معنادار مورد بررسی قرار می‌گیرند.

۳-۵ - خطاب «یا ایها الناس»

واژه «ناس» مجموعاً ۲۴۱ بار در قرآن به کار رفته که از این میان، بیست و یک بار با حرف ندا و تحت عبارت «یا ایها الناس» به کار برده شده است. واژه «ناس» در ده سوره مدنی و یازده سوره مکی مخاطب قرار گرفته است و در هر دو گروه تقریباً به یک اندازه تکرار شده است. با توجه به تفاوت مضمونی سوره‌های مکی و مدنی که براساس شرایط اجتماعی زمان بعثت و مکان نزول قابل تمایز است، می‌توان گفت این خطاب که یکی از عام‌ترین خطاب‌ها از نظر درجه فرهیختگی مخاطب و پرکاربردترین کلمات قرآن در اشکال گوناگون آن است، محدود به دوره خاصی در طول نبوت نیست. در دسته‌ای از آیات این گروه، جهت‌گیری پیام به سمت شنونده است و مفاهیم به روش مستقیم و در قالب جملات انشایی و با ساختار امری بیان می‌شوند. این دسته از آیات که دارای کمترین پیچیدگی ادراکی هستند عبارت‌اند از:

(۱-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ (ای مردم! پروردگارتان را که شما و کسانی را که پیش از شما بوده‌اند آفریده است، پرستش کنید. باشد که به تقوا گرایید.) (بقره: ۲۱)

(۲-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (ای مردم! از آنچه در زمین است، حلال و پاکیزه را بخورید و از گام‌های شیطان پیروی نکنید که او دشمن آشکار شماست.) (بقره: ۱۶۸)

(۳-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا (ای مردم! از پروردگارتان که شما را از نفس واحدی آفرید و جفتش را [نیز] از او آفرید و از آن دو مردان و زنان بسیاری پراکنده کرد پروا دارید و از خدایی که به [نام] او از همدیگر درخواست می‌کنید پروا نمایید و زنهار از خویشاوندان مبرید که خدا همواره بر شما نگهبان است.) (نساء: ۱)

(۴-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ بُرْهَانٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكُمْ نُورًا مُبِينًا (ای مردم! در حقیقت برای شما از جانب پروردگارتان برهانی آمده است و ما به سوی شما نوری تابناک فر فرستاده‌ایم.) (نساء: ۱۷۴)

(۵-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ إِنَّ زَلْزَلَةَ السَّاعَةِ شَيْءٌ عَظِيمٌ (ای مردم! از پروردگار خود پروا کنید چراکه زلزله رستاخیز امری هولناک است.) (حج: ۱)

در یکی از آیاتی که ذیل این دسته می‌گنجد، جمله انشایی دارای ساختار امری و انذاری (هشدار) است.

(۶-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ وَأَخْشَوْا يَوْمًا لَا يَجْزِي وَالِدٌ عَنْ وَلَدِهِ وَلَا مَوْلُودٌ هُوَ جَازٍ عَنْ وَالِدِهِ شَيْئًا إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُمُ بِاللَّهِ الْغُرُورُ (ای مردم! از پروردگارتان پروا بدارید و بترسید از روزی که هیچ پدری به کار فرزندش نمی‌آید و هیچ فرزندی [نیز] به کار پدرش نخواهد آمد. آری وعده خدا حق است. زنهار تا این زندگی دنیا شما را نفریبند و زنهار تا شیطان شما را مغرور نسازد.) (لقمان: ۳۳)

در گروهی دیگر از آیات همین ساختار تکرار می‌شود؛ با این تفاوت که جملات از نوع انشایی نیستند، بلکه خبری‌اند. این نکته بر تلاش ذهنی مخاطب برای دریافت محتوای تعلیمی می‌افزاید؛ چرا که مخاطب باید با تحلیل خبر، امر یا نهی موجود در آن را دریابد. این آیات عبارت‌اند از:

(۷-۵) فَلَمَّا أَنْجَاهُمْ إِذَا هُمْ يَنْعُونَ فِي الْأَرْضِ بَغَيْرِ الْحَقِّ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّمَا بَعَثْنَاكُمْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ مَتَاعَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ثُمَّ إِلَيْنَا مَرْجِعُكُمْ فَنُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (پس چون آنان را رها نید ناگهان در زمین به ناحق سرکشی می‌کنند. ای مردم! سرکشی شما فقط به زیان خود شماست. شما بهره زندگی دنیا را [می‌طلبید] سپس بازگشت شما به سوی ما خواهد بود؛ پس شما را از آنچه انجام می‌دادید باخبر خواهیم کرد.) (یونس: ۲۳)

(۸-۵) قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنِ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّٰ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِوَكِيلٍ (بگو ای مردم! حق از جانب پروردگارتان برای شما آمده است؛ پس هر که هدایت یابد به سود خویش هدایت می‌یابد و هر که گمراه گردد به زیان خود گمراه می‌شود و من بر شما نگهبان نیستم.) (یونس: ۱۰۸)

(۹-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (ای مردم! شما به خدا نیازمندید و خداست که بی‌نیاز ستوده است.) (فاطر: ۱۵)

(۱۰-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (ای مردم! ما شما را از مرد و زنی آفریدیم و شما را ملت ملت و قبیله قبیله گردانیدیم تا با یکدیگر شناسایی متقابل حاصل کنید. درحقیقت ارجمندترین شما نزد خدا پرهیزگارترین شماست. بی‌تردید خداوند دانای آگاه است.) (حجرات: ۱۳)

در گروهی دیگر از جملاتی که جهت‌گیری آن‌ها به سوی شنونده و خطابشان مستقیم است، هر دو ساختار خبری و انشایی به چشم می‌خورد. فرستنده با ترکیب این دو ساختار، بر پیام خویش تأکید کرده و بر تأثیر آن نیز افزوده است. این ساختار را می‌توان در آیات زیر دید:

(۱۱-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الرَّسُولُ بِالْحَقِّ مِنْ رَبِّكُمْ فَآمِنُوا خَيْرًا لَكُمْ وَإِنْ تَكْفُرُوا فَإِنَّ لِلَّهِ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا (ای مردم! آن پیامبر [موعود] حقیقت را از سوی پروردگارتان برای شما آورده است؛ پس ایمان بیاورید که برای شما بهتر است و اگر کافر شوید [بدانید که] آنچه در آسمان‌ها و زمین است از آن خداست و خدا دانای حکیم است.) (نساء: ۱۷۰)

(۱۲-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ (ای مردم! همانا وعده خدا حق است. زندهار تا این زندگی دنیا شما را فریب ندهد و زندهار تا [شیطان] فریبنده شما را درباره خدا نفریبد.) (فاطر: ۵)

جملات انشایی در دو آیه بالا به ترتیب با ساختار امری و تحذیری بیان شده‌اند.

در برخی آیات، جهت‌گیری کلام همچنان به سوی شنونده است اما پیام غیرمستقیم بیان می‌شود.

این بیان غیرمستقیم در دو آیه زیر با ساختار خبری آمده است.

(۱۳-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّنَ الْبَعْثِ فَإِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ مِنْ عَلَقَةٍ ثُمَّ مِنْ مُّضْغَةٍ مُّخَلَّفَةٍ وَغَيْرِ مُخَلَّفَةٍ لِّنُبَيِّنَ لَكُمْ وَنُقِرُّ فِي الْأَرْحَامِ مَا نَشَاءُ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى ثُمَّ نُخْرِجُكُمْ طِفْلًا ثُمَّ لِنَبْلُغْهُنَّ أَشُدَّهُنَّ وَمِنْكُمْ مَّنْ يَتُوفَىٰ مِن بَيْنِ يَدَيْنَا وَمِنْكُمْ مَّنْ يُرَدُّ إِلَىٰ أَرْذَلِ الْعُمُرِ لِكَيْلَا يَعْلَمَ مِن بَعْدِ عِلْمٍ شَيْئًا وَتَرَىٰ الْأَرْضَ هَامِدَةً فَإِذَا أَنزَلْنَا عَلَيْهَا الْمَاءَ اهْتَزَّتْ وَرَبَّتْ وَأَبْتَتَتْ مِن كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ (ای مردم! اگر درباره برانگیخته شدن در شکید پس [بدانید] که ما شما را از خاک آفریده‌ایم؛ سپس از نطفه، سپس از علقه، آنگاه از مضغه؛ دارای خلقت کامل و [احیاناً] خلقت ناقص تا [قدرت خود را] بر شما روشن گردانیم و آنچه را اراده می‌کنیم تا مدتی معین در رحم‌ها قرار می‌دهیم آنگاه شما را [به صورت] کودک برون می‌آوریم سپس [حیات شما را ادامه می‌دهیم] تا به حد رشدتان برسید و برخی از شما [زودرس] می‌میرد و برخی از شما به غایت پیری می‌رسد به گونه‌ای که پس از دانستن [بسی چیزها] چیزی نمی‌داند و زمین را خشکیده می‌بینی و [لی] چون آب بر آن فرود آوریم به جنبش درمی‌آید و نمو می‌کند و از هر نوع نیکو می‌رویاند.) (حج: ۵)

(۱۴-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ (ای مردم! به یقین برای شما از جانب پروردگارتان اندرزی و درمانی برای آنچه در سینه‌هاست و رهنمود و رحمتی برای گروندگان [به خدا] آمده است.) (یونس: ۵۷)

گاهی نیز آیه خطاب در این دسته، دربردارنده چند گزاره است که هر کدام ساختار متفاوتی دارند.

برای مثال آیه زیر ترکیبی از دو گزاره انشایی امری و خبری است که هر دو به شکل غیرمستقیم شنونده را ترغیب می‌کنند.

(۱۵-۵) يَا أَيُّهَا النَّاسُ ضُرِبَ مَثَلٌ فَاستَمِعُوا لَهُ إِنَّ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ لَنْ يَخْلُقُوا ذُبَابًا وَلَوْ اجْتَمَعُوا لَهُ وَإِنْ يَسْأَلُهمُ الذُّبَابُ شَيْئًا لَا يَسْتَنْفِذُوهُ مِنْهُ ضَعْفَ الطَّالِبِ وَالْمَطْلُوبِ (ای مردم! مثلی زده شد پس بدان گوش فرادهید. کسانی را که جز خدا می‌خوانید هرگز [حتی] مگسی نمی‌آفرینند هر چند برای [آفریدن] آن اجتماع کنند و اگر آن مگس چیزی از آنان برباید نمی‌تواند آن را باز پس گیرند. طالب و مطلوب هر دو ناتوانند.) (حج: ۷۳)

آیات چندگزاره‌ای می‌توانند ساختارهای متفاوتی را در خود جای دهند. در این خطاب، آیه (۱۶-۵) *يَا أَيُّهَا النَّاسُ اذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ هَلْ مِنْ خَالِقٍ غَيْرِ اللَّهِ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ فَأَنَّى تُؤْفَكُونَ* (ای مردم! نعمت خدا را بر خود یاد کنید. آیا غیر از خدا آفریدگاری است که شما را از آسمان و زمین روزی دهد؟ خدایی جز او نیست؛ پس چگونه [از حق] انحراف می‌یابید؟! (فاطر: ۳)) دارای چند گزاره است که همگی نقش ترغیبی دارند. پیام در گزاره اول به شکل مستقیم و با ساختار انشایی امری و در گزاره دوم به شکل غیرمستقیم و با ساختار انشایی پرسشی بیان شده است. در برخی از آیاتی که خطاب «یا ایها الناس» دارند، جهت‌گیری کلام به سوی گوینده تغییر می‌کند. پیام در اغلب این آیات، غیرمستقیم و با ساختار خبری بیان می‌شود و نمونه‌های آن آیات زیر هستند:

(۱۷-۵) *قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِن كُنْتُمْ فِي شَكٍّ مِنْ دِينِي فَلَا أَعْبُدُ الَّذِينَ تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَكِنْ أَعْبُدُ اللَّهَ الَّذِي تَتَوَفَّأَكُمْ وَامْرَأَتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ* (بگو ای مردم! اگر در دین من تردید دارید پس [بدانید که من] کسانی را که به جای خدا می‌پرستید نمی‌پرستم؛ بلکه خدایی را می‌پرستم که جان شما را می‌ستاند و دستور یافته‌ام که از مؤمنان باشم). (یونس: ۱۰۴)

(۱۸-۵) *قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّمَا أَنَا لَكُمْ نَذِيرٌ مُبِينٌ* (بگو ای مردم! من برای شما فقط هشداردهنده‌ای آشکارم). (حج: ۴۹)

(۱۹-۵) *وَوَرِّثْ سُلَيْمَانُ دَاوُودَ وَقَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ عُلِّمْنَا مَنْطِقَ الطَّيْرِ وَأُوتِينَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ إِنَّ هَذَا لَهُوَ الْفَضْلُ الْمُبِينُ* (و سلیمان از داوود میراث یافت و گفت ای مردم! ما زبان پرندگان را تعلیم یافته‌ایم و از هر چیزی به ما داده شده است. راستی که این همان امتیاز آشکار است). (نمل: ۱۶)

بیان مستقیم تنها در دو مورد از آیاتی که به سمت گوینده جهت‌گیری دارند دیده می‌شود. مورد اول دارای گزاره‌های خبری و مورد دوم دارای دو گزاره از نوع خبری و انشایی امری است.

(۲۰-۵) *إِنْ يَشَأْ يُذْهِبْكُمْ أَيُّهَا النَّاسُ وَيَأْتِ بِآخَرِينَ وَكَانَ اللَّهُ عَلَى ذَٰلِكَ قَدِيرًا* (ای مردم! اگر [خدا] بخواهد شما را [از میان] می‌برد و دیگران را [پدید] می‌آورد و خدا بر این [کار] تواناست). (نساء: ۱۳۳)

(۲۱-۵) *قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَأَمَّا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيُّ الْأُمِّيُّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبَعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ* (بگو ای مردم! من پیامبر خدا به سوی همه شما هستم. همان [خدایی] که فرمانروایی آسمان‌ها و زمین از آن اوست. هیچ معبودی جز او نیست که زنده می‌کند و می‌میراند؛ پس به خدا و فرستاده او که پیامبر

درس نخوانده‌ای است که به خدا و کلمات او ایمان دارد بگروید و او را پیروی کنید. امید که هدایت شوید.) (أعراف: ۱۵۸)

در این خطاب جهت‌گیری آیات در مجموع، در شانزده مورد (۷۶٪) به‌سوی شنونده و در پنج مورد به‌سوی گوینده است و به معنی پررنگ بودن نقش ترغیبی است. پیش‌تر اشاره شد که پررنگ شدن نقش ترغیبی، منجر به تعلیمی شدن متن می‌شود. از پنج موردی که جهت‌گیری سخن به سمت گوینده است، در دو مورد، یعنی آیات شماره ۲۰ و ۲۱ (نساء: ۱۳۳ و اعراف: ۱۵۸)، صفاتی که درباره قدرت خداوند هستند بیان می‌شوند. گرچه در این دو آیه، صفات خداوند از طرف خودش (گوینده) یک‌بار مستقیم و یک‌بار به‌واسطه پیامبر بیان شده‌است، اما این جهت‌گیری تنها در ظاهر به سمت گوینده است و مقصودش اقناع مخاطب و ترغیب او برای پذیرفتن سخن خداوند است. آیات شماره ۱۷، ۱۸ و ۱۹ (یونس: ۱۰۴ و حج: ۴۹ و نمل: ۱۶) از زبان پیامبران و به‌منظور اثبات نبوت بیان شده‌اند. اثبات نبوت برای حجیت و قبول عام یافتن ضروری است تا بتواند ابلاغ‌کننده پیام‌های الهی باشد؛ بنابراین می‌بینیم در موضعی از متون تعلیمی که برخلاف روال، جهت‌گیری به سمت گوینده است، تأثیرگذاری بر مخاطب و اثبات درستی تعالیم و آموزه‌ها در این متون مقصود است.

هنگامی که متنی برای فهم عموم مردم نوشته می‌شود، انتظار می‌رود که اسلوب ساده‌تر و بیان روشن‌تری داشته‌باشد تا مخاطب عام در درک آن دچار مشکل نشود. شیوه‌ای که قرآن به‌عنوان یک متن فراگیر برای مخاطبان عام خود انتخاب می‌کند نیز از این اصل عقلانی تبعیت می‌کند. در خطاب‌های «یا ایها الناس» از بین بیست‌ویک مورد آیه خطاب، در پانزده مورد خطاب به شکل مستقیم بود؛ یعنی مفاهیم بدون کوچک‌ترین ابهام و صریح بیان شده‌است. در این موارد مجاز و استعاره و کنایه که موجب پیچیدگی متن می‌شوند وجود ندارد. در هشت مورد نیز شیوه بیان غیرمستقیم انتخاب شده‌است که شرح آن در جای خود خواهد آمد.

نکته‌ای که ذکر آن ضرورت دارد این است که در هریک از آیه‌های شماره ۱۲ و ۱۶ (فاطر: ۵ و فاطر: ۳) با دو گزاره روبرویم و باید شیوه بیان هر دو گزاره تعیین می‌شد؛ به همین سبب مجموع شیوه‌های بیان، دو مورد بیشتر از تعداد آیات است.

بررسی‌ها نشان می‌دهند بین شیوه بیان آیات و ساختار جملات خطاب «یا ایها الناس» رابطه معناداری وجود دارد. شیوه بیان مستقیم در آیات، در قالب دو ساختار عمده انشایی و خبری به کار

برده می‌شود. در هشت مورد از مواردی که شیوه بیان مستقیم است، ساختار جمله انشایی امری است (بقره: ۲۱، بقره: ۱۶۸، نساء: ۱، نساء: ۱۷۰، اعراف: ۱۵۸، حج: ۱، لقمان: ۳۳، فاطر: ۳) و در یک مورد (فاطر: ۵) با ساختار انشایی تحذیری آمده‌است. این آیات تأیید می‌کنند که ساختار امر، نمونه‌اعلای^۱ نقش ترغیبی زبان و جملات ندایی است. شش مورد از آیاتی که شیوه بیان مستقیم دارند در قالب جملات خبری بیان شده‌اند (نساء: ۱۳۳، یونس: ۲۳، یونس: ۱۰۸، فاطر: ۵، فاطر: ۱۵، حجرات: ۱۳). ساختار خبری، بنیادی‌ترین ساختار جملات در ارتباط است. استفاده از این ساختار برای ترغیب مخاطب در کنار بیان مستقیم، نشان‌دهنده اهمیت و حساسیت مفهوم این آیات است.

هشت آیه شیوه بیان غیرمستقیم دارند که شش نمونه از آنها یعنی آیات شماره ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸ و ۱۹ (حج: ۵، یونس: ۵۷، حج: ۷۳، یونس: ۱۰۴، حج: ۴۹، نمل: ۱۶) در قالب جملات خبری است که ساده‌ترین شکل بیان غیرمستقیم است. خطاب «یا ایها الناس» جزو عام‌ترین خطاب‌های قرآن است؛ پس باید از شفافیت بیشتری برخوردار باشد اما از آنجا که بیان غیرمستقیم بر پیچیدگی دریافت جمله می‌افزاید، فرستنده پیام برای افزایش جنبه ترغیبی و اثربخشی آن و درعین حال حفظ سادگی بیان برای مخاطب عام، از ساده‌ترین ساختار بیان غیرمستقیم، یعنی جملات خبری سود جست‌ه‌است. دو مورد از آیاتی که بیان غیرمستقیم دارند در قالب جملات انشایی آمده‌اند که یکی (آیه شماره ۱۵ (حج: ۷۳)) با ساختار امری و دیگری (آیه شماره ۱۶ (فاطر: ۳)) با ساختار پرسشی بیان شده‌است. جدول زیر خلاصه‌ای از رابطه شیوه بیان با ساختار جملات را نمایش می‌دهد:

جدول (۵-۱) رابطه شیوه بیان و ساختار جمله

شیوه بیان	نوع جمله	ساختار	بسامد
مستقیم	انشایی	امر	۸
		هشدار و تحذیر	۱
	خبری	*	۶
غیرمستقیم	خبری	*	۶
		امر	۱
	انشایی	پرسشی	۱

۴-۵ - خطاب «بنی آدم»

واژه «آدم» با مشتقاتش بیست و پنج بار در قرآن تکرار شده است که در پنج مورد به شکل ندایی «یا بنی آدم» به کار رفته است. تمام نمونه‌های این خطاب در سوره‌های مکی رخ داده است. با در نظر داشتن اینکه در سوره‌های مکی، معمولاً دعوت به اصول عقاید مانند ایمان به خدا و روز قیامت و دعوت به ارزش‌های دینی و اخلاقی متعالی مانند محبت، اخلاص، احترام به غیر، اکرام به همسایه، نیکی به والدین و مبارزه با عادات زشت اخلاقی دیده می‌شود (رادمنش، ۱۳۸۸: ۶۸)؛ مضامین آیات دارای خطاب «یا بنی آدم» نیز از این ویژگی‌های کلی پیروی می‌کند و اصول انسانی مشترک بین همه افراد در آن به چشم می‌خورد.

در تمام آیات این دسته، جهت‌گیری پیام به سمت شنونده است و شیوه بیان در اغلب آن‌ها مستقیم و با ساختار انشایی است. ساختار انشایی در این گروه از خطاب‌ها دارای تنوع هستند و به اشکال امری، پرسشی و تحذیری دیده می‌شوند که به ترتیب، در آیات زیر قابل پیگیری‌اند. نکته قابل توجه آن است که نمونه شماره ۲۴ دارای دو گزاره است و حکم فوق درباره گزاره اول صادق است.

(۲۲-۵) يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ (ای فرزندان آدم! جامه خود را در هر نمازی بگریید و بخورید و بیاشامید و [لی] زیاده‌روی نکنید که او اسراف‌کاران را دوست نمی‌دارد). (أعراف: ۳۱)

(۲۳-۵) أَلَمْ أَعْهَدْ إِلَيْكُمْ يَا بَنِي آدَمَ أَنْ لَا تَعْبُدُوا الشَّيْطَانَ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (ای فرزندان آدم! مگر با شما عهد نکرده بودم که شیطان را مپرستید زیرا وی دشمن آشکار شماست). (یس: ۶۰)

(۲۴-۵) يَا بَنِي آدَمَ لَا يَفْتِنَنَّكُمُ الشَّيْطَانُ كَمَا أَخْرَجَ أَبَوَيْكُم مِّنَ الْجَنَّةِ يَنْزِعُ عَنْهُمَا لِبَاسَهُمَا لِيُرِيَهُمَا سَوْآتِهِمَا إِنَّهُ يَرَاكُمْ هُوَ وَقَبِيلُهُ مِنْ حَيْثُ لَا تَرَوْنَهُمْ إِنَّا جَعَلْنَا الشَّيَاطِينَ أَوْلِيَاءَ لِلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ (ای فرزندان آدم! زنهار تا شیطان شما را به فتنه نیندازد چنانکه پدر و مادر شما را از بهشت بیرون راند و لباسشان را از ایشان برکند تا عورت‌هایشان را بر آنان نمایان کند در حقیقت او و قبیله‌اش شما را از آنجا که آن‌ها را نمی‌بینید می‌بینند. ما شیاطین را دوستان کسانی قرار دادیم که ایمان نمی‌آورند). (أعراف: ۲۷)

دو مورد از آیات این خطاب، چندگزاره‌ای هستند و بیان و ساختار در هر یک از گزاره‌ها تغییر می‌کند. در گزاره دوم آیه شماره ۲۴ (أعراف: ۲۷) (إِنَّا جَعَلْنَا الشَّيَاطِينَ أَوْلِيَاءَ لِلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ : ما شیاطین را دوستان کسانی قرار دادیم که ایمان نمی‌آورند) شیوه بیان، مستقیم اما ساختار خبری است.

گزاره اول آیه شماره ۲۵ نیز از همین روش پیروی می‌کند؛ اما شیوه بیان در گزاره دوم، از مستقیم به غیرمستقیم تغییر می‌کند و ساختار خبری ثابت می‌ماند که مشابه شیوه بیان و ساختار آیه شماره ۲۶ است.

(۲۵-۵) يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ (ای فرزندان آدم! در حقیقت ما برای شما لباسی فرو فرستادیم که عورت‌های شما را پوشیده می‌دارد و [برای شما] زیتنی است و [لی] بهترین جامه [لباس] تقوا است. این از نشانه‌های [قدرت] خداست باشد که متذکر شوند.) (اعراف: ۲۶)

(۲۶-۵) يَا بَنِي آدَمِ إِمَّا يَأْتِيَنَّكُمْ رُسُلٌ مِنْكُمْ يَقُصُّونَ عَلَيْكُمْ آيَاتِي فَمَنِ اتَّقَىٰ وَأَصْلَحَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ (ای فرزندان آدم! چون پیامبرانی از خودتان برای شما بیایند و آیات مرا بر شما بخوانند پس هر کس به پرهیزگاری و صلاح گراید نه بیمی بر آنان خواهد بود و نه اندوهگین می‌شوند.) (اعراف: ۳۵)

صددرصد آیتی که ندای «یا بنی آدم» دارند دارای نقش ترغیبی هستند. گوینده در این خطاب خاص، با یادآوری پدر تمام انسان‌ها که فریفته شیطان و از بهشت رانده شد، قصد دارد از تکرار این گناه توسط فرزندان آدم جلوگیری کند.

در این خطاب، بیان مستقیم بسامد بیشتری دارد که با توجه به عام بودن خطاب، در حدی که از اولین فرزندان بشر تا آخرین آن‌ها را دربر می‌گیرد، منطقی می‌نماید.

رابطه بین شیوه بیان و ساختار جملات در این خطاب، با خطاب «یا ایها الناس» دارای مشابهت است؛ به طوری که اغلب مواردی که شیوه بیان مستقیم دارند، با ساختار انشایی آمده‌اند و تنها دو مورد دارای ساختار خبری هستند.

در شیوه غیرمستقیم بیان، که گزاره دوم آیه شماره ۲۵ (اعراف: ۲۶) و کل آیه شماره ۲۶ (اعراف: ۳۵) را شامل می‌شود، ساختار جملات، خبری است. در مورد اول، گوینده از طریق بیان تاریخ از دید قرآنی و مجاورت مفهومی، به کمک یک گزاره خبری به دنبال ایجاد انگیزه برای تقویت رفتار و عقیده صحیح در مخاطب است. در مورد دوم نیز همین مقصود، از طریق وعده به مخاطب پی گرفته می‌شود.

خطاب «یا ایها الانسان»

در قرآن شصت و شش مرتبه واژه «انسان» به حالت‌های الانسان، انسان، انسانیه و للانسان به کار رفته است. خطاب مستقیم «یا ایها الانسان» تنها در دو سوره مکی دیده شده است:

(۲۷-۵) يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ (ای انسان! چه چیز تو را درباره پروردگار بزرگوارت مغرور ساخته؟) (انفطار: ۶)

(۲۸-۵) يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيهِ (ای انسان! حقا که تو به سوی پروردگار خود به سختی در تلاشی و او را ملاقات خواهی کرد.) (انشقاق: ۶)

در این دو ندا، انسانی مخاطب است که جنبه مادی و متمایزش نسبت به خداوند پررنگ شده است. به همین دلیل نیز در هر دو آیه «انسان» در مقابل «رب» قرار می‌گیرد.

سمت و سوی خطاب در هر دو مورد به جانب شنونده است که نقش ترغیبی به این آیات می‌دهد و در هر دو آیه از بیان مستقیم برای مخاطب استفاده شده است. شیوه بیانی جملات نیز خالی از هرگونه پیچیدگی ناشی از بلاغت، مضامین انتزاعی، تمثیل و بلندی جمله است و در راستای مطالبی است که در سطور پیش درباره صفات محض انسانی ذکر شد.

این دو آیه با وجود شباهت‌هایی که در کارکرد و شیوه بیان دارند، داری دو ساختار متفاوت هستند. آیه شماره ۲۷ (انفطار: ۶) دارای ساختار انشایی است که در قالب پرسش بیان شده است و آیه شماره ۲۸ (انشقاق: ۶) با ساده‌ترین حالت ممکن در تمام ملاک‌ها، دارای ساختار خبری است.

همان‌گونه که در خطاب‌های قبلی مشاهده شد، تنوع ساختاری آیه‌ها در بیان مستقیم نسبت تقریباً برابری با یکدیگر داشتند. در خطاب اخیر نیز، با وجود داده‌های اندک، این ویژگی حفظ شده است و پراکندگی ساختاری به‌طور یکسان وجود دارد.

نتیجه

جستار حاضر در پاسخ به سؤالات پژوهش به نتایج زیر دست یافته است:

۱- در هر یک از خطاب‌های بررسی شده و نیز در مجموع خطاب‌ها، جهت‌گیری به‌سوی شنونده غالب است؛ به‌طوری‌که می‌توان گفت در تمام خطاب‌هایی که شامل این سه واژه هستند، در ۸۲٪ موارد جهت‌گیری به‌سوی شنونده است. در بین نقش‌های زبانی یاکوبسن هنگامی که جهت‌گیری کلام به سمت شنونده باشد، کلام دارای نقش ترغیبی است. با توجه به داده‌ها، غلبه در نقش‌های زبانی با نقش ترغیبی است که مخاطب‌محور است و با ویژگی متون تعلیمی همسو است. از این رو می‌توان گفت قرآن نه تنها در ارائه محتوا متنی تعلیمی است؛ بلکه از نظر صوری و ساختاری، به خصوص در خطاب‌ها نیز به اسلوب تعلیمی خویش پایبند است.

۲- شیوه بیان قرآن در مواجهه با مخاطبان عام خود، که در قالب سه واژه در این مقاله بررسی شد، ناظر بر این است که در حدود ۷۸٪ آیات، از شیوه بیان مستقیم برای خطاب قرار دادن مخاطبان عام استفاده شده است. در هر یک از این سه دسته‌بندی، بسامد شیوه بیان مستقیم تقریباً دو برابر شیوه بیان غیرمستقیم است. این یافته با درجه و منزلت مخاطب در این آیات رابطه عکس دارد؛ به این معنی که هرچه مخاطب عام‌تر و گستره مصادیقش وسیع‌تر باشد، احتمال این که به شیوه مستقیم و صریح و عاری از پیچیدگی مورد خطاب قرار بگیرد بیشتر است.

۳- از بررسی داده‌هایی که درباره ارتباط بین ساختار جملات و شیوه بیان هستند، چنین برمی‌آید که در مواردی که روش بیان مستقیم باشد، ساختار جمله یا انشایی است و یا خبری. در این موارد معمولاً ساختار انشایی با اختلاف اندکی داری بسامد بیشتری است. هنگامی که بیان غیرمستقیم برای مخاطب به کار برده شود معمولاً از ساختار خبری استفاده می‌شود؛ چراکه در متن تعلیمی نقش ترغیبی زبان پررنگ است و ایجاد ارتباط و تأثیرپذیری مخاطب در اولویت است؛ بنابراین ساختارها تا حد ممکن به سمت سادگی میل می‌کنند و پایین بودن سطح مخاطب نیز این مسئله را تقویت می‌کند. در بیان غیرمستقیم که پیچیده‌تر از بیان مستقیم است، از ساختار خبری که بی‌نشان‌ترین و ساده‌ترین ساختار جمله است استفاده می‌شود تا پیچیدگی بیان غیرمستقیم را تعدیل کند. این یافته، در تمام انواع خطاب‌هایی که بررسی شد صدق می‌کند و داده‌ها به یک نتیجه مشترک منجر می‌شوند.

منابع

- قرآن کریم، ترجمه محمد مهدی فولادوند، تهران: دارالقرآن الکریم (دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی)
۱. آقابابایی، سمیه؛ صفوی، کوروش (۱۳۹۵). «بررسی ساختار ادب غنایی از دیدگاه زبان‌شناسی با تکیه بر نظریه «نقش‌های زبانی یا کویسن»»، متن پژوهی ادبی، سال بیستم، شماره ۶۹، صص ۳۴-۷
 ۲. انوشه، حسن (۱۳۷۶). *دانش‌نامه ادب فارسی: ادب تعلیمی*، تهران: سازمان نشر و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
 ۳. رادمش، محمد (۱۳۸۸). *آشنایی با علوم قرآنی*، تهران: جامی
 ۴. زرکشی، محمد بن عبدالله (۱۴۱۰ ق). *البرهان فی العلوم القرآن*، بیروت: دارالمعرفه
 ۵. زمخشری، محمود (۱۴۰۷ ق). *الکشاف عن غوامض حقایق غوامض التنزیل*؛ چاپ سوم، بیروت: دار الکتب العربی
 ۶. زینعلی نورودی، محمد (۱۳۹۵). «اسلوب خطاب قرآن و آثار فردی و اجتماعی آن از منظر قرآن»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده اصول دین
 ۷. ساغروانیان، سید جلیل (۱۳۶۹). *فرهنگ اصطلاحات زبان‌شناسی: موضوعی-توصیفی*، مشهد: نما
 ۸. سلطان‌آبادی، زهرا (۱۳۹۵). «نشانه‌شناسی خطاب در قرآن کریم»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور ورامین
 ۹. سیوطی، جلال‌الدین (۱۴۲۱ ق). *الاتقان فی علوم القرآن*، چاپ دوم بیروت: دارالکتب العربی
 ۱۰. شاهسوندی، شهره؛ خانه‌زاد، امید (۱۳۹۱). «زبان‌شناسی خطاب در قرآن»، پژوهش‌های قرآنی، سال هجدهم، شماره ۲ (پیاپی ۷۰)
 ۱۱. صفوی، کورش (۱۳۹۱). *نوشته‌های پراکنده؛ دفتر سوم: نگاهی به بسامد و بسامد نویسی*، تهران: علمی
 ۱۲. ----- (۱۳۸۰). *از زبان‌شناسی به ادبیات*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی
 ۱۳. علوی مقدم، محمد؛ اشرف‌زاده، رضا (۱۳۷۸). *معانی و بیان*؛ چاپ دوم، تهران: سمت
 ۱۴. فاضلی، محمد (۱۳۷۶). *دراسه و نقد فی مسائل بلاغیه هامة*، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد
 ۱۵. قاضی عسکر، صدیقه (۱۳۹۶). «تحلیل خطاب‌های یا ایها الذین آمنوا در قرآن کریم با تأکید بر آموزه‌های اجتماعی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه الزهرا

۱۶. قرشی، علی اکبر (۱۳۷۱). قاموس قرآن؛ چاپ ششم، تهران: دارالقرآن الاسلامیه
۱۷. هلیدی، مایکل؛ حسن، رقیه (۱۳۹۳). زبان، بافت و متن: جنبه‌هایی از زبان در چشم‌اندازی اجتماعی - نشانه‌شناسی، ترجمه مجتبی منشی‌زاده و طاهره ایشانی. تهران: علمی
۱۸. یاکوبسن، رومن؛ فالر، راجر؛ لاج، دیوید (۱۳۶۹). مجموعه مقالات زبان‌شناسی و نقد ادبی، ترجمه مریم خوزان و حسین پاینده، تهران: نی
۱۹. -----؛ (۱۳۸۰). مجموعه مقالات ساختارگرایی، پساساختارگرایی و مطالعات ادبی، ترجمه به سرپرستی فرزانه سجودی، تهران: حوزه هنری
20. Bierwisch, M. (1971). *Modern linguistics: its development, methods and problems*,: The Hague: Mouton
21. Rhys, R. (1946). *Rhetoric in the Works of Aristotle*, London: Oxford University
22. Selden, R. Widdowson, P. Brooker, P. (2005). *A Reader's Guide to Contemporary Literary Theory*, fifth edition, Kentucky: the university press of Kentucky.
23. Toolan, M. (2001) *Narrative: A Critical Linguistic Introduction*, Second Edition, New York: Routledge

**Addressing in the Qur'an:
A Study of *Insān*, *Bani Adam*, and *Nās* as
Audiences Based on Jakobson's Theory of Communication¹**

Nazanin Darvishi Rokni²

Arsalan Golfam³

Ali Hajikhani⁴

One of the effective methods in attracting the audience's attention is addressing them directly or indirectly, which has been used, among other books, in the Holy Qur'an to influence the audience. This article studies the method used in the Qur'an to address the general public using the words "Al-Nās", "Bani Adam" and "Al-Insān", and it seeks to elucidate this mechanism based on Jakobson's theory of communication. To this end, first, ayahs including these words were identified, which consisted of twenty one ayahs using "Al-nās", five ayahs using "Bani Adam" and two ayahs using "Al-Insān". Then an attempt was made to find answers to the following questions: which factors of communication in Jakobson's theory is more prominent in these ayahs? And how the Qur'anic way of conveying meaning to its general audience is and what does this method have to do with sentence structure? The results show that the orientation of the message in eighty two percent of the cases is towards the listener, which shows the constative role of the ayahs. In seventy eight percent of the ayahs, direct expression has been used for calling the general audience and the frequency of direct expression is twice as many as the indirect one. In direct expression, performative structure is more frequent and when the indirect expression has been used, sentences generally have a declarative structure.

Keywords: Qur'an, Jakobson's theory of communication, Insān (human), Bani Adam (Children of Adam), Nās (people)

1 Date Received: April 21, 2020; Date Accepted: September 4, 2020 |DOI: [10.29252/PAQ.8.2.49](https://doi.org/10.29252/PAQ.8.2.49)|

2 .Corresponding Author: MA, Department of Linguistics, Tarbiat Modarres University;
Email: n.darvishi@modares.ac.ir

3 .Associate Professor, Department of Linguistics, Tarbiat Modarres University; Email:
golfamarsalan@gmail.com

4 .Associate Professor, Department of Quranic and Hadith Sciences, Tarbiat Modarres
University; Email: ali.hajikhani@modares.ac.ir