

بسم الله الرحمن الرحيم

روش سخنرانی دینی

کارگاه مهارت کنفرانس

جایگاه سخنوری

اهداف این درس عبارتند از آشنایی با:

۲. اهمیت و جایگاه سخن و سخنوری در عصر ارتباطات؛

۳. مقام و مرتبه گویندگان مذهبی در قرآن؛

۴. پاسخ اشکالات مطروحه در باره سخنرانی.

جایگاه سخن و سخنوری

انسان، موجودی متفکر و اجتماعی است. او در ارتباطات اجتماعی خود با دیگران تعامل دارد، به داد و ستد فکری، احساسی و... می پردازد و پیامهای خویش را با روشهای مختلف، مانند: اشاره، نوشتن، گفتن و تصویر به دیگران می رساند. از این میان، مهم ترین و شاید بی بدیل ترین ابزار آدمی برای انتقال پیامهایش زبان است.

رسانه های متنوع و ابزارهای ارتباطی فراوانی در دوران معاصر و در عصر ارتباطات، پا به عرصه وجود گذاشته تا انسان را در پیام رسانی یاری دهند؛ اما به هیچ وجه نتوانسته اند جای سخن را بگیرند و یا اعتبار آن را کاهش دهند.

فیلم، سینما، فضای مجازی اینترنت، محصولات هنری و دیگر وسایل ارتباط جمعی با همه قدرت و اهمیت و ارزشی که دارند، هیچ گاه نمی توانند عرصه را بر شیوه بی بدیل و سنتی تبلیغ؛ یعنی سخنرانی، تنگ کنند و یا به جای آن بنشینند.

سالهاست که افراد زیادی، تفاوتی موجود میان رسانه ها را بررسی کرده اند. مارشال مک لوهان، نخستین کسی بود که به شیوه ای متقاعد کننده، رسانه ها را به دو قسمت تقسیم کرد و مدعی شد رسانه یا گرم است و یا سرد. او رسانه های همه حسی^۱ را سرد و رسانه های تک حسی^۲ را گرم می داند. وی رسانه های گرم را شامل ابزارهایی بر می شمرد که قادرند مفهوم منظور را به کمک ذهن و تخیل مخاطب کامل کنند؛ اما رسانه های سرد نمی توانند چنین امکانی را برای مخاطبانشان فراهم سازند. به این ترتیب، رادیو گرم است؛ چون شنونده سعی می کند آنچه را می شنود با تصورات خود در ذهنش تکمیل کند. در مقابل، تلویزیون، رسانه سرد است؛ چون همه چیز را به بیننده نشان می دهد و جای فعالیت چندانی برای وی نمی گذارد.^۳

سخنرانی، بیشتر با بعد شنیداری انسان مرتبط است؛ از این رو بیش از رسانه های دیداری، انسان را به تفکر، درک و فعالیت ذهنی وای می دارد. همچنین باعث افزایش قدرت اندیشه می شود و برای درک مفاهیم عمیق، مناسب تر است.

حتی می توان گفت که سخنرانی، بهتر از رسانه گرمی مثل رادیو و یا یک متن نوشتاری مخاطب را متقاعد می کند و مطالب مورد نظر را به وی منتقل می سازد. گزارش ذیل، شاهدهی بر این مدعا است:

۱. رسانه ای که انسان با همه یا چند حس خود می تواند از آن پیام را دریافت کند، مثل تلویزیون که دیداری و شنیداری است.

۲. رسانه ای که فقط با یک حس انسان سر و کار دارد مثل رادیو، که فقط با گوش، پیامش را می توان شنید.

۳. ر. ک: برای درک رسانه ها، هربرت مارشال مک لوهان، ترجمه سعید آذری، ص ۲۳ و ۲۴.

«در سالهای دهه ۱۹۳۰ م اندیشمندانی چون: دابلیو. اچ، ویلکی، فرانکلین توور، هدلی کانتربیل، کوردون آلپرت، یک آزمایش انجام دادند، آنها گروههایی «جور شده» از دانشجویان را در برابر مباحث مشابهی قرار دادند که محور آنها جنگ، مذهب و سایر موضوعهای بحث انگیز بود. گروه اول در برابر سخنرانی می نشستند و گروه دیگر، همان سخنرانی را از رادیو می شنیدند و گروه سوم آن را به صورت چاپ شده می خواندند. آن گاه همه را آزمایش کردند تا ببینند تغییر نگرش یا گرایش آنها چگونه است. نتایج در تجربه هایی که به طور متوالی، یکی پس از دیگری صورت پذیرفت، همواره ثابت بود. سخنرانی رو در رو موجب کننده تر از رادیو و رادیو موجب کننده تر از متن چاپی بود.»^۴

در کنار همه این مباحث، نباید از ارتباط روحی بین گوینده و شنونده در سخنرانی و تبلیغ چهره به چهره و آثار معنوی و مثبت آن - که قابل مقایسه با دیگر رسانه ها نیست - غافل بود.

ظرفیت بالای کلمه و کلام برای انتقال معارف بلند اسلامی نیز بر اهمیت سخنرانی در کنار دیگر ابزارها و شیوه های مدرن انتقال پیام می افزاید. بسیاری از معارف الهی در دین اسلام با تأثیری عمیق به صورت گفتاری و نوشتاری بیان شده است و اگر بخواهد به صورت فیلم و تصویر در آید، از قداست و اهمیت آن کاسته می شود. برای مثال، چه کسی می تواند یوسف قرآن، جن، فرشته، بهشت و دوزخ را در یک فیلم به تصویر بکشد و جایگاه این مفاهیم را آن گونه حفظ کند که با سخن و نوشته به ذهن مؤمنان منتقل شده است؟

با توجه به آنچه گذشت، بهتر می توان عنایت خداوند به مسئله «بیان» را در سوره مبارکه «الرحمن» درک کرد که پس از خلقت الهی انسان، به نعمت سخنگویی و کتابت می پردازد و می فرماید: «الرَّحْمَنُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ»^۵؛ «خداوند رحمان، قرآن را تعلیم فرمود، انسان را آفرید، و به او بیان را آموخت.»^۶

همچنین خداوند متعال در کامل ترین کتاب آسمانی خویش مبلغان هدایتگر به خدا و اهل عمل صالح را می ستاید و می فرماید: «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ»^۷؛ «چه کسی خوش گفتارتر از آن کسی است که به سوی خدا دعوت می کند و عمل صالح انجام می دهد و می گوید: من از مسلمانانم.» در این آیه به گوینده بودن مبلغان دینی اشاره شده و سخن نیکوی آنان مورد ستایش قرار گرفته است.

در دوران کنونی، حفظ جایگاه و عطف و استفاده از ابزار زبان به شکل مؤثر، اهمیتی صد چندان می یابد؛ زیرا اکنون در شرایطی هستیم که مدعیان دروغین هدایت، اصلاح و خیرخواهی در جهان، از همه ابزارهای پیام رسانی با جاذبه های فراوان و به شکلی مؤثر استفاده می کنند و توده های عظیم انسانی را همراه خود به سوی کویرستان جهل و خرافه می کشانند.

در عصری که فرعونیان با سخنان زهرآگین خود، فضای فرهنگی، اخلاقی و علمی جامعه را مسموم می کنند، باید همانند حضرت موسی علیه السلام، قدرت سخن گفتن را به صورتی فصیح و بلیغ از خدای بزرگ خواست.

قرآن کریم می فرماید: « وَ نَادَى فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمِ أَلَيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَ هَذِهِ الْأَنْهَارُ تَجْرِي مِن تَحْتِي أَفَلَا تُبْصِرُونَ * أَمْ أَنَا خَيْرٌ مِّنْ هَذَا الَّذِي هُوَ مَهِينٌ وَ لَأَيَّكَادُ بَيِّنٌ * فَلَوْلَا أَلْقَى عَلَيْهِ آسُورَةٌ مِّنْ ذَهَبٍ أَوْ جَاءَ مَعَهُ الْمَلَايِكَةُ مُقْتَرِنِينَ * فَاسْتَحَفَّ قَوْمَهُ وَ فَاطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ»^۸؛ «فرعون در میان قوم خود ندا داد و گفت: ای قوم من! آیا حکومت مصر از آن من نیست، و این نهرها تحت فرمان من جریان

^۴ . مقاله رسانه ها و جهانی شدن فرهنگ، مسعود واحدی، وب سایت کلمه (www.kaleme.org) ۲۱/۳/۱۳۸۷

^۵ . الرحمن / ۱-۴.

^۶ . «عَلَّمَهُ الْبَيَانَ» ای اسماء کل شیء واللغات كلها... عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ای النطق و الكتابة والخط والفهم والافهام حتى يعرف ما يقول وما يقال له. مجمع البيان، طبرسی، ج ۹-

۱۰، ص ۲۹۹.

^۷ . فضلت / ۳۳.

^۸ . زخرف / ۵۱- ۵۴.

ندارند؟ آیا نمی بینید؟ مگر نه این است که من از این مردی که از خانواده و طبقه پستی است و هرگز نمی تواند فصیح سخن بگوید برترم؟! [اگر راست می گوید] چرا دستبندهای طلا به او داده نشده است یا اینکه چرا فرشتگان دوشادوش او نیامده اند [تا گفتارش را تأیید کنند]؟! [فرعون] قوم خود را سبک شمرد. در نتیجه از او اطاعت کردند؛ آنان قومی فاسق بودند.»

از این آیات استفاده می شود که فرعون از ابزار قدرتمند سخن برای فریب افکار عمومی بهره می گرفته است؛ از این رو لازم بود حضرت موسی علیه السلام قبل از مواجهه با او برای مقابله با قدرت تبلیغی فرعون، از خدای بزرگ، قدرت سخن گفتن بخواهد. اینجاست که قرآن کریم می گوید: قَالَ رَبِّ اَشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَ يَسِّرْ لِي اَمْرِي * وَاخْلَعْ عُقُدَةً مِّنْ لِّسَانِي * يَقْفَهُوا قَوْلِي^۹؛ [موسی] گفت: پرودگارا سینه ام را گشاده کن و کارم را برایم آسان فرما، و گره از زبانت بگشای تا سخنان مرا بفهمند.»

به یاد داشته باشیم که سخنرانی مؤثر، عاملی اساسی برای معرفی و تثبیت جایگاه ادیان، فرقه ها، گروههای سیاسی و رهبران دینی و اجتماعی است. راهبرانی که در سخن و سخنوری توفیق بیشتری دارند، از مقبولیت بیشتری نیز برخوردارند. آنان بهتر از دیگران می توانند از حریم ارزشهای اجتماعی، دینی و سیاسی خویش دفاع کنند و یا با تیرهای نافذ سخن، افکار جهل آلود را هدف بگیرند. در حقیقت برخی سخنان از تیرهای جنگجویان تأثیرگذارترند؛ چنان که امام علی علیه السلام می فرماید: «رُبَّ كَلَامٍ اَنفَذَ مِنْ سِهَامٍ^{۱۰}؛ چه بسا سخنی که تأثیرش از تیرها [ی نافذ] افزون تر است.»

و چه زیبا در اهمیت و جایگاه سخنوری سروده اند که:

به گوینده گیتی، براننده است که گیتی به گویندگان زنده است^{۱۱}

پاسخ به چند اشکال

پیش از پرداختن به روش سخنرانی، پاسخ به چند اشکال درباره تبلیغ و سخنرانی لازم است.

۱. علمی نبودن

گاه گفته می شود که سخنرانی، علم نیست تا قابل پی گیری و آموزش باشد؛ تنها یک ذوق است و هر کس به صورت خدادادی ذائقه سخنوری داشته باشد، سخنران می شود. آنان می گویند افرادی که از چنین موهبتی برخوردار نباشند، هرگز نمی توانند سخنوری مقبول باشند.

در پاسخ به این ایراد، می توان گفت: سخنرانی، نیازمند استعدادهای عام، مانند: قدرت فراگیری، حافظه بالا و... و استعدادهای خاصی همچون: بیان رسا، تن صدای خاص، تعادل روانی مناسب و... است. میزان اعتماد سخنرانی به «ذوقهای شخصی» و «فنون قابل انتقال» مشخص نیست؛ ولی می توان گفت که بخش عمده ای از نیازها و فنون آن، قابل انتقال و یادگیری است. تجربه چند ساله رشته تخصصی تبلیغ حوزه علمیه قم در مقاطع مختلف آن، با استفاده از همین روشها و فنون، گویای این واقعیت است که بخش عظیمی از علم و فن سخنرانی، قابل انتقال به دیگران است.

^۹ طه/۲۵ - ۲۸.

^{۱۰} معجم الفاظ غرر الحکم و درر الکلم، مصطفی درایتی، ص ۹۹۵.

^{۱۱} ادیب.

سخنوری از یک سو روشمند است و مانند منطق که روش استدلال است و اصول که روش استنباط احکام الهی است، روش انتقال محتوا از طریق سخن با فصاحت و بلاغت را به همراه دارد. از سوی دیگر، یک هنر است و به ذوق، استعداد فطری، خلاقیت و ابتکار نیاز دارد تا آنجا که برخی سخن گفتن را «هنر گفتگو در اجتماع»^{۱۲} تعریف کرده اند.

۲. کفایت علم و عمل

بعضی می گویند: داشتن علم و عمل به آن، برای تبلیغ دین خدا کافی است و لزومی ندارد که به فراگیری روشها و از جمله روش سخنرانی بپردازیم. اصلاً چه نیازی به مهارت سخنوری است؟

در پاسخ باید گفت: پیامبران الهی از امکانات بسیاری برای تبلیغ دین بهره گرفته اند؛ همچون: علم سرشاری که مخاطبان را به کرنش و می داشت، معجزه، چهره جذاب و مناسب، اصل و نسب خوب، شهرت و سابقه درخشان، اخلاق خوب و...؛ در عین حال، شرط علم و عمل برای تأثیرگذاری در مخاطبان خوب و لازم است لیکن کافی نیست از این رو برای نمونه، زمانی که حضرت موسی علیه السلام مأمور شد تا فرعون را به راه راست هدایت کند، از خداوند خواست تا برادرش هارون را که فصیح تر سخن می گوید، با او همراه سازد.

۳. احادیث سخن و سکوت

بعضی به احادیث سخن و سکوت استناد می کنند و می گویند: روایات بسیاری در مذمت سخن گفتن و مدح سکوت یا فضل سکوت بر سخن^{۱۳} وارد شده است. از مجموع این احادیث استفاده می شود که سخنرانی، امری نکوهیده است.

اما حقیقت این است که در اینجا بین عالم با عمل صامت و عالم بی عمل سخنگو مقایسه شده است. آنچه در روایات، مذمت شده است، عالم بی عمل سخنگو است؛ در حالی که باید بین عالم عامل صامت و عالم عامل سخنگو مقایسه کرد و آن گاه دید که روایات، کدام یک از آنان را بیشتر می پسندد.

هر یک از سخن و سکوت در جای خود می تواند پسندیده یا ناپسند باشد: «عَنْ عَلِيِّ بْنِ الْحُسَيْنِ عَلَيْهِ السَّلَامُ أَنَّهُ سُئِلَ عَنِ الْكَلَامِ وَالسُّكُوتِ أَيُّهُمَا أَفْضَلُ فَقَالَ عَلَيْهِ السَّلَامُ لِكُلِّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا آفَاتٌ فَإِذَا سَلِمَا مِنَ الْآفَاتِ فَالْكَلامُ أَفْضَلُ مِنَ السُّكُوتِ قِيلَ وَكَيْفَ ذَاكَ يَا ابْنَ رَسُولِ اللَّهِ فَقَالَ لِأَنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ مَا بَعَثَ الْأَنْبِيَاءَ وَالْأَوْصِيَاءَ بِالسُّكُوتِ إِنَّمَا بَعَثَهُمْ بِالْكَلامِ وَلَا اسْتُحِقَّتِ الْجَنَّةُ بِالسُّكُوتِ وَلَا اسْتُوجِبَتْ وَلَايَةُ اللَّهِ بِالسُّكُوتِ وَلَا وَقِيَتِ النَّارُ بِالسُّكُوتِ وَلَا تُجَنَّبَ سَخَةُ اللَّهِ بِالسُّكُوتِ إِنَّمَا ذَلِكَ كُلُّهُ بِالْكَلامِ مَا كُنْتُ لِأَعْدِلَ الْقَمَرِ بِالشَّمْسِ إِنَّكَ لَتَصِفُ فَضْلَ السُّكُوتِ بِالْكَلامِ وَلَسْتَ تَصِفُ فَضْلَ الْكَلَامِ بِالسُّكُوتِ»^{۱۴}؛ از امام سجاد علیه السلام پرسیدند که کدام یک از سخن و سکوت، افضل است. او فرمود: برای هر یک از آن دو آفتی است. پس هر گاه از آفات، سالم بمانند، سخن گفتن افضل از سکوت است. گفتند: ای فرزند رسول خدا! چگونه سخن گفتن افضل است؟ فرمود: زیرا خدای عزیز و جلیل، انبیا و اوصیا را به سکوت مبعوث نکرد؛ بلکه آنان را به سخن گفتن برانگیخت. بهشت با سکوت [برای کسی] استحقاق نیافت و ولایت خداوند با سکوت واجب نشد و آتش با سکوت نگه داشته نشد و خشم خداوند با سکوت کنار گذاشته نشد و همه اینها با سخن انجام می شوند. من ماه را معادل خورشید نمی کنم. [یکی از نشانه های برتری سخن این است که] تو فضیلت سکوت را نیز با سخن گفتن توصیف می کنی؛ ولی نمی توانی فضیلت کلام را با سکوت توصیف کنی.»

^{۱۲} . هنر سخن گفتن، ژرژ سیون، ترجمه اسماعیل اسعدی، ص ۸

^{۱۳} . از امام صادق [ع] نقل شده است که فرمود: «قَالَ لِقَمَانٍ لِأَيِّهِ يَا بُنَيَّ إِنْ كُنْتَ رَعَمْتَ أَنَّ الْكَلَامَ مِنْ فَضْلِهِ فَإِنَّ السُّكُوتَ مِنْ ذَهَبٍ؛ لِقَمَانٍ بِهِ فرزندش فرمود: پرسم! اگر گمان

داری که سخن از نقره است؛ پس سکوت از طلا است.»؛ الکافی، ج ۲، ص ۱۱۴

^{۱۴} . وسائل الشیعه، حر عاملی، ج ۱۲، ص ۱۸۸، باب استحباب اختیار الکلام.

در شعر و ادب فارسی آمده است:

گرچه پیش خردمند خامشی ادب است به وقت مصلحت، آن به که در سخن کوشی

دو چیز طیره عقل است: دم فرو بستن به وقت گفتن و گفتن به وقت خاموشی^{۱۵}

صائب تبریزی در این باره چه زیبا سروده است:

در مقام گفت، مهر خاموشی بر لب زدن تیغ را زیر سپر در جنگ، پنهان کردن است

و اگر خاموشی، سبب کتمان حق و معارف الهی باشد، به تعبیر قرآن کریم، لعنت الهی را در پی خواهد داشت: «إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يُلَعْنُهُمُ اللَّهُ وَيُلَعْنُهُمُ الْعَالَمُونَ»^{۱۶}؛ «کسانی که دلایل روشن و وسیله هدایتی را که نازل کرده ایم، پس از آنکه در کتاب برای مردم بیان کردیم، کتمان کنند، خدا آنها را لعنت می کند و همه لعن کنندگان نیز آنها را لعن می کنند.»

۴. محدود بودن تأثیر

برخی می گویند که سخنرانی در مقابل روشها و ابزارهای دیگر پیام رسانی و تبلیغ، تأثیر چندانی ندارد و کهنه شده است. آنان بر این باورند که بهتر است در عصر ارتباطات و پیشرفت وسایل ارتباطی از ابزارها و شیوه های دیگر استفاده شود.

در اینجا نیز لازم است گفته شود: با آنکه تعداد مخاطبان رسانه ها، ابزارها و شیوه های دیگر، بیشتر از مخاطبان سخنرانی است؛ ولی چنان که اشاره شد این روش در مقایسه با رسانه های جدید از امتیازاتی ویژه، غیرقابل اغماض و بسیار مهم برخوردار است. از جمله آن امتیازات می توان به عمق تأثیرگذاری علمی، احساسی و معنوی در سخنرانی به دلیل ارتباط مشافهه، انس و محبت بیشتر بین گوینده و شنونده و حالات خاص جلسات سخنرانی اشاره کرد.

^{۱۵}. سعدی.

^{۱۶}. بقره/۱۵۹.

تاریخ سخنوری

اهداف این درس:

۱. آشنایی اجمالی با تاریخ سخنوری؛

۲. شناخت دلایل رشد خطابه در بعضی از دوره های تاریخی؛

۳. توجه به تأثیر اسلام بر خطابه؛

۴. آشنایی با آداب سخنرانی در صدر اسلام.

مقدمه

یکی از موهبت‌های الهی به انسان، توفیق انتقال پیامهای او از طریق زبان است. انسانها از ابتدای آفرینش، پیغامهای خود را به هم‌نوعان خود انتقال می‌داده‌اند و یکی از مهم‌ترین ابزارهای اطلاع‌رسانی آنان، زبان بوده است. براساس آیات قرآنی، همه پیامبران الهی از سخنوری برای تبلیغ پیامهای الهی استفاده کرده‌اند. قرآن کریم می‌فرماید: «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ»^{۱۷} «ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم.» این آیه، ضمن بیان مطابقت زبان پیامبران با زبان مخاطبان، نشان‌دهنده همگانی بودن استفاده از روش سخن گفتن در تبلیغات دینی پیامبران است.

جان‌نشینان انبیا علیهم السلام نیز از سخنوری و خطابه استفاده کرده‌اند. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّا لَأَمْرَاءُ الْكَلَامِ»^{۱۸}؛ ما هر آینه پادشاهان سخنیم.» و البته سخنوری آنان روشمند نیز بوده است.

در عین حال برای بیان تاریخ فن خطابه و سخنوری به عنوان یک دانش و مهارت، اگرچه معمولاً از یونان باستان آغاز می‌کنند؛ زیرا قدیمی‌ترین کتابهای موجود در این باره، مربوط به این دوران است اما در این مجال کوتاه ما سخن را نزدیک به دوران اسلام یعنی جاهلیت قبل از اسلام می‌بریم و از آن زمان به بررسی تاریخی سخن و سخنوری می‌پردازیم.

عصر جاهلی و خطابه

سخن گفتن در دو قالب سخنوری و شعر ایراد می‌شود در دوران جاهلیت عرف به اوج قدرت خود رسیده و لکن این قدرت و اوج فقط در حد قالب و سبک بیان بوده ولی از نظر علمی و فنی جایگاهی برای آن قائل نبودند و اعراب، بیش از هر چیز به خطابه عملی و سبک بیان توجه می‌کردند. در این دوران، چه بسا یک سخنران با سخنان خود، قبیله‌ای را به اوج عزت یا حضيض ذلت می‌رساند؛ از این رو سران قبایل، فردی را به عنوان سخنگوی رسمی و خطیب قبیله بر می‌گزیدند^{۱۹}. عوامل ذیل باعث رشد خطابه در این عصر بود:

۱. شرایط جنگی و طبیعت صحرائشینی اعراب؛

۲. تعصب قبیله‌ای و فخر فروشی اعراب بر دیگران با امتیازات خود و قبیله شان؛

^{۱۷}. ابراهیم/۴.

^{۱۸}. نهج البلاغه، خطبه ۲۳۳.

^{۱۹}. فن الخطابه، ابراهیم البدوی، ص ۳۳.

۳. طبیعت ادبیات جاهلی و شفاهی بودن و رواج نداشتن فن نویسندگی؛

۴. نیاز به خطیب به عنوان مسئول هیئت، هنگام اعزام هیئتها به مناطق مختلف^{۲۰}.

خطبای جاهلی در مراسم مهم و جلسات پرجمعیت، سوار بر مرکب خود، خطابه ایراد می کردند. آنان، اغلب، هنگام ایراد سخن با عصا، سرنیزه یا شاخه درخت به حاضران اشاره می کردند. آنها با صدای بلند سخن می گفتند و سخنان خود را به سجع و ضرب المثل می آراستند^{۲۱}.

خطابه در اسلام

قرآن کریم، زمانی نازل شد که هنر غالب مردم عرب، سخنوری و خطابه بود. خدای متعال بهترین و اثرگذارترین سخن را در این زمان نازل کرد و فرمود: «اللَّهُ نَزَلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانِيَ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ»^{۲۲}؛ «خدا بهترین سخن را نازل کرده است؛ کتابی که آیتش [در لطف و زیبایی و عمق و محتوا] همانند یکدیگر است؛ آیاتی مکرر دارد [با تکراری شوق انگیز] که از شنیدن آیتش لرزه بر اندام کسانی می افتد که از پروردگارشان می ترسند. سپس برون و درونشان نرم و متوجه ذکر خدا می شود.»

قرآن کریم از نظر ادبی، بلیغ ترین خطیبان و شاعران عرب را تحت تأثیر خود قرار داد؛ از این رو خطیبان مسلمان پس از نزول قرآن از اسلوب قرآنی تقلید و خطبه های خود را به آیات شریفه آن مزین کردند. به این سخنان امام علی علیه السلام توجه کنید:

«تَعَاهَدُوا أَمْرَ الصَّلَاةِ وَحَافِظُوا عَلَيْهَا وَاسْتَكْتَرُوا مِنْهَا وَتَقَرَّبُوا بِهَا فَإِنَّهَا «كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْفُوتًا»^{۲۳} أَلَا تَسْمَعُونَ إِلَى جَوَابِ أَهْلِ النَّارِ حِينَ يُسْتَلَوُا «مَا سَلَكَكُمْ فِي سَقَرٍ * قَالُوا لَمْ نَكُ مِنْ الْمُصَلِّينَ»^{۲۴}؛ نماز را رعایت کنید و در حفظ آن بکوشید و آن را زیاد بخوانید و خود را با آن [به خدا] نزدیک کنید؛ زیرا آن «بر مؤمنان واجب شده است.» آیا جواب دوزخیان را نمی شنوید، وقتی که از آنها سؤال می شود: «چه باعث شد که گرفتار جهنم شدید؟! گفتند: [برای آنکه] نماز نمی خواندیم.»

قرآن کریم از نظر اسلوب، محتوا و واژگان، بر خطابه های صدر اسلام تاکنون اثر گذاشته است. از سوی دیگر احادیث نبوی، خطابه های امام علی علیه السلام و امامان دیگر، تأثیر شگرفی بر خطابه های عصر اسلامی داشته است، تا آنجا که بسیاری از سخنوران، عین یا مضمون خطابه های آنان را بازگو کرده اند؛ مثلاً یوسف بن عمر ثقفی نماینده هشام بن عبد الملک در کوفه به مردم چنین خطاب می کند: «اتَّقُوا اللَّهَ عِبَادَ اللَّهِ فَكَمْ مِنْ مُؤْمَلٍ أَمَلًا لَا يَبْلُغُهُ وَجَامِعٍ مَالًا لَا يَأْكُلُهُ وَمَانِعٍ مَا سَوْفَ يَتْرُكُهُ وَكَلْعَةٍ مِنْ بَاطِلٍ جَمَعَهُ وَمِنْ حَقٍّ مَنَعَهُ، أَصَابَهُ حَرَامًا وَوَرِثَةً عَدُوًّا اخْتَمَلَ إِصْرَهُ»^{۲۵} و بَاءَ بَوْرِهِ وَوَرَدَ عَلَى رَبِّهِ أَسْفًا لَاهِفًا قَدْ خَسِرَ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةَ ذَلِكَ هُوَ الْخُسْرَانُ الْمُبِينُ»^{۲۶}.

این خطابه را با سخن ذیل از امام علی علیه السلام مقایسه کنید:

^{۲۰} آئین سخنوری و نگرشی بر تاریخ آن، ص ۱۴۰ - ۱۴۱.

^{۲۱} همان، ص ۱۴۱ - ۱۴۳؛ فن خطابه، ابراهیم البدوی، ص ۳۷ - ۳۸.

^{۲۲} زمر/۲۳.

^{۲۳} نساء/۱۰۳.

^{۲۴} مدثر/۴۲ و ۴۳ و نهج البلاغه، خ ۱۹۹.

^{۲۵} یعنی «تقله».

^{۲۶} آئین سخنوری و نگرشی بر تاریخ آن، علی اکبر ضیایی، ص ۱۷۴.

«مَعَاشِرَ النَّاسِ، اتَّقُوا اللَّهَ فَكَمْ مِنْ مُؤْمَلٍ مَا لَا يَبْلُغُهُ وَبِأَن مَا لَا يَسْكُنُهُ وَجَامِعٍ مَا سَوْفَ يَتْرُكُهُ وَوَلَعَلَّهُ مِنْ بَاطِلٍ جَمَعَهُ وَمِنْ حَقِّ مَنَعَهُ، أَصَابَهُ حَرَاماً وَاحْتَمَلَ بِهِ آثَاماً قَبَاءً» «بِوزْرِهِ وَقَدِمَ عَلَى رَبِّهِ آسِفاً لَاهِفاً، قَدْ خَسِرَ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةَ ذَلِكَ هُوَ الْخُسْرَانُ الْمُبِينُ»^{۲۷}؛ ای مردم! از خدا بترسید، چه بسا آرزومندی که به آرزو [ای خود] نرسد و سازنده ساختمان‌هایی که در آن ساکن نشود و گردآورنده مالی که به زودی آن را بگذارد، و چه بسا که از راه باطل [و حرام] آن را جمع کرده و یا حق دیگران را باز داشته، و به سبب آن، مرتکب فعل حرام و متحمل گناهانی شده است، و با گناه و بار سنگین بر می‌گردد و با پشیمانی و حسرت بر خدای وارد می‌شود؛ در دنیا و آخرت زیان کرده، و این است زیان آشکار.»

خطابه در صدر اسلام، آداب و ویژگی‌هایی داشته است؛ از جمله:

۱. به کار بردن کلمات مسجّع؛

۲. ایستادن بر بلندی؛

۳. گذاشتن عمامه بر سر؛

۴. تکیه بر عصا یا شمشیر یا کمان خویش؛

۵. شروع با ستایش خداوند؛

۶. پایان دادن با دعای خیر^{۲۸}.

^{۲۷}. نهج البلاغه، حکمت ۳۴۴.

^{۲۸}. آیین سخنوری و نگارشی بر تاریخ آن، ص ۱۷۹ - ۱۸۲.

تعریف و اهداف سخنرانی دینی

اهداف این درس:

۱. آشنایی با برخی تعاریف خطابه و سخنرانی؛

۲. آشنایی با تعریف سخنرانی دینی و قیود آن؛

۳. شناخت اهداف تبلیغ و سخنرانی؛

تعریف سخنرانی

تاکنون تعاریف زیادی درباره خطابه و سخنرانی ارائه کرده اند. نگاهی گذرا به این تعاریفها نشان می دهد که هر کسی با برداشت خود از خطابه و هدفش از آن، قیودی را در تعریف آورده است. بعضی هدف از آن را فقط اقناع مخاطب دانسته و برخی در کنار اقناع اندیشه به تحریک احساس نیز توجه کرده اند. عمده تعاریف، متأثر از تعریف ارسطو در خطابه است. او با توجه به شرایط زمان خود آن را تعریف کرده است؛ در آن دوران خطابه را بیشتر برای قانع کردن دیگران به کار می گرفتند.

بعضی فقط خطابه را تعریف کرده اند؛ در حالی که خطابه، یکی از شکلهای اجرایی سخنرانی است. آنچه ما در این کتاب در پی تعریف آنیم، سخنرانی دینی است که اعم از خطابه است و با توجه به ویژگیها، شرایط و اهداف خاص خود باید تعریف شود.

به هر روی، پیش از تعریف سخنرانی دینی، بیان برخی تعاریف ارائه شده برای خطابه و سخنرانی، خالی از لطف نیست؛ برای نمونه به موارد ذیل می توان اشاره کرد:

۱. «خطابه، فن تصرف در عواطف و عقول مخاطبان از رهگذر الفاظ فصیح و جملات بلیغ، براساس مشافهه، به منظور اقناع عقل و احساس شنوندگان و ترغیب آنان به سوی هدفی [است] که سخنور در نظر دارد.»

۲. «خطابه، صنعتی است که توسط آن بتوان در هر امری از امور جزئی، دیگران را در حد امکان اقناع نمود.»

۳. خطابه «سخنی است به صورت نثر تألیف یافته که به وسیله آن، یک نفر جماعت را به قصد اقناع، مورد خطابه قرار می دهد.»

۴. «فن سخنوری به مجموعه اصول و قواعدی گفته می شود که سخنور با استفاده از آن در ذهن مستمعان خود تأثیر لازم را به جا گذارد و به مقصودی که دارد برسد.»

۵. «سخنوری یا خطابه، فنی است که به وسیله آن؛ گوینده، شنونده را با سخن خود اقناع و بر منظور خویش ترغیب می کند.»

تعریف سخنرانی دینی

پس از ارائه نمونه هایی از تعاریف سخنوری و خطابه، بی هیچ توضیح و یا انتقادی، تعریف مورد نظر خود را از سخنرانی دینی ارائه می کنیم.

سخنرانی دینی عبارت است از: «سخن گفتن یک نفر با جمع به نحو یک طرفه به منظور تأثیرگذاری مطلوب [دینی] در اندیشه، احساس و رفتار مخاطب، به قصد و روش انشاء سخن».

اکنون ممکن است این پرسش مطرح شود که چرا یکی از تعاریف پیشین را برگزیده و سخنرانی دینی را با این قیود خاص تعریف کرده ایم؟

پاسخ این است که هرچند غالباً اشکالاتی به تعاریف وارد است؛ اما باید کوشید تا تعریف حتی الامکان جامع و مانع باشد. تعریف فوق با توجه به اهداف و ویژگیهای سخنرانی دینی و با عنایت به تفاوت آن با مقوله های مشابه، ارائه شده است.

برای روشن شدن تعریف سخنرانی دینی و دلیل انتخاب قیود آن، بعضی از آنها را توضیح می دهیم:

۱. سخن گفتن

این قید، انتقال مفاهیم از طریق ایماء، اشاره، نویسنده گی و راههای دیگر تأثیرگذاری را از تعریف خارج می کند.

۲. یک نفر

فقط یک نفر در سخنرانی سخن می گوید و بقیه شنونده اند. پس با این قید، بحثهای دو یا چند طرفه، مانند: میزگرد، مباحثه و ... از تعریف خارج می شود.

۳. با جمع

سخن گفتن به لحاظ تعداد گوینده و شنونده، شکلهای مختلفی پیدا می کند:

الف) یک نفره که در آن فرد با خود یا خدا سخن می گوید؛

ب) دو نفر با هم، مانند: مناظره، محاوره و مشاوره؛

ج) چند نفر با هم، مانند: مناظره، هم اندیشی و محاوره؛

د) یک نفر با جمع، مانند: جلسه دفاع از نظریه علمی، سخنرانی علمی، پرسش و پاسخ، کلاسداری، گزارش دهی و سخنرانی.

منظور از جمع در تعریف سخنرانی، جمع عرفی است؛ نه جمع منطقی و نه ادبیاتی. با این قید، سخن گفتن یک فرد در مباحثه با یک یا چند نفر محدود و یا در گفتگوهای عادی با چند نفر، از تعریف خارج می شود.

۴. یک طرفه

ممکن است یک نفر با جمع سخن بگوید؛ ولی سخنرانی مصطلح نباشد. با قید یک طرفه بودن، جلسات پرسش و پاسخ و امثال آن از تعریف خارج می شود؛ زیرا سخن گفتن در آنها دو طرفه است. دلیل آوردن این قید، آن است که اگر هنگام سخنرانی، افراد دیگر سؤالی بپرسند و یا سخنی بگویند، در تأثیرگذاری سخنران اختلال ایجاد می شود؛ مثلاً اگر گوینده با سخنان خود، احساسات مخاطب را تحریک کرده باشد، ممکن است با طرح یک سؤال از سوی مخاطب و یا بیان سخنی از سوی او، این حس از بین برود.

۵. به منظور تأثیرگذاری

گوینده دینی در سخنرانی خود، باید قصد تأثیرگذاری بر مخاطب داشته باشد؛ گرچه به دلایلی تأثیرگذاری صورت نگیرد.^{۲۹}

۶. مطلوب

گاهی تأثیرگذاری در سخنرانی وجود دارد؛ اما مطلوب دین نیست؛ از این رو برخی سخنرانیهای انتخاباتی، اقتصادی، علمی و ... که در دنیای حاضر صورت می گیرد و در آنها قصد تأثیرگذاری مطلوب دینی وجود ندارد، از تعریف سخنرانی دینی خارج اند؛ هر چند سخنران آنها یک مسلمان باشد.

۷. اندیشه، احساس و رفتار

یکی از تفاوت‌های اساسی سخنرانی با میزگردها، سخنرانیهای علمی و کلاسهای تعلیم رسمی این است که در سخنرانی، در کنار اقناع اندیشه، تحریک احساس از اهم مقاصد به شمار می رود؛ ولی در موارد یاد شده دیگر، به این امر توجه نمی شود و یا به آن، کم تر توجه می شود. همچنین ایجاد و تقویت رفتارهای مثبت و از بین بردن رفتارهای منفی، از جمله اهداف سخنرانی دینی است که در مقوله های مشابه، کم تر بدان توجه می شود.

۸. به قصد و روش انشاء سخن

یعنی سخنران بخواهد به روش سخنوری متداول و معمول - که شکل خاصی دارد - سخن بگوید و با همین روش نیز سخنان خود را ادا کند. با این قید، سخن گفتن یک وکیل دادگستری که قصد انشاء سخن متداول ندارد و یا سخن گفتن یک نفر در منزل با همه قیود پیشین، از تعریف خارج می شود.

اهداف سخنرانی دینی

هدف در لغت به معنای هر چیز بلند و برافراشته، نشانه تیر، و آنچه آدمی برای رسیدن به آن می کوشد از قبیل مقام، مال و مکنت و نیز مقصود و غایت آمده است.

بنابراین در مورد موجود ذی شعوری مثل انسان می توان گفت: هدف، چیزی است که انسان قبل از عمل آن را در نظر می گیرد و نیروی خویش را برای رسیدن به آن به کار می برد و غرضش دستیابی و رسیدن به آن است. هدف آن مطلوبی است که شوق دستیابی به آن محرک آدمی است تا راهی را که به آن می رسد برگزیند و وسایل لازم برای وصول به آن را انتخاب نموده و به کار برد.^{۳۰}

توجه به هدف در هر کاری موجب تمرکز، آرامش و پرهیز از سرگشتگی است، و در سخنرانی دینی اگر برای دستیابی به هدف و اطمینان به نتیجه، اصول و معیارهایی در نظر گرفته شود، هر سخنران به راحتی می تواند موفقیت یا شکست خود را ارزیابی کند؛ از اینرو بهتر است ابتدا روشن شود که هدف از سخنرانی چیست؟

^{۲۹} دلیل این مطلب، آن است که با هیچ یک از ابزارها و روشهای تبلیغی نمی توان کسی را مجبور به پذیرش پیام تبلیغی کرد؛ بلکه انسانها صاحب اراده و اختیارند و

ممکن است از روی لجاجت و یا به هر دلیل دیگر نخواهند پیام را بپذیرند؛ چنان که خداوند متعال در آیه «نُفِر» می فرماید:

وَ مَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْ لَا نُفِرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ يُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ F؛ «شایسته نیست که مؤمنان

همگی [برای جهاد] کوچ کنند. پس چرا از هر گروهشان دسته ای کوچ نمی کنند تا در دین ژرف آگاهی یابند و مردم خویش را چون به سویشان بازگشتند هشدار دهند، شاید که پروا کنند.» توبه/۱۲۲.

خداوند متعال تأثیرگذاری تبلیغ را در این آیه قطعی نمی داند؛ بلکه می فرماید: لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ F؛ «شاید که پروا کنند.»

^{۳۰} فرهنگ تعلیم و تربیت اسلامی، محمدرضا امین زاده، ص ۴۷.

سخنرانی دینی همانند دیگر روشهای تبلیغ و تعلیم و تربیت اسلامی، همان اهدافی را تعقیب می کند که انبیاء الهی مورد توجه قرار داده اند.

برخی از اهداف تبلیغی انبیاء الهی عبارتند از:

۱. بندگی خدا و پرهیز از طاغوت

خداوند متعال هدف از خلقت جن و انس را عبادت و بندگی خود دانسته و می فرماید: «وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ»^{۳۱}؛ «من جن و انس را نیافریدم جز برای اینکه عبادتم کنند [و از این راه تکامل یابند و به من نزدیک شوند].»

همچنین هدف از بعثت پیامبران خویش را دعوت به پرستش خداوند و پرهیز از طاغوت معرفی می کند و در کتاب آسمانی خویش می فرماید: «وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ»^{۳۲}؛ «ما در هر امتی رسولی که: خدای یکتا را پرستید، و از طاغوت اجتناب کنید.»

۲. تزکیه و تعلیم

در قرآن کریم یکی از اهداف بعثت پیامبر اکرم ۹ تزکیه و تعلیم معرفی شده است. آنجا که می فرماید: «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ»^{۳۳} «او کسی است که در میان جمعیت درس نخوانده رسولی از خودشان برانگیخت که آیاتش را بر آنها می خواند و آنها را تزکیه می کند و به آنان کتاب (قرآن) و حکمت می آموزد و مسلماً پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند.»

همچنین دعای ابراهیم و اسماعیل علیهما السلام را در هنگام بالا بردن پایه های خانه کعبه این چنین نقل می کند: «رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ»^{۳۴} «پروردگارا! در میان آنها پیامبری از خودشان برانگیز، تا آیات تو را بر آنان بخواند و آنها را کتاب و حکمت بیاموزد و پاکیزه کند؛ زیرا تو توانا و حکیمی.»

۳. خروج از ظلمت به سوی نور

یکی از هدفهای نزول قرآن، خارج ساختن مردم از تاریکیها به سوی روشنایی است؛ چنانکه خداوند می فرماید: «كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ»^{۳۵} «[این] کتابی است که بر تو نازل کردیم، تا مردم را از تاریکیها [ی شرک و ظلم و جهل]، به سوی روشنایی [ایمان و عدل و آگاهی] در آوری.»

نیز می فرماید: «وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مُوسَى بِآيَاتِنَا أَنْ أَخْرِجْ قَوْمَكَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ»^{۳۶} «ما موسی را با آیات خود فرستادیم [و دستور دادیم]: قومت را از تاریکیها به نور بیرون آر.»

۴. برقراری عدالت

^{۳۱}. ذاریات/۵۶.

^{۳۲}. نحل/۳۶.

^{۳۳}. جمعه/۲.

^{۳۴}. بقره/۱۲۹.

^{۳۵}. ابراهیم/۱.

^{۳۶}. ابراهیم/۵.

برانگیختن مردم به برپایی قسط و برقراری عدالت در جامعه، یکی دیگر از اهداف تبلیغی پیامبران الهی است. در قرآن مجید آمده است: «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيُقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ»^{۳۷}؛ «ما رسولان خود را با دلایل روشن فرستادیم و با آنها کتاب [آسمانی] و میزان [شناسایی حق از باطل و قوانین عادلانه] نازل کردیم تا مردم قیام به عدالت کنند.»

۵. رهایی از وابستگیها و عادت‌های جاهلانه

برداشتن بارهای سنگین و زنجیرهایی که بر گردن مردمان بر اثر وابستگیهای جاهلانه و عادت‌های ناآگاهانه نهاده شده است، از جمله اهداف رسول گرامی اسلام بود. در قرآن مجید آمده است: «الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ»^{۳۸}؛ «همانها که از فرستاده [خدا]؛ پیامبر امی پیروی می کنند، پیامبری که صفاتش را در تورات و انجیلی که نزدشان است می یابند. آنها را به معروف دستور می دهد، و از منکر باز می دارد، اشیاء پاکیزه را برای آنها حلال می شمرد و ناپاکیها را تحریم می کند، و بارهای سنگین و زنجیرهایی را که بر آنها بود، [از دوش و گردنشان] بر می دارد.»

۶. برطرف شدن اختلافات

یکی از اهداف نزول کتابهای آسمانی، حکم کردن بین مردم در موارد اختلاف آنان است تا اختلاف و تفرقه آنها به صلح و وحدت مبدل گردد. خدای بزرگ فرموده است: «كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِيمَا اخْتَلَفُوا فِيهِ»^{۳۹}؛ «مردم [در آغاز] یک دسته بودند [و تضادی در میان آنها وجود نداشت که به تدریج جوامع و طبقات پدید آمد و اختلافات و تضادهایی در میان آنها پیدا شد، در این حال] خداوند، پیامبران را برانگیخت تا مردم را بشارت و بیم دهند و کتاب آسمانی، که به سوی حق دعوت می کرد، با آنها نازل نمود؛ تا در میان مردم در آنچه اختلاف داشتند داوری کند.»

برای رسیدن به اهداف فوق رعایت واجبات و محرمات و حتی مستحبات و مکروهات که در شرع مقدس اسلام وارد شده است و نیز همه مسائل اخلاقی و تربیتی و معارف دینی لازم است و یا تبلیغ و ترویج و عمل به آنها می توان به اهداف بعثت انبیاء دست یافت.

^{۳۷} . حدید/۲۵.

^{۳۸} . اعراف/۱۵۷.

^{۳۹} . بقره/۲۱۳.

حوزه های تأثیر گذاری سخنرانی دینی

اهداف این درس:

۱. آشنایی بیشتر با آثار سخنرانی دینی؛

۲. اطلاع از تأثیر گذاری سخنرانی در سه حوزه اندیشه، احساس و رفتار و شناخت تأثیر متقابل اندیشه، احساس، هیجان، گرایش و رفتار.

حوزه های تأثیر گذاری

ما همیشه و در هر جا با نگرشهایمان زندگی می کنیم. واژه «نگرش» [۱] معادلهای فارسی متعددی مثل «طرز تلقی»، «وجه نظر»، «باز خورد»، «وضع روانی»، «ایستار» و... دارد. «نگرش» که به ساخت روحی و آمادگی روانی فرد اطلاق می شود، از ترکیب باورها، گرایشها و احساسات مساعد و نامساعد برای نشان دادن واکنش فرد به کار می رود و به طور کلی یک نیروی اکتسابی موجود است. کسی که نسبت به شخصی، شیئی یا موقعیتی نگرش خاصی پیدا کرده است، بیش از همه به امر مورد نظر توجه نشان می دهد.»

محققان برای نگرش، ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری در نظر می گیرند. بنابراین افکار و عقاید، احساسات و عواطف، و تمایلات رفتاری سه مؤلفه نگرش هستند. به عنوان مثال در موضوعی مثل «مار» مؤلفه شناختی «مار» دلالت بر عقایدی درباره این موضوع عینی و حقیقی دارد؛ مانند اینکه مارها نرم و لطیف هستند. و مؤلفه عاطفی مبین احساسات فرد است؛ مانند اینکه با دیدن «مار» دچار احساس ترس و وحشت می شویم. مؤلفه رفتاری نیز بر تمایلات رفتاری تأکید دارد؛ مثل لمس کردن مار یا ردّ درخواست لمس مار زنده.

مثال دیگر را درباره یکی از اصلی ترین نگرشها در فرهنگ دینی، یعنی «نگرش ایمانی» می توان مطرح کرد. ایمان دارای سه بعد «عقیده و شناخت»، «علقه قلبی و عاطفی» و «رفتار ظاهری» است. «ایمان هرمی است که قاعده اش را عقیده قلبی تشکیل می دهد و اضلاعش را اعمالی که بر آن قاعده استوار شده اند. عقیده قلبی در اینجا مجموع عاطفه و عقل است و لذا انسان به واسطه عقل و عاطفه اش، یعنی؛ (جمع جبری) همه وجودش به سوی یک رفتار سوق پیدا می کند.»

برای ایجاد یا تغییر «نگرش» در افراد باید به سه بُعد آن توجه نمود. و ما برای رسیدن به اهداف سخنرانی دینی که در درس گذشته توضیح داده شد، با غمض عین از بعضی تداخلها، حوزه های تأثیر گذاری سخنرانی دینی را با توجه به این سه مؤلفه بیان می کنیم.

الف) حوزه اندیشه

یکی از رایج ترین تأثیرات سخنرانی؛ اثر گذاری در اندیشه، تفکر، آگاهی و فهم مخاطبان است که از ایجاد یا افزایش آگاهیهای آنان تا ایجاد بصیرت و نگاه ژرف، تأثیرات متفاوتی را شامل می شود.

مهم ترین ابزار سخنرانی که کلام و کلام است، نیز بیشتر با تأثیر گذاری در آگاهی و اندیشه تناسب دارد و از دریچه تأثیر گذاری در اندیشه بر احساسات و علائق و رفتارهای مخاطب می توان اثر گذاشت؛ هر چند برای اثر گذاری بر احساس و رفتار، راههای دیگری نیز وجود دارد.

به کار انداختن اندیشه مخاطبان، یکی از اهداف تبلیغی پیامبران الهی بوده است؛ چنان که امام علی ۷ می فرماید: «... يَحْتَجُّوا عَلَيْهِم بِالْتَّبْلِيغِ وَ يُثِرُوا لَهُم دَفَائِنَ الْعُقُولِ...» [۶] [خداوند بزرگ، پیامبران را فرستاد تا با مردم] از راه تبلیغ با برهان سخن بگویند و گنجینه های پنهان خردها را برای آنان آشکار کنند و به کار اندازند...».

(ب) حوزه احساس، هیجان و گرایش

همه ما شوری و شیرینی غذا را حس می کنیم، درد ناشی از صدمه دیدن یکی از اعضای بدنمان را درک می کنیم، احساس ناخوش آیندی از رفتارهای بد و احساس خوش آیندی از رفتارهای خوب دیگران داریم، عشق و محبت و یا نفرت و کینه را حس می کنیم؛ به عبارت دیگر همه ما احساس داریم و آن را می فهمیم.

احساس در لغت به معنای دریافتن، درک کردن، دانستن، آگاه شدن، دیدن، و درک چیزی با یکی از حواس آمده است.

(ج) حوزه رفتار

برای تأثیر گذاری در رفتار مخاطبان، افزون بر اقتناع اندیشه و تأثیر در احساسات و گرایشهای آنان، باید تا حد امکان برنامه عملی نیز ارائه کرد؛ گرچه گاهی بدون ارائه یک راه عملی نیز رفتارهای مخاطب تغییر می یابد و غرض حاصل می شود. دو گونه برنامه عملی در سخنرانی دینی می توان ارائه کرد:

۱. برنامه عملی برای ترک عادتها و رفتارهای بد؛ مثلاً وقتی مخاطب در اوج احساس محبت به امام حسین ۷ قرار می گیرد و برای آن حضرت اشک می ریزد، به او می گوئیم: «با این چشمی که برای امام حسین ۷ اشک ریخته ای، دیگر به نامحرم نگاه نکن.»

۲. برنامه عملی برای اقدام به کارهای خوب و کسب فضایل؛ مثلاً پس از اقتناع اندیشه مخاطبان درباره نماز و تحریک حس در این باره، به آنان می گوئیم: «بیاید از این به بعد نمازمان را اول وقت بخوانیم، یا بیایید از این به بعد همیشه نوافل را بخوانیم و...»

تأثیر متقابل اندیشه، احساس و رفتار

سه مؤلفه نگرش با یکدیگر تعامل دارند. هیچ رفتاری نیست که هر قدر هم عقلانی باشد، واجد عوامل عاطفی به عنوان محرک نباشد و نیز بالعکس نمی توان شاهد حالت عاطفی بود، مگر اینکه ادراک یا فهم در آن مداخله دارد. [۲۴]

مثلاً آگاهی از رأفت و رحمت الهی و اندیشه در نعمتهای او، احساس شوق انگیزی در انسان ایجاد می کند. آگاهی از اخلاق اهل بیت عصمت و طهارت: سبب احساس شیفتگی به ایشان می شود. آگاهی از ظلمهای بنی امیه به امامان معصوم، احساس نفرت از آنان ایجاد می کند.

اندیشه و بینش ما درباره اهل بیت: بر گرایش و رفتار ما در برابر ایشان اثر دارد و همین طور گرایش ما به آن بزرگواران بر بینش و رفتار ما بر بینش و گرایشمان به آنان تأثیر می گذارد.

به مثالهای زیر درباره تأثیر متقابل اندیشه، احساس و هیجان و گرایش، و رفتار بر یکدیگر توجه کنید:

۱. قرآن کریم، اندیشه «تنگدستی به دلیل داشتن اولاد» را سبب رفتار خاص، یعنی کشتن اولاد می داند و می فرماید: «وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ نَحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ إِنَّ قَتْلَهُمْ كَانَ خِطْأً كَبِيرًا؛» «و فرزندانتان را از ترس فقر نکشید. ما آنها و شما را روزی می دهیم. مسلماً کشتن آنها گناه بزرگی است.»

آیه فوق، نشان دهنده تأثیر بینش و تفکر بر رفتار انسان است؛ البته بیانگر تأثیر احساس (ترس) بر رفتار او نیز هست.

۲. قرآن کریم می فرماید: إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعاً * إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعاً * وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعاً ؛ «به یقین، انسان، حریص و کم طاقت آفریده شده است و هنگامی که بدی به او برسد، بی تاب می کند و هنگامی که خوبی به او برسد، مانع دیگران می شود [و بخل می ورزد]». در این آیه گرایش به دنیا و حرص، عامل رفتار خاصی معرفی شده است.

۳. رسول خدا ۹ می فرماید: «حُبُّكَ لِلشَّيْءِ يُعْمِي وَ يُصِمُّ؛ دوستی و محبت به هر چیزی [تو را] کور و کر می کند.»

امام علی علیه السلام نیز می فرمود: «مَنْ عَشِقَ شَيْئاً أَعَشَى بَصَرَهُ وَ أَمْرَضَ قَلْبَهُ فَهُوَ يَنْظُرُ بَعَيْنٍ غَيْرِ صَاحِحَةٍ وَ يَسْمَعُ بِأُذُنٍ غَيْرِ سَمِيعَةٍ؛ هر کس به چیزی عشق ورزد، چشم او را می پوشاند و قلبش را بیمار می کند. پس او با چشمی غیر صحیح می نگرَد و با گوش غیر شنوا می شنود.» این، نشان دهنده تأثیر عمیق گرایشهای انسان بر احساس ظاهری و در نتیجه ادراک و بینش و اندیشه اوست؛ زیرا حقیقتاً به سبب گرایش، کانالهای ورودی معرفت تغییر می کند.

چند نکته

۱. سیر طبیعی تأثیر گذاری در سخنرانی بدین صورت است که اول بر اندیشه، سپس بر احساس و آن گاه بر رفتار مخاطب اثر گذاشته شود؛ اما همیشه به این صورت نیست و گاهی تأثیر گذاری را از هر یک از این سه طریق می توان شروع کرد.

۲. گاهی سخنران بدون اقتناع اندیشه به تحریک احساس می پردازد. این امر در برخی موارد می تواند خطر ساز باشد. قرآن کریم در بیان راهبردهای تبلیغی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم، اول حکمت (برهان) را مطرح و سپس موعظه حسنه (تحریک احساس) را بیان می کند.

تقسیمات سخنرانی دینی

اهداف این درس:

۱. آشنایی با تقسیمات سخنرانی دینی؛

۲. ایجاد فضای ذهنی برای برخی از مباحثی که در آینده از آنها بحث خواهد شد.

انواع تقسیمات

سخنرانی دینی از جهات مختلفی قابل تقسیم است. سبکها، اسلوبها، گونه های مختلف مخاطبان و مقدار حضور آنها در جلسات سخنرانی، مدت زمان جلسات، تعداد آنها و نحوه قرار گرفتنشان در کنار یکدیگر، بهره برداری از ابزارهای جدید، تنوع موضوعات و... شاخصهای گوناگون و متنوعی هستند که ما را به گونه های مختلف سخنرانی رهنمون می شوند.

توجه به انواع سخنرانی از این جهت حائز اهمیت است که روشهای ارائه شده در کتاب باید به صورت جامع نگر به همه آنها معطوف شود؛ مثلاً وقتی در تقسیم سخنرانی براساس موضوع می گوئیم یکی از اقسام آن سخنرانی سیاسی است، باید به محتوا و یا احیاناً آن روشهایی توجه کرد که لازم است در این سخنرانی مد نظر قرار گیرد.

برخی انواع تقسیمات برای سخنرانی دینی را در ذیل بیان می کنیم.

الف) تقسیم براساس سبکها

سبک در لغت به معنای طرز، روش، شیوه، روش خاصی که شاعر یا نویسنده، ادراک و احساس خود را بیان می کند و طرز بیان ما فی الضمیر [۱] آمده است. مراد از سبک در سخنرانی، شاکله و هیئت اجرایی آن است.

توجه به وجود سبکهای مختلف، سبب پرهیز از جمود بر یک سبک خاص گردیده، از سوی دیگر زمینه را برای بیان نکات کاربردی و شناخت قوت و ضعف هر یک از آنها فراهم می آورد تا جایگاه استفاده از هر سبک با توجه به موقعیتهای مختلف روشن شود.

سخنرانی می تواند به یکی از سبکهای ذیل ارائه شود:

۱. محاوره ای؛

۲. خطابی؛

۳. تلفیقی (از محاوره ای و خطابی)؛

۴. کلاسداری. [۲]

شکلهای چهارگانه فوق، در حین اجرای سخنرانی خود را نشان می دهند.

ب) تقسیم براساس اسلوبها

اسلوب در لغت به معنای گونه، راه، شیوه، طریق، طرز، پایه و اساس مقام و لحن و ما به الامتیاز اثر یک آهنگ ساز با اثر آهنگ ساز دیگر [۳] و... آمده است. گرچه در لغت تفاوت چندانی بین سبک و اسلوب دیده نمی شود؛ لیکن ما سبک را در هیئت اجرایی سخنرانی، و اسلوب را در شاکله و هیئت محتوایی آن به کار می بریم.

هدف از انتخاب اسلوبهای محتوایی، یکی از دو چیز است:

۱. اقناع اندیشه؛

۲. برانگیختن احساس.

مؤثرترین عامل برای تفکیک اسلوبهای محتوایی، نوع محتوای به کار گرفته شده در آنهاست و نوع محتوای سخنرانی با توجه به هدف از سخنرانی انتخاب می شود. از این رو براساس اسلوبها می توان سخنرانی را به دو قسم تقسیم کرد:

۱. سخنرانیهای اقناعی

برای اقناع اندیشه از اسلوبهای ذیل استفاده می شود:

۱. تجزیه و تحلیل؛

۲. تعلیل و توجیه؛

۳. توضیح و تبیین؛

۴. تقسیم و تنظیم؛

۵. گزارش تحقیق؛

۶. مقایسه و ترجیح؛

۷. طرح مسئله و تبیین آن؛

۸. نقد و بررسی؛

۹. دیالوگ (گفتگو و مناظره های صوری)؛

۱۰. پرسش و پاسخ.

۲. سخنرانیهای احساسی

برای برانگیختن احساس از اسلوبهای ذیل استفاده می شود:

۱. داستانی؛

۲. داستان وارہ ای؛

۳. توصیفی و ترسیمی؛

۴. تخیلی و شاعرانه؛

۵. مناجاتی؛

۶. موعظه ای؛

۷. مبالغه، تأکید و تکرار؛

۸. ادبی.

ج) تقسیم براساس کیفیت مخاطبان

مخاطبان به لحاظ کیفیت آنان، از جهات مختلفی تقسیم می شوند و براساس این تقسیم، سخنرانی در گونه های مختلفی ظهور می کند.

۱. از جهت سطح فرهنگی، علمی و اجتماعی (با سواد و بی سواد، با فرهنگ و بی فرهنگ، اجتماعی و منزوی و...);

۲. از جهت انگیزه جهت شنیدن سخنان سخنران (با انگیزه و داوطلب یا بی انگیزه و غیرداوطلب)؛

۳. از جهت عام یا خاص بودن (یعنی در یکی از جهات فوق، همه مثل هم و خاص هستند یا مخاطبان به شکل عمومی و از هر قسم در یک جا جمع شده اند).

مخاطبان در سخنرانی، دارای ویژگیهای مشترک و اختصاصی هستند؛ از این رو در کنار روشهای عمومی برای همه آنان، باید به روشهای خاص و تدابیر ویژه برای جذب و راهنمایی مخاطبان خاص اندیشید.

د) تقسیم براساس نوع مخاطبان

گاهی نوع مخاطبان در سخنرانی متفاوت است و به همین نسبت سخنرانی نیز قابل تقسیم خواهد بود.

۱. از نظر جنسیت، یا زن و یا مرد هستند.

۲. از نظر سن می توانند کودک، نوجوان، جوان، میان سال و یا کهن سال باشند.

ه) تقسیم براساس کمیت مخاطب

براساس کمیت و مقدار مخاطبان، سخنرانی به سه قسم تقسیم می شود:

۱. جلسات خلوت؛

۲. جلسات متوسط؛

۳. جلسات شلوغ.

سخنرانی در هر یک از جلسات خلوت، متوسط و شلوغ، به لحاظ موضوع، محتوا و چینش مطالب، اقتضائات خاص خود را دارد؛ مثلاً طرح بعضی از مطالب و مباحث سیاسی، زمانی زیباست که جمعیت، زیاد و مجلس، با شکوه باشد و جایگاه بعضی تحلیلها فقط جلسات خلوت و خصوصی است.

و) تقسیم براساس مدت سخنرانی

سخنرانی به لحاظ مدت زمان ارائه آن به سه قسم تقسیم می شود:

۱. کوتاه مدت (۱۰ - ۲۰ دقیقه)؛

۲. میان مدت (۲۰ - ۵۰ دقیقه)؛

۳. بلند مدت (۵۰ - ۹۰ دقیقه و بیشتر).

در باره مطلوب بودن سخنرانی کوتاه یا طولانی، نسخه واحدی نمی توان پیچید؛ بلکه باید با توجه به شرایط و ویژگیهای گوینده، شنونده، زمان، مکان، محتوا و موضوع سخن و... برای کوتاه یا بلند مدت بودن آن تصمیم گیری کرد.

ز) تقسیم براساس توالی و تسلسل

سخنرانی براساس توالی و تسلسل [۴] سه قسم دارد:

۱. تک جلسه؛

۲. مسلسل؛

۳. متوالی و متناوب.

گاهی سخنران برای یک جلسه دعوت می شود (تک جلسه)، گاهی برای جلسات پی در پی و با فاصله کم، مثل ده شب پشت سر هم (مسلسل)، و گاه برای جلسات پی در پی و با فاصله زیاد، مثلاً هر ماه یا هر هفته یک بار (متوالی و متناوب).

سخنرانی در موارد تک جلسه راحت تر است؛ چرا که به دلیل جدید بودن سخنران و تبلیغات حاشیه ای که معمولاً صورت می گیرد، انگیزه مخاطبان برای شنیدن بیشتر است؛ اما در جلسات مسلسل و متوالی غالباً کار سخنران دشوارتر می شود؛ زیرا انگیزه مخاطبان - به دلیل تکراری شدن سخنران با همه ویژگیهای جسمی و روحی اش و نیز بروز بعضی محدودیتهای سخنوری و یا پاسخگویی ضعیف به سؤالات و... - روز به روز کمتر می شود؛ از این رو برای حفظ انگیزه مخاطبان و جذب مخاطبان بیشتر در جلسات بعدی باید تدابیر ویژه ای اندیشید.

ح) تقسیم براساس بهره برداری از ابزارهای جدید

سخنرانی می تواند با توجه به استفاده از نوع ابزارها نیز تقسیم شود. بعضی ابزارها عبارت اند از:

۱. تخته؛

۲. پرده؛

۳. دستگاه اپک؛

۴. منبر؛

۵. تریبون؛

۶. تلویزیون.

با توجه به اینکه ابزار در خدمت سخنرانی قرار می گیرد، گاه باعث تفاوتیهای محتوایی، صوری و اجرایی می شود.

ط) تقسیم براساس موضوع بحث

سخنرانی را با نگاه به موضوع آن نیز می توان تقسیم کرد و هر یک از موضوعات کلی مطرح در حوزه دینی را نام یک قسم قرار داد و یا دو یا سه مورد از آنها را با هم ترکیب کرد. اقسام ذیل را برای سخنرانی می توان برشمرد:

۱. اعتقادی؛

۲. عرفانی؛

۳. اخلاقی؛

۴. سیاسی؛

۵. اجتماعی؛

۶. تاریخی؛

۷. خانوادگی؛

۸. سیاسی - اجتماعی؛

۹. اخلاقی - عرفانی.

۱۰.

سخنران با توجه به شرایط خود و نیازهای شنوندگان، هر یک از موضوعات فوق را برای سخنرانی می تواند برگزیند و از این جهت نمی شود او را در یک یا چند موضوع خاص منحصر کرد. در شرایط کنونی، سخنرانیهای علمی - احساسی به لحاظ پذیرش مخاطبان بهترین نوع سخنرانیهاست، و موضوع بحث از نظر کلی تأثیر چندانی ندارد.

درس ششم

درس ششم

اهداف این درس:

۱. رسیدن به درک روشن تری از سخنرانی خوب و مطلوب؛

۲. پیدا کردن توان اجمالی برای نقد و بررسی سخنرانیها؛

۳. شناخت برخی شاخصهای یک سخنرانی مطلوب.

شاخصهای سخنرانی مطلوب

با تعریف سخنرانی دینی، بیان اهداف و تأثیرات آن و نیز توضیح برخی از انواع تقسیمات سخنرانی، آشنایی مختصری با این روش تبلیغی پیدا کردیم. در این درس تلاش می کنیم با بیان شاخصه های یک سخنرانی مطلوب، به درک روشن تری از سخنرانی خوب برسیم.

همچنین شناخت شاخصهای سخنرانی مطلوب و پس از آن، شاخصهای سخنرانی نامطلوب به ما کمک می کند تا بتوانیم سخنرانیها را نقد کنیم. البته در اینجا فقط شاخصهای مطلوبیت را بیان می کنیم و راههای رسیدن به آنها را به جای خود وا می گذاریم.

در همین جا این نکته را متذکر می شویم که معمولاً همه وجوه مطلوبیت در یک سخنرانی جمع نمی شود و همین که بعضی از آنها وجود داشته باشد، سخنرانی را می توان مطلوب نامید.

بعضی از وجوه مطلوبیت، در هنگام سخنرانی، و بعضی بعد از آن دیده می شود. از ویژگیهای مهم سخنرانی مطلوب آنست که در سه حوزه اندیشه، احساس و علائق، و رفتار مخاطب تأثیرگذار باشد، از اینرو باید وجوه مطلوبیت را در این سه حوزه بررسی کرد.

الف) آگاهی و اندیشه مخاطب

در حوزه آگاهی و اندیشه مخاطب، وجود برخی نشانه ها، علامت موفقیت و تأثیرگذاری سخنرانی است که به برخی از آنها اشاره می شود.

۱. انگیزه پی گیری مطلب

سخنران موفق، کسی است که بتواند از ابتدا در مخاطبان خود انگیزه پی گیری مطالب را ایجاد کند تا آنان با انگیزه و علاقه به دنبال شنیدن مطالب بعدی او باشند. همچنین این انگیزه، آنان را به شنیدن سخنرانیهای دیگر نیز ترغیب کند. انگیزه پی گیری مطلب باعث توجه شنوندگان به مباحث، و در نتیجه فهم و درک بیشتر آنان می شود.

۲. تمرکز بخشیدن به اندیشه مخاطب

هم برای اقناع اندیشه مخاطبان و هم برای تحریک احساس در آنان، لازم است اندیشه و فکر آنها بر روی موضوع بحث متمرکز شود. منظور از تمرکز، اوج توجه و دقت، هنگام شنیدن سخن است. هرگاه سخنران، قدرت تمرکز بخشیدن به ذهن و اندیشه مخاطبان خود داشته باشد، از تأثیرگذاری بالاتری برخوردار است.

۳. برانگیختن اعجاب مخاطب

برانگیختن اعجاب مخاطب، باعث جلب توجه او و در نتیجه، دقت برای فهم مطلب می شود. به تعجب واداشتن مخاطب، ممکن است به سبب نحوه ادای سخن و یا محتوایی باشد که بیان می شود.

۴. فهم و اقناع مخاطب

یکی از هدفهای اساسی سخنرانی، ایجاد فکر و اندیشه در مخاطبان و قانع کردن و متقاعد ساختن آنان درباره مباحث مطرح شده است. سخنوری که نتواند مخاطبان خود را قانع کرده، مطالب را به گونه ای بیان کند که به خوبی بفهمند و از او بپذیرند، توفیق چندانی ندارد. با استفاده از استدلال و برهان، مستند ساختن مطالب نقلی، ورود و خروج مناسب، و چینشهای خاص، می توان به اقناع اندیشه پرداخته، فهم بهتر مطالب را تسهیل کرد.

۵. ماندگاری پیام

برخی سخنوران فقط می توانند به گونه ای سخن بگویند که شنوندگان آنها، مطالب را به خوبی فرا بگیرند؛ اما بعضی دیگر، چنان مباحث خود را ارائه می کنند که مخاطبان می توانند پس از یاد گرفتن مطالب تا مدت زیادی آنها را به یاد داشته باشند. پیام اصلی سخنرانی باید در ذهن مخاطب باقی مانده و به گونه ای نقش شده باشد که به زودی از ذهن او خارج نشود.

ماندگاری پیام و قابلیت تبیین آن بیشتر به حوزه اندیشه مخاطب مرتبط است؛ اگر چه احساس او نیز در آن دخالت دارد. در این زمینه، رویکرد اساسی سخنران، برای ماندگاری پیام باید به چینش و صورت بندی مناسب مطالب، اعم از: ترتیب، تقدیم، تأخیر و استفاده از اسلوبهای مناسب معطوف شود.

دسته بندی و جمع بندی مناسب، به ویژه اگر با استفاده از جملات خاص مثل: کلمات قصار، جملات ویژه استفهامیه و شرطیه و ... صورت گیرد، می تواند پیام را در ذهن شنونده ماندگار کند.

۶. قابلیت بیان

سخنران توانا به گونه ای مطالب خود را به مخاطب منتقل می کند که او بتواند مطالب فراگرفته را برای دیگران بازگو کند. توانایی مخاطب برای بیان مطالب، همیشه و برای هر نوع مطلبی مناسب نیست؛ ولی به طور عمده، پیامهای سخنرانی، عمومی است و هرچه بیشتر توسعه یابد، مطلوب تر است. قابلیت بیان، ممکن است به دو صورت بروز و ظهور کند: یکی اینکه مخاطب، عین بعضی از عبارات شنیده را بازگو می کند و دیگر اینکه برداشت خود را به دیگران انتقال می دهد که هر دو صورت مطلوب می باشد.

دسته بندی مناسب، روانی مطالب، درخور فهم بودن پیام سخنرانی، و تکرار جمله های کلیدی بحث، نقش بسزایی در قابلیت بیان دارد.

۷. ایجاد روحیه مطالعه، تحقیق و تفکر

با ایجاد روحیه مطالعه و پژوهش در مخاطبان درباره موضوع سخنرانی، توفیقات و برکات بیشتری به دست می آید و درک مخاطب از مرز مباحث مطرح شده در سخنرانی بالاتر می رود.

در صورتی که سخنران با ایجاد سؤالات جدید، لازم و قابل درک برای مخاطب، ذهن او را به این سو حرکت دهد که جواب سؤال مطرح شده را باید بداند و ندانستن آن را برای خود عیب بداند، به سوی مطالعه، تحقیق و تفکر درباره موضوع بحث کشیده می شود.

همچنین توصیه به مطالعه و نشان دادن بعضی فواید آن، تشویق به پژوهش و اندیشه، معرفی منابع لازم و درخور فهم مخاطب در سخنرانی، تعریف خاص از بعضی کتابهای مفید و ناتمام گذاشتن بررسی و نتیجه گیری بحث و حواله دادن آن به تفکر و تأمل مخاطب - در صورتی که باعث ایجاد شبهه نشود - می تواند مخاطب را به مطالعه و تحقیق سوق دهد.

ب) احساسات و علائق مخاطب

مشخصه هایی در حوزه احساسات و علائق مخاطب برای مطلوب بودن سخنرانی، قابل توجه است که مهم ترین آنها را بررسی می کنیم.

۱. تحریک عواطف انسانی و علائق معنوی

محبت به فرزند، محبت به هم وطن و هم نوع - که در بعضی موارد، صحیح و لازم است - محصول عواطف انسانی؛ و حس پرستش و میل به نیکی، از جمله علائق معنوی است.

تحریک عواطف انسانی - تا آنجا که دین دستور داده است - و ایجاد فضای معنوی در جلسه سخنرانی و روح و روان مخاطبان، از نشانه های توفیق در سخنرانی و مطلوب بودن آن است. حالات معنوی که در جلسات سخنرانی حاصل می شود باعث تقویت ایمان و باورهای دینی مردم شده، اصلی ترین عامل شیرینی محافل مذهبی است. تحریک علائق معنوی باعث محبت الهی، احساس مهربان بودن خدا، احساس ندامت از گناهان، تمایل به تکامل معنوی و تقرب الی الله و ... می شود و انسانها را به سوی بندگی و اطاعت خداوند راغب می کند.

ایمان قوی و حالات خوش معنوی سخنران و آمادگی شنوندگان، تأثیر بسزایی در ایجاد فضای معنوی دارد. البته در کنار آنها، رعایت اصول علمی سخنرانی و تخصص در اجرای هنرمندانه آن نیز می تواند یاریگر مبلغ دینی باشد.

۲. ایجاد علاقه مندی به موضوع بحث یا مجموعه گفتار

برخی مخاطبان، علاقه ای به شنیدن بعضی موضوعات ندارند؛ گرچه آن موضوعات، نیاز فوری آنها باشد. عده ای از آنان نیز، گرچه در جلسه سخنرانی به هر دلیل حاضر شده اند، اما حوصله و انگیزه ای برای شنیدن مباحث نداشته، وجود سخنران و سخنرانی را ملال آور می دانند. سخنران موفق، علاوه بر ایجاد انگیزه برای استماع سخنان خود در ابتدای سخنرانی، می کوشد تا از راههای ممکن، مخاطبان را به موضوع و مجموعه گفتار خویش علاقه مند سازد و خاطره خوشی از آن موضوع در ذهن شنوندگان باقی گذارد.

۳. ارضای حس زیباگرایی

انسانها زیبایی را دوست داشته، به صورت طبیعی به سوی آن گرایش دارند و همان گونه که از خانه، مدرسه، اداره، درخت و باغ زیبا خوششان می آید، از سخن زیبا نیز لذت می برند. زیبایی سخن، باعث تأثیرگذاری بیشتر در مخاطب است؛ به حدی که گاهی نقصهای سخنرانی را نمی بیند. به صورت طبیعی، زمانی یک سخنرانی موفق است که هم ظاهر آن با رعایت فصاحت، بلاغت و قواعد و صناعات بیان و بدیع آراسته شده باشد، و هم از محتوایی که ارضا کننده زیبایی است مثل بیان زیباییها برخوردار باشد و بتواند حس زیباگرایی مخاطبان را ارضا کند.

۴. ارضای حس نوجویی و نوجویی بشر

همه انسانها از وسایل، اشیاء، نوشته ها و گفته های نو لذت می برند و حس نوجویی آنان را به نو کردن زندگی سوق می دهد؛ از این رو انتظار دارند که سخنران مذهبی نیز سخن نو بگوید. البته منظور از نوجویی لزوماً این نیست که محتوای جدیدی ارائه شود؛ بلکه می توان

همان محتوای دینی را که در گذشته بیان می شد، در قالبها، دسته بندیها و تحلیلهای نو ارائه کرد و با ادبیات و تعبیر تازه، زاویه دید جدید و یا مثالها و مصادیق جدید، آنها را بیان کرد و توضیح داد. البته بیان نکته های تازه و قابل استفاده از متون کهن نیز باعث ارضای حس نوگرایی می شود.

۵. ایجاد انتظار برای جلسات بعد

یکی از نشانه های کمال و مطلوب بودن سخنرانی، این است که شنوندگان برای جلسات بعدی آن انتظار بکشند و آرزوی شرکت در آن را داشته باشند. گاهی ایجاد یک سؤال مناسب و حواله دادن پاسخ آن به آینده، و گاه خاطره خوشی که از جلسات قبلی در مخاطب باقی مانده است و یا زیباگویی، مختصر و مفید گفتن و یا ... مخاطب را به کنجکاوی وامی دارد و یا او را شیفته سخنرانی و سخنران می کند و به انتظار جلسات بعدی می گذارد.

معمولا سخنرانیهای خیلی طولانی، کسل کننده، غیرقابل فهم و فاقد احساس مذهبی، باعث دوری شنوندگان و کراهت آنها برای حضور در سخنرانی است و باید از آن پرهیز کرد.

سخنرانی مطلوب

اهداف این درس:

۱. رسیدن به درک روشن تری از سخنرانی مطلوب؛

۲. افزایش توان اجمالی برای نقد و بررسی سخنرانیها؛

۳. شناخت برخی از شاخصهای سخنرانی مطلوب و نامطلوب.

در درس پیش با وجوه مطلوبیت سخنرانی در دو حوزه «آگاهی و اندیشه مخاطب» و «احساسات و علایق مخاطب» آشنا شدیم. در این درس، پس از بیان وجوه مطلوبیت سخنرانی در حوزه «رفتار مخاطب»، برخی شاخصه های سخنرانی نامطلوب را توضیح می دهیم.

ج) رفتار مخاطب

سخنرانی مطلوب در حوزه رفتار و عملکرد مخاطب، دارای نشانه هایی است که برخی از آنها را بررسی می کنیم.

۱. تغییر تظاهرات رفتاری منفی

گاهی شنوندگان با بی اعتنایی، بی تفاوتی و بی میلی با سخنران برخورد می کنند و علاقه ای به شنیدن سخنان او ندارند. آنها عدم علاقه و مخالفت خود را با یک سری علائم فیزیکی مانند: طرز نشستن، نحوه نگاه کردن، حرکات جسمی، و یا حتی با میزان سکوت خود نشان می دهند. معمولاً کسانی که به اجبار در جلسه سخنرانی حاضر شده اند و یا هدف آنها از حضور در جلسه، چیزی غیر از سخنرانی بوده است، چنین واکنشهایی دارند.

چنانچه سخنران بتواند تظاهرات رفتاری مخاطب را از بی اعتنایی یا مخالفت به موافقت و یا حتی اشتیاق تغییر دهد، کاری هنرمندانه و مطلوب انجام داده است.

حفظ آرامش، خونسردی و مهربانی در برخورد با مخاطب، بیان مطالب مورد نیاز و علاقه او، نمایش بی اعتنایی خود در مقابل بی اعتنایی مخاطب در عین برقراری ارتباط دوستانه با او و پرهیز از رفتار متکبرانه، می تواند در تغییر تظاهرات رفتاری مخاطبان مخالف و بی اعتنا نقش داشته باشد.

۲. اظهار تأیید سخنران

در صورتی که شنونده، مطالب سخنران را بفهمد و بپذیرد و یا حس او برانگیخته شود، معمولاً به نوعی وی را تأیید می کند. اظهار تأیید سخنران از سوی مخاطب، یک نشانه از مطلوب بودن سخنرانی است که در رفتار وی بروز می کند. این امر، گاهی با فرستادن صلوات، تکبیر گفتن، شعارهای سیاسی و ... و گاه با حرکات فیزیکی سر و بدن انجام می شود. سخنران با این گونه حرکات می تواند به ارزیابی تأثیر سخنان خود در شنوندگان بپردازد.

البته باید توجه داشت که برخی مخاطبان به سبب داشتن فرهنگ خاص و یا عادات رفتاری ویژه، ممکن است در عمل، به سخنان سخنران واکنش نشان ندهند. در چنین شرایطی نباید واکنش نداشتن آنان را دلیلی بر عدم فهم و یا نپذیرفتن قلمداد کرد.

شیوه سخن گفتن و رفتار سخنران در حین سخنرانی و یا پیش از آن در اظهار تأیید از سوی مخاطبان بسیار مؤثر است. زمانی که مخاطب به هر دلیلی نسبت به گوینده مذهبی علاقه مند باشد، راحت تر سخن او را تأیید می کند. علاوه بر این برخی سخنوران با طرح سؤال، ناتمام گذاشتن بعضی جمله ها و ...، شنوندگان را به اظهار تأیید وا می دارند.

۳. اظهار تأثیر مخاطب

اظهار تأثیر مخاطب در سخنرانی دینی، امری طبیعی و از نشانه های موفقیت سخنران در تحریک احساسات مخاطبان است. این امر، به صورتهای مختلف، مثل: گریه کردن، به پیشانی زدن و ... نمود پیدا می کند. بیان مطالب متأثر کننده، به کارگیری روشهای تحریک احساس و فرصت دادن به مخاطب برای اظهار تأثیر خویش، از نکات قابل توجهی است که لازم است درباره این شاخصه موفقیت سخنرانی مورد توجه قرار گیرد.

شایان ذکر است که تلاش بیش از حد برای تحریک احساس مخاطبان و نیز بروز زود هنگام احساسات سخنران، می تواند در جریان تأثیر گذاری بر احساس شنوندگان تأثیر نامطلوب بگذارد.

معیار کلی در این مسئله، همراه بودن احساسات مخاطب با احساسات گوینده است.

همچنین باید توجه کرد که گاهی اظهار تأثیر زود هنگام و یا بیش از اندازه بعضی افراد در جلسه، عامل اختلال در ارتباط سخنران با مخاطب است و حتی مسیر جلسه را به جایی دیگر می برد که باید با درایت، مجلس را مدیریت کرده، احساسات توده مردم را در نظر گرفت. ملاک در این مسئله، اظهار تأثیر توده مخاطبان است؛ نه افراد خاص.

۴. تصمیم به تغییر یا آغاز نوعی رفتار

چنانچه سخنرانی در حوزه تأثیر گذاری بر رفتار مخاطب موفق باشد، غالباً پس از آن تصمیم به تغییر رفتار یا آغاز نوعی رفتار در شنوندگان ایجاد می شود.

گاه مخاطب، تحت تأثیر سخنرانی تصمیم می گیرد که رفتار خود را تغییر دهد؛ مثلاً اگر گناهی مانند: غیبت، دروغ، ترک نماز و ... مرتکب می شده است، تصمیم می گیرد و سعی می کند که چنین نکند.

گاهی نیز پس از شنیدن سخنان سخنران و اقتاع اندیشه و تحریک احساسات دینی و عواطفش تصمیم می گیرد تا پایان عمر، رفتار خاصی را انجام دهد؛ مثلاً نماز اول وقت بخواند، روزه بگیرد، راست بگوید و ...

البته در صورت موفقیت آمیز بودن سخنرانی، هر دو تصمیم با هم صورت می گیرد و مخاطبان سعی می کنند رفتارهای غلط خود را کنار گذاشته، به رفتارها و عملکرد مطلوب دینی توجه کنند و به آنها پایبند باشند.

۵. تبلیغ از سخنرانی

یکی از نشانه های مطلوب بودن سخنرانی، تبلیغ مخاطب از مجلس سخنرانی است. این تبلیغ، نشانه موفقیت سخنران از جهات مختلف است که در مجموع، سخنرانی او را برای مخاطب پرجاذبه کرده است؛ به حدی که برای حضور دیگران نیز تبلیغ می کند.

۶. تقدیر و تشکر

اگر سخنرانی، مؤثر و مطلوب باشد و شنوندگان بهره کافی از آن برده باشند، بی درنگ پس از سخنرانی، از بانیان و برگزار کنندگان و به ویژه از خود سخنران تشکر می کنند.

این تقدیر و تشکر در جمع شدن گرد سخنران، دست دادن و اظهار لطف به او و ... ظهور می کند.

گویندگان مذهبی در چنین مواقعی می توانند از نوع مطالبی که مردم بیان می کنند برای تقویت سخنرانیهای خود از نظر محتوا و روش استفاده کنند. البته لازم است سخنرانان، توفیقات به دست آمده را از ناحیه خدا دانسته، از او به سبب الطاف بی پایانش سپاسگزار باشند.

نشانه های سخنرانی نامطلوب

پس از مرور صفات و ویژگیهای یک سخنرانی مطلوب، نوبت آن است که به وضعیت مقابل آن توجه کنیم. نبودن نشانه های سخنرانی مطلوب، نشان دهنده نامطلوب بودن سخنرانی است؛ اما علاوه بر آن، علائم دیگری هم بر نامطلوب بودن سخنرانی دلالت دارد.

بیان این علائم ما را در ارزیابی بهتر از سخنرانیها کمک می کند و راه را برای یافتن روشهای مناسب هموار می سازد. آنچه در این درس مرور می شود، اهم صفات سخنرانی نامطلوب است. این صفات، در رعایت نکردن اصول، روشها و اسلوبهای سخنرانی ریشه دارد.

۱. خسته کننده بودن

از جمله ویژگیهای سخنرانی نامطلوب آن است که مخاطباننش را خسته کند. این خستگی، ممکن است خود را در رفتار یا گفتار شنوندگان نشان دهد.

برخی عوامل خسته کننده شدن سخنرانی عبارت اند از:

(الف) یکنواخت حرف زدن؛

(ب) ناهماهنگی بین محتوا، لحن، صوت و حرکات دست، سر و چشم؛

(ج) مفید نبودن مطالب؛

(د) فاقد احساس بودن سخنان.

۲. احساس تکراری بودن

احساس تکراری بودن سخنرانی و نه لزوماً خود تکرار، یکی از صفات سخنرانی نامطلوب است. گاهی، مطالب تکراری است و لازم هم هست که تکراری باشد؛ ولی مخاطب، احساس تکراری بودن ندارد. مواعظ و نصایح، بیشتر جنبه تکراری دارد و نامطلوب هم نیست.

همچنین بسیاری از غیر مواعظ ممکن است به دلایلی تکرار شوند؛ ولی سخنران آن چنان هنرمندانه، جاذب و مفید، آنها را مطرح می کند که مخاطب، احساس تکراری بودن نکند. در این صورت، سخنرانی نامطلوب نخواهد بود. احساس تکراری بودن، زمانی در مخاطب ایجاد می شود که سخنران با جملات، الفاظ و مثالهای تکراری، یک موضوع تکراری را مطرح کند.

هرچند، سخنان ما شیرین و دلنشین باشند؛ اما با تکرار محتوا و الفاظ، لطف خود را از دست داده، نامطلوب خواهند شد.

۳. برانگیختن مخالفت مخاطب

گاهی سخنرانی به گونه ای صورت می گیرد که از همان ابتدا و یا در ادامه، مخالفت مخاطب را بر می انگیزد. عوامل برانگیختن مخالفت مخاطب عبارت اند از:

- الف) مخالفت با عقاید مسلم مخاطب بدون مقدمه چینی لازم؛
 - ب) مستند نبودن مطالب حساسیت برانگیز؛
 - ج) تحقیر شنونده از طریق سخنان تحقیر آمیز؛
 - د) پایین بودن شخصیت سخنران نزد مخاطب؛
 - ه) مخالفت با فرهنگ بومی و ملی مخاطب؛
 - و) اصرار زیاد بر بدیهای موجود و نادیده گرفتن نقاط مثبت مخاطب؛
 - ز) نقد دائم مخاطب؛
 - ح) گره های مستقیم مطالب با مخاطب درباره صفات و اعمال منفی.
۴. بر چسب نامطلوب خوردن به سخنران

گاهی برداشت مخاطب، این است که سخنران، لیاقت سخنرانی ندارد. این برداشت، دلایل مختلفی مثل: رفتار سخنران، نحوه ارائه سخنرانی، حرفها و حدیثهای مطرح در جامعه، شرایط سیاسی و حزبی، سوء تفاهمهای ناشی از تفاوتهای فرهنگی و... می تواند داشته باشد. یکی از دلایل مهم برچسب نامطلوب خوردن به سخنران، ارائه سخنان ناپسند است.

امام علی ۷ فرمود: «عَوْدٌ لِسَانَكَ حُسْنَ الْكَلَامِ تَأْمِنُ الْمَلَامَ»^{۴۰}؛ زبان خویش را به سخنان پسندیده عادت ده تا از سرزنش [دیگران] در امان باشی.»

چند نکته

۱. اگر روشهای جذاب سازی کلام، نو کردن بحث، استدلالی کردن سخن و... اجرا شود؛ اعم از اینکه ناظر به محتوا یا چینی یا اجرا باشد، در بسیاری از موارد سخنران و سخنرانی را از صفات نامطلوب دور می سازند.

۲. بعضی از صفات نامطلوب به اجرای سخنرانی، مربوط می شود. برخی مربوط به محتوا و بعضی دیگر به شخصیت سخنران، مربوط است. برخی نیز به چینی مباحث و بعضی به همه موارد مرتبط است؛ مثلاً خسته کننده بودن، گاه به خاطر اجرا است و گاهی به خاطر محتوا، یا احساس تکراری بودن مطالب بیشتر به محتوا مربوط است و گاهی به سبب اجرای نامناسب، و برانگیختن مخالفت مخاطب به محتوا، چینی و اجرا مربوط است.

همین طور برچسب نامطلوب خوردن به سخنران، گاهی مربوط به خود اوست و رفتار قبل و بعد از منبرش، و گاه به مسائل اجتماعی حاکم ربط پیدا می کند و گاهی مربوط به عواملی مانند: محتوا، چینی و اجرای سخن است. بسیاری از مخالفتهای اجتماعی با سخنران و برانگیخته شدن مخالفت مخاطبان، به شتابزدگی، جو زدگی و روزمرگی سخنران بر می گردد که اگر روی مباحث کار کند و با طرح و برنامه پیش رود، کمتر چنین مشکلاتی پیش می آید. در حدیث آمده است: «التَّذْبِيرُ قَبْلَ الْعَمَلِ يُؤْمِنُكَ مِنَ النَّدَمِ»^{۴۱}؛ اندیشیدن قبل از کار، تو را از پشیمانی در امان می دارد.»

^{۴۰}. معجم الفاظ غرر الحکم و درر الکلم، مصطفی درایتی، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی، قم، ۱۴۱۳ ق، ص ۹۹۵.

^{۴۱}. من لایحضره الفقیه، شیخ صدوق، انتشارات جامعه مدرسین، چاپ سوم، قم، ۱۴۱۳ ق، ج ۴، ص ۳۸۸.

درس هشتم

اهداف این درس:

۱. شناخت تعریف سخن و اجزای آن؛

۲. آشنایی با اقسام مواد سخنرانی و تعریف هر قسم؛

۳. پی بردن به ارزش و جایگاه استفاده از مواد مختلف در سخنرانی.

جزء سخن، واحد سخن و سخنرانی

جزء سخن، بخشی از سخن است که غالباً بیش از یک جمله یا عبارت است و برای افاده مقصود - به گونه ای که بتوان نام یک سخن تمام بر آن اطلاق کرد - کافی نیست. نسبت جزء سخن به خود سخن، مانند نسبت کلمه به کلام است که حتی اگر مرکب هم باشد، یک کلام محسوب نمی شود.

اجزای سخن، ارتباط وثیقی با مجموعه سخن دارند؛ برای مثال، زمانی که یک سخنران، حکایتی را بیان می کند تا غرض خود را از بیان آن توضیح ندهد و از آن در مجموعه سخنان خود بهره برداری نکند، یک واحد از سخن به حساب نمی آید. از این رو در مثال فوق، اصل حکایت، یک جزء از سخن است و با همه توضیحات جانبی و بیان ارتباطات آن با بخشهای دیگر سخنرانی، یک واحد از سخن را شکل می دهد. سخنرانی، مجموعه ای از سخنان است که به هم پیوند خورده اند.

مواد سخنرانی و ارزش هر کدام

مواد سخنرانی عبارت اند از مطالبی که برای رسیدن به هدف سخنرانی از آنها استفاده می شود. هر کدام از مواد سخنرانی، جزئی از سخن هستند و در یک نگاه کلی به دو قسمت تقسیم می شوند: الف) اشرف مواد؛ ب) سایر مواد.

الف) اشرف مواد

اشرف مواد، رکن محتوایی سخنرانی محسوب می شوند و آن بخش از مطالب و محتواها هستند که سخنرانی بدون آنها، سخنرانی دینی محسوب نمی شود.

اشرف مواد در سخنرانی دینی عبارت اند از:

۱. قرآن کریم؛

۲. سنت.

هدف از انجام سخنرانی، انتقال پیام قرآن و معصومان (یعنی حقیقت معارف الهی به مردم است و در صورتی که از پیام الهی خالی باشد، حقیقتاً نمی توان نام سخنرانی دینی بر آن گذاشت. منظور از قرآن، روشن است و منظور از سنت، قول و فعل معصومان (است که برای شنوندگان دینی حجّت الهی هستند.

چند نکته

در نظر گرفتن نکات ذیل درباره آیات و روایات، لازم است:

۱. شایسته است سخنران مذهبی، هنگام استفاده از قرآن و روایات، اهل تدبّر باشد و برداشتهای دقیق خود و مفسران را نیز ذیل آیات و احادیث بیان کند. چنانچه فقط آیات و روایات را پشت سر هم بخوانیم و از توضیح آنها بپرهیزیم، برای بسیاری از مخاطبان قابل فهم نخواهد بود و مخاطب در بعضی موارد، احساس خشکی در بحث می کند.

پس مناسب است که مثلاً در صورت قرائت آیه شریفه قَالَ فَمَا خَطْبُكَ يَسْمِرِي * قَالَ بَصُرْتُ بِمَا لَمْ يَبْصُرُوا بِهِ^{۴۲}؛ [موسی علیه السلام رو به سامری کرد و] گفت: تو چرا این کار را کردی، ای سامری؟ گفت: من چیزی دیدم که آنها ندیدند.

توضیح دهیم که این ماجرا بعد از ساختن گوساله سامری و بت پرست شدن مردم در غیاب حضرت موسی علیه السلام اتفاق افتاد.

گوساله سه ویژگی داشت:

الف) در آن هنر بکار رفته بود؛

ب) مظهر پول و ثروت بود؛ چون از طلا ساخته شده بود؛

ج) به لحاظ صنعتی ظرافت داشت؛ به این صورت که وقتی از طرف دُم در آن دمیده می شد، هوا از دهانش خارج می شد.

سامری می گوید: من به چیزی رسیدم که آنها نرسیده اند. از این آیه استفاده می شود که:

الف) اگر بعضی از انسانها برخی رموز اشیا را به دست آورند، بقیه انسانها را به کرنش در مقابل خود وامی دارند و هر کس نداند، در مقابل دانا کرنش می کند؛ چنان که امروز نیز ملت‌های بزرگ و کوچک در مقابل گوساله صنعتی غرب کرنش می کنند.

ب) یکی از زمینه های تهاجم پذیری، جهل انسان است؛ از این رو برای جلوگیری از تهاجم فرهنگی باید به جهل زدایی از جامعه نسبت به معارف دینی پرداخت.

۲. قرآن کریم و سنت، اشرف مواد سخنرانی هستند؛ اما الزاماً چنین نیست که اگر در یک سخنرانی، با صراحت، متن عربی قرآن و روایات نیامده بود، آن را سخنرانی دینی ندانیم؛ بلکه ممکن است به دلیل شرایط خاص و مخاطبان ویژه، سراسر سخنرانی و تأثیراتش قرآنی باشد؛ ولی به ظاهر، یک آیه هم خوانده نشود. البته همین جا متذکر می شویم که قرائت عربی آیات و روایات، نورانیت و تأثیر خاصی دارد؛ از این رو تا سرحد امکان لازم است از متن عربی آنها در سخنرانی استفاده شود.

۳. قرآن کریم و روایات معتبر معصومان (نزد ما و همه کسانی که با آنها آشنایی دارند، از اشرف مواد است؛ اما برخی مخاطبان، چنین نگاهی به تقلین ندارند؛ از این رو اگر بخواهیم برای آنان نیز اشرف مواد باشد، نیازمند مقدمه چینی و استدلال در ابتدای سخن هستیم. پس لزوماً به صورت همیشگی از قرآن و روایات در ابتدای سخنرانی استفاده نمی شود؛ بلکه به حال مخاطب بستگی دارد.

۴. در بعضی موارد، چنان که در بحث راههای ایجاد انگیزه خواهیم گفت، می خواهیم موضوع سخنرانی در ابتدای کار مبهم بماند. از سوی دیگر می خواهیم آیه یا روایتی را در صدر سخن مطرح کنیم. در چنین شرایطی باید از آیات و روایاتی در شروع سخنانمان بهره گیریم که موضوع را آشکار نسازند.

ب) سایر مواد

۴۲. طه/۹۵ و ۹۶.

منظور از سایر مواد، آن دسته از مطالب است که در قرآن و حدیث مطرح نیست؛ اما برای تبیین معارف اسلامی و یا جمع بندی و ماندگاری آنها در ذهن مخاطب تأثیر دارد.

اشاره کردیم که هدف اساسی از سخنرانی دینی، انتقال مفاهیم و معارف قرآن و سیره و سخن معصومان (به مخاطبان است؛ از این رو استفاده از سایر مواد و استخدام آنها برای بهره برداری بهتر و فهم دقیق تر معارف الهی است. اگر این مواد، ما را به چنین مقصودی نرسانند نباید جایی را در سخنرانی اشغال کنند.

در یک نگاه کلی به دو هدف از سایر مواد بهره گرفته می شود:

۱. توضیح و تبیین مفاهیم نظری و تطبیق آنها با واقعیات عینی؛

۲. عنوان سازه‌های جذاب و ماندگار.

تبیین و تطبیق مفاهیم نظری

بعضی از مباحث نظری دین که در آیات و روایات بیان شده است نیاز به توضیح و تبیین دارند و یا ذکر شواهد عینی و مصداقهای خارجی آنها موجب می شود بسیاری از مخاطبان ضمن درک بهتر، انگیزه بیشتری برای عمل به آن آموزه ها پیدا کنند.

مثلاً قرآن کریم در باب قرض الحسنه می فرماید: مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ^{۴۳}؛ «کیست که به خدا قرض الحسنه ای دهد تا آن را برای او چندین برابر کند؟ و خداوند است که [روزی بندگان را] محدود یا گسترده می سازد؛ [و انفاق، هرگز باعث کمبود روزی آنها نمی شود.] و به سوی او بازگردانده می شوید [و پاداش خود را خواهید گرفت].»

شنوندگان مذهبی، این آیه را از روی تعبد می پذیرند؛ اما هنوز برایشان ملموس نشده است که چگونه خداوند قرض الحسنه را چندین برابر می کند. برای توضیح، تبیین و ملموس کردن این نظریه دینی می توان داستان کسانی را مطرح کرد پس از قرض دادن، خداوند به مال آنان برکت داده و به صورت محسوسی اموالشان چندین برابر شده است.

این داستانها نه در قرآن آمده است و نه در روایات معصومان؛ ولی از آنها برای تبیین این بحث قرآنی استفاده می شود.

برای توضیح و تبیین، و عینی و ملموس کردن مباحث و مفاهیم نظری دین، از موادی مثل: تاریخ، سیره بزرگان، حکایت، داستان، قصه، داستان واره، تشبیه، لطفه و... می توان استفاده کرد که به توضیح مختصری درباره آنها می پردازیم.

تاریخ

توجه به تاریخ گذشتگان و سرنوشت انسانهای پیشین و حکایتها و داستانهای آنان از سفارشهای قرآن کریم و روایات معصومان (است؛ برای نمونه قرآن کریم می فرماید: قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ؛^{۴۴} «بگو: در زمین سیر کنید و سرانجام گذشتگان را ببینید.»

همچنین می فرماید: لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِي الْأَلْبَابِ؛^{۴۵} «در قصه های آنان عبرتی برای صاحبان اندیشه است.»

^{۴۳}. بقره/ ۲۴۵.

^{۴۴}. روم/ ۴۲.

امام علی علیه السلام نیز فرمود: «وَأَعْتَبِرْ بِمَا مَضَى مِنَ الدُّنْيَا لِمَا بَقِيَ مِنْهَا فَإِنَّ بَعْضَهَا يَشْبَهُ بَعْضًا وَآخِرُهَا لَاحِقٌ بِأَوَّلِهَا؛^{۴۶} از آنچه از دنیا گذشته برای باقی مانده آن عبرت بگیر، زیرا بعضی از آن به بعض دیگر [ش] شبیه است و پایانش به اولش ملحق می شود.»

معنا و تعریف تاریخ

تاریخ را به صورتهای ذیل، معنا و تعریف کرده اند:

۱. وقت چیزی پدید کردن؛

۲. تعیین کردن مدتی را از ابتدای امری عظیم و قدیم و مشهور تا ظهور امر ثانی که عقب اوست؛

۳. رقمی که زمان را نماید، زمان وقوع واقعه ای؛

۴. سرگذشت یا سلسله اعمال و وقایع و حوادث قابل ذکر که به ترتیب از منته تنظیم شده باشد.^{۴۷}

چنانکه از معانی فوق پیداست، تاریخ در سیره بزرگان، حکایت و داستان، منحصر نیست؛ مثلاً روز شمار وقایع تاریخی، مثل حوادث بعد از قیام امام حسین علیه السلام نیز تاریخ است و از موارد یاد شده نیز نیست. بیان سیر تحولات اجتماعی در زمان خاص، ذکر ولادتها، شهادتها، و اتفاقات تاریخی دیگر نیز همین گونه است.

سیره بزرگان

سیره در لغت به معنای طریقه، روش، سنت، مذهب، خو، عادت، خلق، ترتیب، انتظام،^{۴۸} نوع راه رفتن،^{۴۹} هیئت و شکل و قیافه^{۵۰} آمده است. در اصطلاح، زمانی یک رفتار، سیره یک فرد به حساب می آید که همیشه بر آن مداومت داشته باشد؛ مثلاً اگر می گوئیم نماز شب خواندن، سیره امام خمینی بود، به این معناست که او بر این رفتار پسندیده مداومت داشت و آن را ترک نمی کرد.

مرحوم شهید مطهری تعریف خاصی از سیره دارد و در تعریف آن چنین آورده است: «سیره، عبارت است از سبک و اسلوب و متد خاصی که افراد صاحب اسلوب و سبک و منطق در سیر خودشان به کار می برند. همه مردم سیر دارند؛ ولی همه مردم سیره ندارند؛^{۵۱} یعنی این چنین نیست که همه مردم در رفتار خودشان از یک منطق خاص پیروی بکنند و یک سلسله اصول در رفتار خودشان داشته باشند که آن اصول، معیار رفتار آنها باشد.»^{۵۲}

حکایت

^{۴۵} . یوسف / ۱۱۱.

^{۴۶} . نهج البلاغه، صبحی صالح، انتشارات دار الهجرة، قم، نامه ۶۹، ص ۴۵۹.

^{۴۷} . فرهنگ لغت، دکتر محمد معین، ۶ جلدی، انتشارات امیرکبیر، چاپ هشتم، تهران، ۱۳۷۱، ج ۱، واژه تاریخ.

^{۴۸} . همان، ج ۲، لغت سیرت.

^{۴۹} . سیری در سیره نبوی، مرتضی مطهری، انتشارات صدرا، چاپ ششم، تهران، ۱۳۶۸، ص ۴۷ و ۴۸.

^{۵۰} . لسان العرب، ابن منظور، دار احیاء التراث العربی، بیروت، ج ۶، ماده سیر.

^{۵۱} . ایشان سیر را به معنای حرکت، رفتن، راه رفتن و سیره را به معنای نوع راه رفتن گرفته است.

^{۵۲} . سیری در سیره نبوی، مرتضی مطهری، ص ۶۲ و ۶۳.

حکایت به معنای بازگفتن از چیزی، بازگفتن چیزی، بازگفتن گفتاری، سخن نقل کردن،^{۵۳} نقل کردن مطلب یا داستانی است، و حکایت کردن به معنای بیان حال کسی کردن، سرگذشت کسی را روایت کردن و... آمده است.^{۵۴}

حکایت گاهی به شکل یک داستان کوتاه و در متن یک داستان بلند و گاهی به صورت مستقل می آید. در مثنوی فراوان دیده می شود که یک داستان کلی در برگیرنده چند حکایت است. مثنوی معنوی و بوستان سعدی دو مجموعه بزرگ از حکایات منظوم هستند. حکایت به طور کلی موجز بوده و معمولاً حاوی نکته ای دقیق است و غالباً در مقام تمثیل یا تفهیم و تقریر مطلبی به کار می آید.^{۵۵}

داستان

داستان در لغت به معنای سرگذشت، حکایت، افسانه، قصه، مشهور، زبازرد خاص و عام^{۵۶} آمده است. در اصطلاح، نقل واقعه خاصی است که از تاریخ انتخاب و یا از غیر تاریخ ساخته و به صورت یک واقعه تاریخی با اوجها، فرودها و گره های خاصی بیان می شود. برخی در تعریف داستان آورده اند: «داستان یا نوول اثری است روایی به نثر که مبتنی بر جعل و خیال باشد».^{۵۷}

چنانچه داستان طولانی باشد، به آن رمان و اگر کوتاه باشد، به آن داستان کوتاه^{۵۸} می گویند.

داستان کوتاه و رمان را چنین تعریف کرده اند:

«داستان کوتاه روایت به نسبت کوتاه خلاقانه ای است که نوعاً سر و کارش با گروهی محدود از شخصیتهاست که در عمل منفردی شرکت دارند».^{۵۹}

و رمان عبارتست از: «روایت خلاقه ای با طول شایان توجه و پیچیدگی خاص که با تجربه انسانی همراه با تخیل سر و کار داشته باشد و از طریق توالی حوادث بیان شود و در آن گروهی از شخصیتها در صحنه مشخصی شرکت داشته باشند».^{۶۰}

در سخنرانی دینی می توان از داستان کوتاه و یا بخشی از یک رمان استفاده کرد.

قصه

قصه در لغت به معنای حکایت، داستان، سرگذشت^{۶۱}، سخن، مرافعه و دعوا آمده است. قصه پرداختن به معنای داستان گفتن، روایت قصه کردن^{۶۲} و... است.^{۶۳}

^{۵۳} . لغت نامه ، علی اکبر دهخدا، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول از دوره جدید، تهران، ۱۳۷۳، ج ۶، لغت حکایت.

^{۵۴} . فرهنگ لغت ، دکتر محمد معین، ج ۱، لغت حکایت.

^{۵۵} . انواع ادبی ، سیروس شمیسا، انتشارات فردوسی، چاپ دهم، تهران، ۱۳۸۳، ص ۲۱۱ و ۲۱۲.

^{۵۶} . فرهنگ لغت ، دکتر محمد معین، ج ۲، لغت داستان.

^{۵۷} . انواع ادبی ، سیروس شمیسا، انتشارات فردوس، چاپ دهم، تهران، ۱۳۸۳، ص ۱۷۱.

^{۵۸} . Short Story .

^{۵۹} . عناصر داستان ، جمال میرصادقی، انتشارات سخن، چاپ پنجم، تهران، ۱۳۸۵، ص ۲۶.

^{۶۰} . همان ، ص ۲۴.

^{۶۱} . مانند: با عقل خود گر جفتمی، من گفتنیها گفتمی / خاموش کن تا نشنود این قصه را باد هوا.

^{۶۲} . مانند: نماز شام غریبان چو گریه آغازم / به مویه های غریبانه قصه پردازم.

^{۶۳} . فرهنگ لغت ، دکتر محمد معین، ج ۲، لغت قصه

در قصه بر حوادث خارق العاده بیشتر از تحول و تکوین آدمها و شخصیتها تأکید می شود و محور ماجرا بر حوادث خلق الساعه می گردد. حوادث، قصه را بوجود می آورند و رکن اساسی و بنیادی آن را تشکیل می دهند بی آنکه در گسترش و رشد قهرمانها و آدمهای قصه نقشی داشته باشند. به عبارت دیگر، شخصیتها و قهرمانها، در قصه کم تر دگرگونی می یابند و بیشتر دستخوش حوادث و ماجراهای گوناگونند. قصه ها اغلب پایانی خوش دارند و در آنها خوبیها بر بدیها پیروز می شوند.^{۶۴}

داستان واره

در کتابهای لغت معنایی برای داستان واره ذکر نکرده اند؛ اما برخی از محققین، بین داستان و قصه و داستان واره تفاوت قائلند و داستان واره را شبه داستان می دانند؛ چیزی شبیه انشائی که دانش آموزان مدارس می نویسند و غالباً گرد محور صحنه یا شخصیت مجردی می گردد و از اوضاع و احوال حرف می زند و چگونگی یک شیئی، مکان و یا شخصی را توصیف می کند.^{۶۵}

سیره بزرگان، حکایت و داستان - تا آنجا که در سخنرانی دینی از آنها استفاده می شود - زیر مجموعه تاریخ هستند؛ ولی به دلایل ذیل، جداگانه ذکر شده اند:

۱. موارد یاد شده از اهمیت ویژه ای در سخنرانی برخوردارند؛ از این رو به عنوان ذکر خاص بعد از عام می توان به آنها به طور ویژه توجه کرد.

۲. در سیره بزرگان، حکایت و داستان، وقتی به صورت تبلیغی بیان می شوند، صنعتی به کار گرفته می شود که در تاریخ نگاری یا بیان تاریخ وجود ندارد.

برای توضیح و تبیین مفاهیم نظری و تطبیق آنها با واقعیات عینی، از مواد دیگری نیز استفاده می شود که در درس بعد به آن اشاره می شود.

^{۶۴} . عناصر داستان ، جمال میرصادقی، ص ۲۲.

^{۶۵} . ر. ک: ادبیات داستانی، جمال میرصادقی، انتشارات علمی، چاپ چهارم، تهران، ۱۳۸۲، ص ۳۴۳ - ۳۴۶

مواد سخنرانی

اهداف این درس

۱. شناخت نمونه های دیگری از مواد سخنرانی و هدف و جایگاه استفاده از آنها؛

۲. فراگیری روش جمع بندی مباحث در سخنرانی به اقتضای مواد سخن.

در درس هشتم، پس از تقسیم مواد سخنرانی به اشرف مواد و سایر مواد، بیان کردیم که سایر مواد سخنرانی به دو هدف، استفاده می شوند. هدف اول «توضیح و تبیین مفاهیم نظری و تطبیق آنها با واقعیات عینی» بود. گفتیم بدین منظور از موادی مثل: تاریخ، سیره بزرگان، حکایت، داستان، قصه و داستان واره می توان استفاده کرد.

در این درس، ضمن بیان تفاوت داستان، قصه و داستان واره، نمونه های دیگری را از سایر مواد مؤثر در ملموس ساختن مطالب دینی و توضیح و تبیین آنها معرفی می کنیم. سپس به هدف دوم از ارائه سایر مواد در سخنرانی می پردازیم.

تفاوت داستان، قصه، و داستان واره

واژه های داستان، قصه و داستان واره، گاهی به جای یکدیگر استفاده می شوند؛ ولی با نگاه دقیق تر می توان تفاوت های آنها را ملاحظه کرد.

تفاوت قصه و داستان در این است که در قصه معمولاً وقایع به ترتیب زمانی پشت سر هم نقل می شود؛ اما در داستان، اغلب زمان نقل وقایع در پی هم نمی آید. در داستان می توان عقربه زمان را پیش و پس برد، هر چند نمی توان وجود زمان را نادیده گرفت. [۱]

تفاوت قصه و داستان واره در دو چیز است:

۱. قصه بر نقل و روایت استوار است؛ ولی داستان واره توجهی به نقل و روایت نداشته و به توصیف و ترسیم می پردازد.

۲. بنیاد قصه بر حوادث خلق الساعه و خارق العاده گذاشته شده است؛ ولی در داستان واره، حوادث و خصوصیات شخصیت یا اوضاع و احوالی توصیف می گردد. [۲]

تفاوت داستان با داستان واره در این است که تأکید داستان واره بر چگونگی چیزی مکانی و یا شخصی است و واقعه، صحنه و یا شخصیت واحدی را توصیف می کند و بیان توصیفی دارد؛ ولی داستان بر آنچه وقوع یافته یا واقع خواهد شد تأکید می ورزد و بیان روایتی دارد.

داستان واره غالباً گرد محور صحنه مجرد یا شخصیت مجردی می گردد و خصوصیات آنها را توصیف می کند؛ صحنه یا شخصیتی که خصوصیات ممتاز و جالب توجهی داشته باشد.

داستان روایت عمل است و اغلب از خصوصیت پویایی برخوردار است؛ اما داستان واره توصیف چگونگی است و خصوصیت ایستایی دارد. مثلاً در داستان واره هر بار که حادثه ای برای شخص اتفاق می افتد، واکنش یکسانی از او سر می زند؛ ولی در داستان، هر حادثه ای موجب تحول یا تغییری در شخصیت اصلی می شود. مثلاً مردی از مرگ پسرش غم زده است. اگر در طول زمان دگرگونی و تغییری در حالت روحی او پیدا شود، یعنی غمش از میان برود یا تعدیل شود، یک داستان خلق شده است. [۳]

تشبیه

تشبیه در لغت به معنای چیزی را به چیز دیگر مانند کردن، شبیه کردن، و مانند کردن چیزی به چیز دیگر در صفتی آمده است. [۴] تشبیه چهار رکن دارد:

الف. مشبه، یعنی چیزی که آن را تشبیه کنند.

ب. مشبه به، یعنی چیزی که مشبه را به آن مانند کنند.

ج. وجه شبه، یعنی امری که میان مشبه و مشبه به مشترک است.

د. ادات تشبیه، یعنی کلماتی که دال بر تشبیه است، مانند: مثل، چون، همچون، همان، همانند، مانند و ... [۵]

در تشبیه مشبه و مشبه به در خارج و یا در ذهن وجود دارند؛ مثل تشبیه سخنرانی به آشپزی که هر دو وجود خارجی دارند. تشبیه امور معنوی و معقول به امور حسی می تواند آن واقعیت معنوی و معقول را برای مخاطب روشن سازد؛ مثل این تشبیه: «الْحَسَدَ يَا كُلُّ الْإِيْمَانِ كَمَا تَأْكُلُ النَّارُ الْحَطَبَ»؛ [۶] حسد، ایمان را از بین می برد، همان گونه که آتش، هیزم را می خورد.

یکی از موارد کاربرد تشبیه، استفاده از تجربه های شخصی است. گاهی سخنوران، موضوع بحث را به تجربه ای شخصی از خود تشبیه و به آن استناد می کنند. استفاده از تجربه شخصی، محاسنی مثل ملموس کردن بحث را دارد؛ ولی باید دقت کرد که از یک تجربه شخصی، قاعده کلی استخراج نشود.

مثال فرضی

مثال در لغت به معنای مانند، شبیه، همانند، کلمه یا عبارتی که برای توضیح مطلبی یا قاعده ای آورده شود و ... آمده است. [۷] و فرض به معنای تصویر کردن، تصوّر، پنداشت، حدس اثبات نشده متکی بر یک سلسله حقایق که در توضیح بسیاری از امور بکار می رود [۸] و ... می باشد.

در مثال فرضی، چیزی به چیز دیگری تشبیه نمی شود؛ بلکه در واقع، تصور یک چیز است که فعلاً وجود خارجی ندارد و فرض می گیریم که وجود داشته باشد؛ مثل اینکه به مخاطب بگوییم فرض کنید اکنون ماه مبارک رمضان است، یا اکنون در مکه مکرمه کنار کعبه ایستاده ایم، یا فرض کنید الان کنار مرقد مطهر ابا عبدالله الحسین علیه السلام در حال زیارت هستید.

ضرب المثل

«ضرب المثل کلامی است خردمندانه و اندرزگونه، اما کوتاه و گویای بخشی کوچک از فرهنگ یک جامعه. زیبایی ترکیب و کوتاهی کلام، مثل را دلنشین کرده و در شنونده اثر می کند. هر چند مثل ها دارای تاریخ و نقطه شروعی اند، آغاز بسیاری از آنها برایمان ناشناخته است. مثل ها بیشتر از سروده های شاعران یا سخنان حکما گرفته شده اند.» [۹]

ضرب المثلها به دلیل جاری بودن بر زبان مردم مباحث را در ذهن مخاطب ماندگار کرده، قدرت بیان و انتقال مطالب را در او افزایش می دهند؛ مثلاً اگر بحث درباره رفتار ناشایست با دیگران و مشکل سازی برای آنان است، می توان در نهایت به این جمله منتقل شد که: «بد مکن که بد افتی، چه مکن که خود افتی.» [۱۰]

یا اگر بحث درباره باطل کردن صدقات با منت است، می توان آن را با این ضرب المثل بیان کرد که: «نکویی گر کنی منت منه زان / که باطل شد ز منت جود و احسان» یا «عطای کریمان بود غیر ممنون» و «بده و منت منه.» [۱۱]

مثلهای فراوانی همچون «خفته را خفته کی کند بیدار»، «دو صد گفته چون نیم کردار نیست»، [۱۲] «چو دخلت نیست خرج آهسته تر کن»، [۱۳] «گر صبر کنی ز غوره حلوا سازی» [۱۴] می تواند برای تبیین مطالب مورد توجه قرار گیرد.

لطیفه

لطیفه در لغت به معنای گفتاری نغز، مطلبی باریک و نیکو، بذله، شوخی، نکته باریک، اشارت دقیقی - که از آن معنایی در ذهن خنور کند که آن را نتوان تعبیر کرد [۱۵] - آمده است.

لطیفه روایت داستانی مفرح و کوتاهی است درباره شخصی یا حادثه ای یا وضعیت و موقعیتی.

بنیاد لطیفه بر پیوند حلقه های واقعی و تصادفی حادثه ای استوار است و از پیوستن این حلقه ها به یکدیگر تکوین و تحقق می یابد و اگر یکی از این حلقه ها، وظیفه خود را انجام ندهد، شیرازه اش از هم می پاشد. حلقه پایانی لطیفه موجب شگفتی و خنده می شود و اگر این حلقه نباشد، لطیفه به وجود نمی آید. از نظر محتوا، لطیفه به وقایع نادر و استثنایی و اشخاص معروف و شناخته شده بیش تر توجه دارد.^{۶۶}

جمع بندی با عبارات ویژه ماندگار

یکی از اهداف به کارگیری سایر مواد، جمع بندی مطالب با عبارات ویژه و ماندگار است، با این توضیح که گاهی سخنران، پس از توضیحات مبسوط درباره یک مطلب می خواهد آن را جمع بندی کرده، از بحث خود نتیجه بگیرد.

این جمع بندی و نتیجه گیری در پایان هر مطلب بسیار مناسب و تأثیرگذار است و سبب ماندگاری بحث در ذهن مخاطب و قابلیت بیان پیدا کردن توسط او می شود؛ مثلاً اگر سخنران درباره سه مطلب سخن می گوید، در پایان هر مطلب، بحث خود را جمع بندی می کند. در پایان سخنرانی نیز باید سه مطلب خود را جمع بندی کند تا کاملاً بحث روشن باشد.

جمع بندی را به دو صورت می توان انجام داد: یکی همان شکل معمول است که با عبارات کوتاهی در یکی دو دقیقه مباحث گذشته مرور می شود و راه دوم - که مناسب تر است - استفاده از عبارات ویژه است. منظور از عبارات ویژه، جمله های کوتاهی است که به دلیلی معمولاً بر زبان مردم جاری است یا در مقابل دید آنها قرار می گیرد و یا تکرارشان باعث ماندگاری پیام در ذهن مخاطب می شود.

بدین منظور در پایان هر مطلب مهم و یا در پایان سخنرانی، مباحث گذشته در یک جمله ویژه جمع بندی و ارائه می شود؛ مثلاً اگر بحث درباره کار و تلاش بوده و اینکه تا انسان تلاش نکند به جایی نمی رسد، می توان مباحث را در این شعر کوتاه - که معمولاً هم بر زبانها جاری می شود - جمع کرد که «نابرده رنج گنج میسر نمی شود/ مزد آن گرفت جان برادر که کار کرد».

اگر این جمله را به عنوان خلاصه سخن در پایان سخنرانی چند بار تکرار کنیم و یادآوری کنیم که خلاصه بحث ما همین بوده است، هم مخاطبان، بحث را بهتر می گیرند، هم می توانند آن را برای دیگران منتقل کنند و هم این پیام، ماندگار می شود.

همچنین برای توجه بیشتر مخاطب، گاهی خلاصه بحث در قالب یک عبارت ویژه در طول سخنرانی، تکرار می شود و هر چند دقیقه یک بار آن جمله بر زبان جاری می شود؛ یعنی در حقیقت، جمع بندی بحث را به صورت تکراری در جای جای سخنرانی می آوریم.

^{۶۶} . عناصر داستان، جمال میرصادقی، ص ۲۲۰. به عنوان مثال آورده اند: پیامبر [ﷺ] در جمع اصحاب و انصار نشسته بودند و پای مبارکشان خسته شده بود؛ ولی با توجه به حیا و ادب بسیار بالایی که داشتند، پای مبارک را دراز نمی کردند. پس از گذشت لحظاتی، یک پایشان را دراز کردند و از حاضران پرسیدند: «این پای من، به چه چیزی شبیه است؟» هر یک از حضار، به مقتضای ذوق و سلیقه خود، تشبیهاتی کردند و پیامبر هیچ یک را نپذیرفت. گفتند: «یا رسول الله! خودتان بفرمایید که پای مبارکتان شبیه به چیست؟» حضرت، تبسمی کرد. و پای دیگرشان را نیز دراز کرده و فرمودند: «آن پای من به این پیام شبیه است.» (لطیفه های تلخ و شیرین از مردمان اهل دین، مصطفی درویش، انتشارات سیاره، چاپ اول، ۱۳۸۲، ص ۱۹ و ۲۰).

برای جمع بندی مباحث و به هدف انتقال از عبارات گوناگون و توضیحات مبسوط به عبارات ویژه و خاص، می توان از موادی مثل نقل قول بزرگان، ضرب المثل، شعر، سخنان حکمت آمیز و نغز، و جملات ویژه شرطیه و استفهامیه استفاده کرد. البته این گونه مواد برای تبیین و ملموس سازی مباحث نظری نیز به کار می آیند و از سوی دیگر استفاده از آنها موجب تنوع در سخنرانی و ایجاد جذابیت و زیبایی هم می شود؛ از این رو ذکر آنها تحت عنوان «جمع بندی با عبارات ویژه»، به این دلیل است که موارد دیگری که قبلاً بیان شد، کارکرد جمع بندی را ندارند.

نقل قول بزرگان

نقل قول بزرگان در حقیقت، نقل کلمات مناسب و برجسته ای از بزرگان دینی یا علمی، تاریخی، سیاسی، هنری و ادبی است. در اینجا شاید خود سخن، خیلی مهم نباشد؛ ولی شخصیت گوینده آن برای شنونده بسیار اهمیت دارد و به همین سبب بر مخاطب، اثر گذار است. البته ممکن است سخن فرد بزرگی هم مطرح شود که خود سخن نیز مهم باشد.

برای نمونه اگر بحث درباره تلاش کردن برای رفتن به بهشت است، می توانیم آن را با این سخن مرحوم شهید بهشتی جمع کنیم که «بهشت را به بها دهند نه به بهانه». و اگر بحث در این باره است که همه جهان تحت اشراف و علم خداوند است، و از این رو تمام حرکات ما را می بیند، می توانیم بحث را در این جمله جمع کنیم که امام راحل (فرمود: «عالم محضر خداست. در محضر خدا معصیت نکنید.»

شعر

بعضی از اشعار جالب ولی کوتاه در میان مردم رایج هستند و مردم از قدیم - چه عوام و چه خواص - آنها را در هر مناسبتی می خوانند. اگر مباحث خود را با این گونه اشعار زیبا، پرمعنا و کوتاه مزین کنیم، بهتر در ذهن مخاطب می ماند؛ مثلاً اگر بحث ما در این باره است که انسان با دانش به قدرت می رسد، می توان آن را در این شعر جمع کرد که «توانا بود هر که دانا بود/ ز دانش دل پیر برنا بود».

البته استفاده از شعر، منحصر به جمع بندی مطالب نیست؛ بلکه برای ارائه نظریه های دینی مبتنی بر قرآن و حدیث و ... نیز به کار می آید و در واقع یک قالب برای بیان داستان، حکایت، داستان واره و مطالب دیگر است.

سخنان حکمت آمیز

حکمت در لغت به معنای عدل، علم و دانش، حلم و بردباری، راستی و درستی، کلام موافق حق، پند و اندرز، معرفت حقایق اشیا به قدر طاقت بشری، فلسفه، انجام عملی که پسندیده باشد و... آمده است.^{۶۷}

منظور از سخنان حکمت آمیز، سخنان دلنشینی است که از سر دانش و خردمندی سرشته شده و ناشی از معرفت به حقایق اشیا و امور است. در اینجا خود سخن از اهمیت ویژه ای برخوردار است، گرچه گوینده آن هم انسان به ظاهر دانشمندی نباشد. البته اگر گوینده نیز از عالمان متشخص بود، تأثیر گذاری سخن بیشتر خواهد شد.

جملات استفهامیه و شرطیه

برخی از جملات شرطیه و استفهامیه می توانند در سخنرانی چندین بار تکرار شوند. در واقع به جای اینکه خلاصه سخن در پایان بحث در یک جمله کوتاه، جذاب و ماندگار بیان شود، یک جمله شرطیه یا استفهامیه در طول سخنرانی چندین بار تکرار می شود تا کاملاً در ذهن مخاطب بماند.

^{۶۷}. فرهنگ لغت، محمد معین، ج ۱، واژه حکمت.

مهم در این گونه جملات ویژه، تکرار آنهاست؛ مثلا در موضوع «لزوم مبارزه با استکبار جهانی»، ممکن است پس از بیان هر آیه یا داستان یا... و توضیح درباره آن، این جمله تکرار شود که «آیا مبارزه با استکبار جهانی، واجب نیست؟» و یا اگر پیام و محور اصلی بحث ما «فراوانی نعمت در سایه شکر نعمت» است، این جمله تکرار شود که: «اگر شکر نعمت کنیم، نعمتها فراوان می شود.» این گونه جملات ممکن است حکمت آمیز و نغز نیز نباشند؛ اما اگر چنین بودند، تأثیرگذاری بیشتری دارند.

در قرآن کریم آیه «فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ»^{۶۸} که یک جمله استفهامیه است چندین بار در یک سوره تکرار شده است. می توان همین جمله را نیز در یک سخنرانی تکرار کرد و همین طور می توان جمله «هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ»^{۶۹} که استفهامیه است و یا «لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ»^{۷۰} را که شرطیه است و امثال آنها را به تناسب موضوعات در سخنرانی تکرار کرد.

یک نکته

در قرآن و روایات از داستان، شعر، سخن حکیمانه، تمثیل و... فراوان استفاده شده است. برای تبیین و توضیح و ملموس کردن مباحث نیز می توان و بهتر است که از مطالب قرآنی و روایی استفاده شود.

همچنین برای جمع بندی مطالب در عبارات ویژه و خاص و عنوانهای جذاب و ماندگار، می توان از سخنان حکیمانه، ضرب المثلهای، اشعار و جملات استفهامیه و شرطیه موجود در قرآن و روایات بهره برد؛ مانند: کلمات قصار امام علی علیه السلام سخنان حکیمانه لقمان حکیم و... در این صورت برای تبیین مباحث و یا جمع بندی آنها نیز از اشرف مواد استفاده کرده ایم و سخنرانی خود را از غنای دینی بیشتری برخوردار نموده ایم.

^{۶۸}. الرحمن / ۱۳.

^{۶۹}. همان / ۶۰.

^{۷۰}. ابراهیم / ۷.

روش سخنرانی دینی

اهداف این درس

۱. آشنایی با تعریف اسالیب سخن؛

۲. شناخت اجمالی اسلوبهای اقناع اندیشه و جایگاه آنها در سخنرانی دینی.

اسالیب سخن و کاربرد هر کدام

چنان که پیش تر نیز بیان کردیم، اسلوب در لغت به معنای گونه، راه، شیوه، طریق، طرز، پایه و اساس مقام و لحن و ما به الامتیاز اثر آهنگ سازی با اثر آهنگ ساز دیگر^{۷۱} آمده است. و منظور ما از اسلوب در سخنرانی، شاکله و هیئت محتوایی آن است.

اگر سخنرانی را مجموعه ای متشکل از چند واحد سخن بدانیم، هر واحد از سخن می تواند به صورتهای مختلفی اجزای خود را به هم پیوند دهد. هر کدام از این صورتهای را یک اسلوب می دانیم؛ مثلاً گاهی واحد سخن، شامل مجموعه ای از عبارات برای توضیح یک عبارت خاص است. در این صورت، آن سخن را توضیحی و اسلوب آن را اسلوب «توضیح و تبیین» نام می گذاریم.

گاهی واحد سخن مجموعه ای از عبارات برای توصیف یک چیز است که آن سخن، را «توصیفی» نامگذاری می کنیم و گاهی از عتاب، سرزنش، تحویف، تحذیر، تبشیر و... تشکیل شده است که آن را سخن «موعظه ای» می نامیم.

همچنین ممکن است واحدهای سخن که در یک سخنرانی گرد آمده اند به صورتهای مختلفی به هم پیوند بخورند که هر یک از این شکلها و صورتهای را یک اسلوب می نامیم؛ مثلاً اگر مجموعه سخنان ما برای نقد و بررسی یک مکتب است، ممکن است هر یک از عناصر و ارکان آن مکتب با اسلوب توضیح و تبیین بیان شوند و سپس با بیان دلایلی برخی یا همه آنها ابطال شود. در این صورت برای بیان هر یک از ارکان و عناصر از اسلوب «توضیح و تبیین» و برای کل سخنرانی از اسلوب «نقد و بررسی» استفاده شده است.

بر اساس هدفی که از یک واحد سخن و یا مجموعه سخنرانی داریم، اسلوبها را به دو قسمت اقناعی و احساسی تقسیم می کنیم.

البته به دلیل تأثیرات متقابل اندیشه و احساس، هر یک از اسلوبهای اقناعی، باعث تحریک احساس نیز هستند و اسلوبهای احساسی نیز باعث اقناع اندیشه می شوند؛ ولی در بعضی، جنبه اقناع و در برخی، جنبه احساس قوی تر است؛ از این رو اسلوبها را بر اساس وجه غالب آنها نامگذاری کرده ایم.

اسلوبهای اقناع اندیشه

اگر هدف ما اقناع اندیشه مخاطبان باشد، می توانیم از اسلوبهای ذیل استفاده کنیم:

۱. تجزیه و تحلیل

^{۷۱}. فرهنگ فارسی، دکتر محمدمعین، ۶ جلدی، انتشارات امیرکبیر، چاپ هشتم، تهران، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۲۷۳.

تجزیه به معنای پاره پاره کردن، تقسیم کردن، بخش بخش کردن^{۷۲} و تحلیل، به معنای فرود آمدن در جایی و تحلیل عقده، به معنای نیک گشادن گره می باشد. در اسلوب تجزیه و تحلیل، ابتدا عناصر، عوامل و موارد مرتبط با یک شخص، حادثه، تفکر و اندیشه، مکتب و... را تفکیک می کنیم و سپس ارتباطات آنها را با یکدیگر و یا با مجموعه ها، عوامل، عناصر و عقاید دیگر بیان می کنیم تا حق و باطل روشن شود.

برای مثال زمانی که برخی رسانه های دنیا خبر دادند وزیر امور خارجه آمریکا برای سبز بختی ملت ایران در روز ۱۳ فروردین علف گره زد، بعضی تصور کردند، آمریکا خیرخواه ایران است و وزیر امور خارجه آمریکا دلش برای آزادی، آبادی و خوشبختی ایرانیان می تپد.

در این شرایط اگر کسی بخواهد اندیشه مخاطبان خود را نسبت به وزیر امور خارجه آمریکا اصلاح و فکر آنان را درباره عملکرد زشت این شخص قانع سازد، می تواند رفتارهای مختلف او درباره ایران و ایرانیان را جداگانه مطرح، و بعد جمع بندی و نتیجه گیری کند؛ مثلاً اگر خبر گره زدن علف برای سبز بختی ایرانیان را کنار یک خبر دیگر قرار دهیم، نتیجه جالبی به دست می آید.

آن خبر، این است که وزیر امور خارجه آمریکا چند روز پس از گره زدن علف، در یک کنفرانس خبری اعلام کرد که اگر بخواهد شرارت از دنیا برچیده شود، باید مراکز شرارت از بین برود. وقتی سؤال شد، مراکز شرارت کجاست؟ در پاسخ گفت: «ایران و کره شمالی».

اکنون اگر این دو خبر را که درباره عملکرد یک فرد است کنار هم بگذاریم، با توجه به اندیشه ماکیاولیستی حاکم بر سیاستمداران آمریکا به این نتیجه می رسیم که او خیرخواه مردم ایران نیست و اگر احياناً حرکتی به ظاهر خیرخواهانه انجام می دهد، جنبه تبلیغاتی دارد، و برای فریب اذهان عمومی است.

۲. تعلیل و توجیه

تعلیل در لغت به معنای بیان علت و سبب چیزی و اثبات کردن با دلیل می باشد، و توجیه به معنای نیک بیان کردن، ایراد کلام بر وجهی که کلام خصم بدان منافع گردد، توضیح و تفسیر، معنی کردن، تأویل کردن، موجه ساختن و... آمده است. در اسلوب تعلیل و توجیه به بیان حکمتها و دلایل یک مسئله یا حکم و... می پردازیم؛ مثلاً اگر بحث درباره حجاب است، حکمتهای حجاب را بیان می کنیم و اگر بحث درباره حرمت خوردن گوشت خوک است، به بیان حکمتهای آن می پردازیم.

البته باید توجه کرد که ما قادر به بیان فلسفه و چرایی قطعی همه احکام نیستیم و فقط به آن مقدار به صورت قطعی می توان نظر داد که در روایات معتبر اهل بیت (و یا قرآن کریم وارد شده باشد. در غیر این موارد، تا آنجا که علوم بشری به نظریه علمی رسیده است، فقط به عنوان احتمالی برای حکمت حکم، می شود اشاره کرد.

اسلوب تعلیل و توجیه در غیر احکام شرعی به صورت بیان دلایل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مسائل، مطالب و ادعاهای مطرح شده در سخنرانی ارائه می شود.

۳. توضیح و تبیین

گاهی برای اقناع اندیشه مخاطبان باید ارکان، عناصر، عوامل، نتایج و مسائل مرتبط با یک پدیده، اندیشه، حادثه و... را توضیح داد و با روشنگری در اطراف مسئله، اعتقاد آنان را اصلاح کرد. در بعضی موارد برای اصلاح برداشت از یک آیه قرآن یا سخنی از معصومان، باید آن آیه یا روایت را کاملاً توضیح داد و روشن کرد.

^{۷۲} لغت نامه، علی اکبر دهخدا، زیر نظر دکتر محمد معین و دکتر سید جعفر شهیدی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول از دوره جدید، تهران، ۱۳۷۳، ج ۴، ص ۵۶۴۰.

گاه برای اصلاح باور و اعتقاد مخاطب لازم است که فقط تصورات او را اصلاح کنیم؛ یعنی وضعیت او به گونه ای است که با اصلاح تصور، تصدیق وی نیز اصلاح می شود؛ مثلاً برای کسی که تصویر غلطی از اسلام و تصور غلطی از زرتشت در ذهن دارد و با همین تصورات غلط، مکتب زرتشت را برتر از مکتب اسلام می داند، اگر تصورات او را اصلاح کنیم، در مرحله باور و اعتقاد نیز تصدیق خواهد کرد که اسلام، برتر است.

در این گونه موارد، اسلوب «توضیح و تبیین» برای اقناع اندیشه مخاطبان مناسب است.

۴. تقسیم و تنظیم

تقسیم بندی، تنظیم و دسته بندی مطالب، باعث سهولت در فهم است و در مواردی که تقسیم مطالب حصرهای عقلی ایجاد کند، در قانع ساختن ذهن مخاطب بسیار مؤثر است. بسیاری از مباحث اعتقادی به این صورت ارائه می شود؛ مثلاً گفته می شود که موجود یا واجب است و یا ممکن؛ یعنی احتمال دیگری در آن مطرح نیست. اگر ممکن است... و اگر واجب باشد... و در پایان، نتیجه گیری مطلوب صورت می گیرد.^{۷۳}

۵. گزارش تحقیق

سخنران در این اسلوب، گزارشی از تحقیق خود درباره موضوع بحث را ارائه می کند؛ مثلاً می گوید برای تحقیق در موضوع بحث با چه سؤالی کار خود را آغاز کردم، چه فرضیه هایی داشتم، چگونه مطالعه کردم، چه کتابهایی را دیدم، با چه افرادی صحبت کردم، چه جوابهایی گرفتم، چگونه تحلیل کردم و به چه نتیجه ای رسیدم.

همان گونه که محقق با طی مراحل تحقیق اقناع می شود، مخاطبان او نیز با شنیدن سیر تحقیق وی، در اغلب موارد به همان نتایجی می رسند که او رسیده است و ذهن آنها کاملاً قانع می شود.

۶. مقایسه و ترجیح

در اسلوب مقایسه و ترجیح، دو حادثه یا پدیده، دو اندیشه، دو مکتب و یا هر چیز دیگری در کنار یکدیگر قرار می گیرند و با هم مقایسه می شوند؛ آن گاه یکی از آنها بر دیگری ترجیح داده شده، اولویت و برتری آن ثابت می شود؛ مثلاً شرایط اقتصادی، امکانات، درآمدها، نیروی انسانی و جمعیت دو کشور عربستان سعودی و ایران در مدت زمانی بعد از جنگ تحمیلی تا کنون با یکدیگر مقایسه و سپس نتیجه گیری می شود که نظام ایران با توجه به خرابیهای باقی مانده از جنگ و پایین تر بودن منابع مالی و بیشتر بودن جمعیت کشور، در تولید علم و فناوری، پیشرفتهای اقتصادی و... موفق تر عمل کرده است. پس این نظام از آن نظام کارآمدتر است.

^{۷۳} . منطقیین برای تقسیم انواعی را ذکر کرده اند که عبارت اند از:

تقسیم تفصیلی استقرائی: اگر در تقسیم، همه اقسام یکجا ذکر شوند ولی محصور به حصر عقلی نباشند، آن را تقسیم تفصیلی استقرائی گویند؛ مثل تقسیم ادیان الهی به یهودی، نصرانی و اسلامی.

تقسیم تفصیلی عقلی: اگر در تقسیم، اقسام محصور به حصر عقلی باشند و همه یکجا ذکر شوند، آن را تقسیم تفصیلی عقلی گویند؛ مثل تقسیم کلمه به اسم، فعل و حرف.

تقسیم ثنائی: تقسیم مقسم براساس نفی و اثبات را تقسیم ثنائی گویند؛ مثل اینکه بگویم: حیوان یا ناطق است یا غیرناطق و ناطق یا شاعر است یا غیرشاعر و... در هر مرحله از تقسیم ثنائی دو قسم بیشتر وجود ندارد و این دو قسم، نقیض یکدیگرند.

تقسیم طبیعی: تقسیم «کل» خارجی یا ذهنی را به اجزاء آن تقسیم طبیعی گویند؛ مثل تقسیم مفهوم انسان به حیوان و ناطق، و یا تقسیم یک مولکول آب به اکسیژن و هیدروژن.

تقسیم منطقی: تقسیم «کلی» به جزئیات را تقسیم منطقی گویند؛ مثل تقسیم «کلمه» به اسم، فعل و حرف. (منطق، علامه محمدرضا مظفر، ترجمه و اضافات: علی شیروانی با پاورقی غلامرضا فیاضی و محسن غرویانی، انتشارات دارالعلم، چاپ اول، قم، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۳۵۴).

یا حقوق سیاسی مردم در اسلام و کمونیسم با یکدیگر مقایسه، و نظام سیاسی اسلام ترجیح داده می شود.

۷. طرح مسئله و تبیین آن

گاهی مخاطب فقط به این نیاز دارد که مسئله ای را برای او تبیین کنند تا آن را بفهمد. عمده سخنرانیهایی که برای مخاطبان معمولی انجام می شود از این قبیل اند؛ مثلاً مسئله آزادی، حجاب، امر به معروف و نهی از منکر و... در ابتدای سخنرانی مطرح و سپس مباحث مختلف مرتبط با آن تبیین و تشریح می شود.

۸. نقد و بررسی

در اسلوب نقد^{۷۴}، ابتدا عناصر، عوامل، نظریه ها و موارد مرتبط با یک مسئله به تفکیک توضیح داده می شود؛ آن گاه همه یا برخی از آنها در معرض اشکال و ایراد قرار می گیرند و رد می شوند و سپس نظر یا مورد حق و درست بیان می شود.

تفاوت اسلوب نقد با اسلوب تجزیه و تحلیل در این است که در نقد، همه و یا بعضی از محورها و عناصر، هدف اشکال قرار می گیرد و ابطال می شود؛ ولی در تجزیه و تحلیل، روابط عناصر و محورها کشف و با توجه به عقاید و اندیشه های موجود، جمع بندی صورت می گیرد.

کتابهای اصولی حوزه های علمیه، بیش تر با اسلوب نقد، نگارش یافته اند؛ مثلاً مرحوم شیخ انصاری در کتاب رسائل خود، اول نظریه مخالف را مطرح کرده، ارکان و دلایل مختلف مرتبط با آن را به خوبی توضیح می دهد؛ به حدی که خواننده تصور می کند کاملاً درست هستند، و سپس همه یا بعضی از آنها را رد کرده، نظر خود را بیان می کند.

اگر یک سخنران دینی مثلاً بخواهد درباره سکولاریزم اقناع اندیشه کرده، بطلان آن را اثبات کند، می تواند به عناصر اصلی اعتقاد به سکولاریزم بپردازد و سپس هر یک از آنها را با توجه به اعتقادات اسلامی رد کند.

۹. مناظره و گفتگو^{۷۵}

مناظره در لغت به معنای بحث و جدال، مباحثه و مجادله کردن، توجه متخاصمین در اثبات نظر خود در مورد حکمی از احکام و نسبتی از نسبتها برای آشکار کردن حق و صواب^{۷۶} آمده است.

از نظر ابوعلی سینا در منطق شفا کلمه مناظره از ریشه نظر و اعتبار گرفته شده است و غرض از مناظره، مباحثه پیرامون دو رأی متقابل است؛ پس هر یک از طرفین مناظره عهده دار تأیید یکی از دو جانب بحث برای ایجاد علم در طرف مقابل است و لذا مناظره به آموزش ملحق می شود؛ زیرا هدف مناظره کنندگان حصول علم است.^{۷۷}

ممکن است سخنران دینی برای اقناع اندیشه مخاطبان خود، یک گفتگو و مناظره صوری راه بیندازد و خود به جای دو طرف مناظره سخن بگوید. در واقع، سخنرانی تبدیل به یک مناظره می شود که در آن دیدگاههای مختلف، مطرح و در معرض تأیید و ردّ با بیان دلیل قرار می

^{۷۴} نقد در لغت به معنای جدا کردن دینار و درهم سره از ناسره، تمیز دادن خوب از بد، آشکار کردن محاسن و معایب سخن، و ... آمده است. (فرهنگ فارسی، دکتر محمد معین، ج ۴، ص ۴۷۸۴).

^{۷۵} با اسلوب مناظره و گفتگو، هم می توان اقناع اندیشه کرد و هم می توان احساس را تحریک نمود؛ از اینرو می توان آن را از جمله اسلوبهای تحریک احساس نیز به شمار آورد.

^{۷۶} فرهنگ فارسی، دکتر محمد معین، ج ۴، ص ۴۳۷۲.

^{۷۷} الشفاء، ابن سینا، منشورات مکتبه آیت الله مرعشی نجفی، قم، ۱۴۰۴ ق، المنطق، کتاب البرهان، ج ۶، ص ۲۲.

گیرد و در پایان، سخنران، بحث ارائه شده را جمع بندی می کند. بسیاری از کتابهای علمی حوزویان مملو از اِنْ قُلْتَ، قُلْتُها، و قیل و قالهاست که در واقع مناظره صوری در آنها رعایت شده است.^{۷۸}

۱۰. پرسش و پاسخ

سخنران در این اسلوب به صورت خیلی ساده، پرسشهایی را که برای مخاطب مطرح و دانستن پاسخ آنها لازم است، مطرح می کند و به آنها پاسخ می دهد. ممکن است در یک سخنرانی، یک یا چند پرسش مطرح و جواب داده شود.

^{۷۸}. مناظره گاه برای اثبات حق و گاهی برای اسکات خصم مورد استفاده قرار می گیرد. در مناظره از همه مبادی قیامهای منطقی استفاده می شود؛ از اینرو می توان مناظره را به پنج قسم مناظره برهانی، مناظره مغالطی، مناظره جدلی، مناظره خطابی و مناظره شعری تقسیم کرد. اما مناظره ای که برای افاده تصدیق صورت می گیرد به سه قسم برهانی، مغالطی و جدلی تقسیم می شود. برای آشنایی بیش تر رجوع کنید به: فن مناظره، محسن غروی - حمیده غروی، انتشارات دارالعلم، چاپ اول، قم،