

## **Audience analysis of the lyrics of Hafez relied on the conative function role**

**Sanaz Azari\***

**Ali Akbar Bagheri Khalili\*\***

### **Abstract**

Jacobson, introduces the instruments of influencing language in six areas of emotional, civic, referential, metaphorical, sympathetic, and literary influence audience by these channels. The statements of Hafez poetry are based on his goals and according to the personality of the audience. More function of the imperative, negatives, interjection and some of the predicative Encouraging the audience to pursue the goals of Hafez. lyrics of Hafez, as an exemplary example, the breadth of the poet's persuasive messages in various fields of religious, mystical, moral, cultural, political and social with a diverse audience is revealed. the poet intends to create change and correct in his audience. Audience that fits the theme of the message, they also have personalities and political and social institutions. The research method in this study has been used descriptive analytical. All Hafiz s Ghazaliat has been studied and issues of the discussion have been analyzed recognizing Hafez's audience can be understood the lyrics of this poetic poet. the more accurate knowledge of this audience, due to the more precise knowledge of this audience, there is a wide opening to a proper understanding of the socio-political environment governing Hafez's time and the current discourse.

**Keywords:** Jacobson's Theory of Communication, Persuasion Role, Hafez Shirazi, Audience analysis

---

\* Master of Persian Language and Literature, Mazandaran University (Corresponding Author),  
sanazezarii@gmail.com

\*\* Associate Professor of Persian Language and Literature, Mazandaran University, Mazandaran, Iran,  
aabagheri@umz.ac.ir

Date of receipt: 12/11/97, Date of acceptance: 2/2/98

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



## مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر نقش ترغیبی

ساناز ازاری\*

علی اکبر باقری خلیلی\*\*

### چکیده

یاکوبسن، ابزارهای تاثیرگذاری زبان را در شش حوزه‌ی عاطفی، ترغیبی، ارجاعی، فرازبانی، همدلی و ادبی معرفی می‌کند که هنرمند باید با هدایت پیام خود از طریق این شش مجرا، مخاطب خویش را تحت تاثیر قرار دهد. حافظ در ترغیب، با مخاطب خاص یا عام سخن می‌گوید، لذا در تحلیل خطاب‌ها، شناخت مخاطب مورد نظر شاعر و بررسی میزان تأثیر ترغیبات بر مخاطب اهمیت بسیاری دارد. شناخت مخاطبان حافظ، دریچه‌ای به سوی درکی صحیح از فضای سیاسی-اجتماعی حاکم بر زمانه‌ی حافظ و گفتمان رایج در آن می‌گشاید. حافظ پیام‌های ترغیبی راه، در زمینه‌های مختلف دینی، عرفانی، اخلاقی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی با مخاطبانی متنوع و به قصد ایجاد تأثیر، تغییر و اصلاح، مطرح می‌کند. مخاطبانی که متناسب با مضمون پیام، شخصیت‌ها و نهادهای سیاسی و اجتماعی را نیز در خویش جای داده‌اند. در این مقاله از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده‌است و کل غزلیات حافظ مورد بررسی قرار گرفته‌اند و ابیات مرتبط با بحث استخراج و تحلیل شده‌اند. مخاطب‌شناسی یکی از عناصر بنیادی نظام شاعرانه‌ی حافظ محسوب می‌شود. گزاره‌های شعر حافظ با توجه به شخصیت مخاطب شکل می‌گیرد. کارکرد غالب

\* کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول)، Sanazezari@rocketmail.com

\*\* دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه مازندران، aabagheri@umz.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۰۲

جمله‌های امر، نهی، ندا و برخی از جمله‌های خبری، ترغیب مخاطب به اهداف مورد نظر حافظ است.

**کلیدواژه‌ها:** نظریه ارتباط یاکوبسن، نقش ترغیبی، حافظ شیرازی، مخاطب‌شناسی.

## ۱. مقدمه

در حوزه‌ی زبان‌شناسی (Linguistic)، زبان مهم‌ترین ابزار ارتباط بوده و وظیفه‌ی زبان‌شناس، بررسی علمی زبان و تعیین روش‌های مؤثر در جهت ایجاد ارتباط و تأثیرگذاری است. در طی سالیان متمادی، زبان‌شناسان بسیاری کوشیده‌اند تا به ارائه‌ی نظریات علمی زبان‌شناسانه در این‌باره پردازند که در این بین، رومن یاکوبسن (Roman Jakobson) یکی از شناخته شده‌ترین نظریه‌پردازان به شمار می‌آید. او در نظریه‌ی ارتباط خویش، با تعیین نقش‌های شش‌گانه‌ی زبان و تبیین عملکرد هریک از آن‌ها توانسته به شناخت هرچه بیش‌تر زبان به عنوان مهم‌ترین عامل ایجاد ارتباط دست یابد. شناخت عناصر و ارکان هریک از این نقش‌های شش‌گانه می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد ارتباطی بهتر با مخاطب گردد و فهم و درک آسان‌تر و دقیق‌تری از متون ادبی به دست دهد. البته ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است که در هنگام بررسی باید توجه داشت که هر یک از این نقش‌ها در چگونه متنی مورد بررسی قرار می‌گیرد. زیرا ساختار زبان‌شناسی و محتوای هر متن، بیش از هر چیز دیگری بر کارکرد نقش‌ها مؤثر است. از رهگذر وظیفه و کارکرد هریک از نقش‌های زبان، می‌توان گفت که یکی از اهداف متون ادبی به ویژه متون تعلیمی، ترغیب مخاطبان به اهداف تعلیمی گوینده است. در مورد غزل‌سرایان کهن پارسی می‌توان گفت که ایجاد ارتباط عمیق عاطفی و اخلاقی با مخاطب و ترغیب او به سوی اهداف مورد نظر، همواره از مهم‌ترین دغدغه‌های ایشان بوده و از این دیدگاه، حافظ شیرازی را می‌توان یکی از مردمی‌ترین و محبوب‌ترین شاعران زبان فارسی به شمار آورد که مخاطبان بی‌شماری را در طول سده‌های متمادی مفتون خود کرده و طبیعتاً اشعارش قابلیت بررسی از دیدگاه نقش ترغیبی را دارند. این نقش در غزلیات حافظ غالباً در ساختار جمله‌های امر، نهی، ندا و نیز در جمله‌های خبری که دارای نقش ضمنی ترغیبی‌اند، پدیدار می‌گردد. اگرچه از دیدگاه ساختارگرایی، همه‌ی عناصر زبان در شکل‌گیری و انتقال پیام مؤثرند، اما یکی از عناصر ثابت در نقش ترغیبی، مخاطب است و اصولاً جهت‌گیری پیام در نقش ترغیبی به سوی مخاطب می‌باشد. مخاطبانی متفاوت که شاعر به تناسب خصلت و خوی ایشان، گویش و پیام خویش را به

منظور تأثیرگذاری مطلوب سامان می‌دهد. هر چند در پاره‌ای از خطاب‌های حافظ، مخاطبی خاص که حضوری مستمر داشته‌باشد یافت نمی‌شود و در دسته‌ی دیگری از این خطاب‌ها، روی سخن با مخاطبانی خاص و اقصاری مشخص است، اما این خطاب‌ها از این منظر که موضوعات عام و انسانی را در طول قرون متمادی آماج خود قرار داده‌اند و مخاطبشان در زمان و مکان محدود نبوده‌است، بسیار ارزشمند بوده و بررسی زبان و اهداف آن‌ها حائز اهمیت فراوان است. بنابر این، مقاله‌ی حاضر درصدد پاسخ بدین پرسش است که موضوع خطاب‌های ترغیبی حافظ چیست و مخاطبان او کیستند؟

## ۲. پیشینه پژوهش

در زمینه‌ی مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ، تحقیقات فراوانی صورت گرفته و از این رهگذر کتاب‌های بسیاری نیز به رشته‌ی تحریر در آمده‌است که هر یک گوشه‌ای از ویژگی‌های مخاطبین و خطاب‌های حافظ را مورد بررسی قرار داده‌اند. با این وجود، کتاب یا مقاله‌ی مستقلی که در آن نقش ترغیبی در مخاطب‌شناسی این شاعر مورد تحقیق قرار گرفته باشد به چشم نمی‌آید و این موضوع را می‌بایست در لابلاهی سطور کتب و مقالات دیگری که در رابطه با حافظ نگاشته شده‌است، جستجو نمود؛

منا علی مددی در مقاله‌ی «از مخاطب خاص تا عام» (نگاهی جامعه‌شناسانه به تحول طیف مخاطبان ادبیات تعلیمی فارسی با تکیه بر مرصادالعباد و کتاب احمد)، کوشیده‌است تا در این پژوهش با بررسی برخی از مهم‌ترین آثار تعلیمی سنتی فارسی و مقایسه آن‌ها با کتاب احمد به عنوان یکی از نخستین متون تعلیمی دوره‌ی مشروطه، نشان دهد که چگونه با تغییر نظام اجتماعی ایران از یک جامعه طبقاتی به یک جامعه‌ی برابرخواه، تغییری در مخاطبان آثار تعلیمی نیز به وجود آمده و مخاطبان خاص (طبقات خاصی از جامعه) به مخاطبان عام بدل گشته‌اند.

حمید طاهری (۱۳۸۶)، در مقاله‌ای با نام «سؤال و اغراض ثانوی آن در غزلیات حافظ»، به بررسی جملات سؤالی و اغراض ثانوی موجود در آن‌ها در غزلیات حافظ پرداخته‌است. در این مقاله، ابیات استفهامی اشعار حافظ استخراج شده و با توجه به اغراض ادبی خاصی که دارند (انکار، تحقیر، تشویق، انگیزش و...) دسته‌بندی و مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در پایان نیز جدولی از بسامد و کاربرد بیش‌ترین و کم‌ترین اغراض ادبی ارائه گردیده‌است.

محمود فتوحی و افشین وفایی (۱۳۸۸)، نیز در مقاله‌ای با عنوان «مخاطب‌شناسی حافظ در سده‌های هشتم و نهم هجری بر اساس رویکرد تاریخ ادبی هرمنوتیک»، تأثیر اشعار حافظ در حدود یک سده بعد از مرگ او را از رهگذر بازشناسی خوانندگان حافظ در سده‌های هشتم و نهم، مورد بررسی قرار داده‌اند و براساس اطلاعات به دست آمده از منابع سده‌های هشتم و نهم، خوانندگان را بر مبنای نوع خوانشی که از کلام حافظ دارند، دسته بندی نموده‌اند.

مریم ترکشوند و محمد ایرانی (۱۳۹۴)، در بخش‌هایی از مقاله‌ای با نام «تحلیل نحوی-معنایی «منادا» در مخالف‌خوانی‌های حافظ»، وجه و پیام جمله‌های ترغیبی پس از منادا در اشعار حافظ را مورد بررسی قرار داده‌اند و با تقسیم مناداهای حافظ به دو بخش محبوب و منفور، آمار قابل توجهی در مورد مخاطبان حافظ ارائه نموده و از این طریق، علت مورد خطاب قرار گرفتن هر یک را بررسی کرده و تا حدودی، چگونگی ترغیب حافظ در کلام را در این جملات ندایی، مورد بررسی قرار داده‌اند.

بتول واعظ (۱۳۹۵)، در مقاله‌ی «اسلوب خطاب و بیان در شعر حافظ»، هم سعی در تقسیم‌بندی موضوعی پیام‌های حافظ در شعر دارد و هم نوع مخاطبان را مورد واکاوی قرار می‌دهد. او با تقسیم مخاطبان به دو دسته‌ی درون‌متنی و فرامتنی، به تحلیل هر یک از این دو گروه پرداخته و اهداف اولیه و ثانویه‌ی خطاب‌های حافظ در مواجهه با هر یک از این دو گروه و زیر شاخه‌هایشان را بررسی کرده‌است. هر چند در تحقیق ایشان نیز بحث چندانی در زمینه‌ی نقش ترغیبی در کلام حافظ وجود ندارد، اما در پاره‌ای از موارد، خواسته‌ها، پندها و امر و نهی‌های موجود در شعر حافظ، که طبیعتاً مخاطبینی دارند، مورد توجه قرار گرفته و به اهداف و اغراض حافظ از مخاطب قراردادن آن‌ها اشاره شده‌است. به هر شکل، تحقیق حاضر بر آن است تا به طور مجزا، نقش ترغیب در مخاطب‌شناسی حافظ را مورد بررسی قرار دهد و از این رهگذر، نگرشی نو در نحوه‌ی نگاه به اشعار این شاعر توانمند را سبب گردد.

### ۳. روش پژوهش

روش این پژوهش توصیفی-تحلیلی است و واحد تحلیل، بیت‌های دارای نقش ترغیبی در غزلیات حافظ‌اند. یعنی به صورت مشخص؛ جمله‌های امر، نهی، ندا و نیز آن دسته از

مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۳۵

جمله‌های خبری که دارای نقش ضمنی ترغیبی‌اند، مشمول این تحقیق می‌گردند. نسخه‌ی مورد استناد در این پژوهش نیز عبارت است از:

- حافظ شیرازی، شمس‌الدین محمد (۱۳۸۷)، دیوان، به تصحیح قزوینی و غنی، به کوشش عبدالکریم جریزه‌دار، تهران: اساطیر.

در ارجاعات، عدد سمت راست، شماره‌ی غزل (شماره‌های سمت راست در دیوان) و عدد سمت چپ شماره‌ی بیت می‌باشد، مثلاً (۶/۹۹): غزل ۹۹، بیت ۶.

## ۴. چارچوب نظری

### ۱.۴ نظریه‌ی ارتباط یا کوبسن

رومن یا کوبسن، زبان‌شناس روسی (۱۸۹۶-۱۹۸۲م)، یکی از بزرگ‌ترین نظریه‌پردازان فرمالیسم (Formalism) روسی و ساختارگرایی (Structuralism) چک به شمار می‌آید و سهم بسزایی در تکامل ساختارگرایی نوین دارد. او معتقد است وظیفه‌ی زبان، برقراری ارتباط و انتقال پیام است و برای نیل به این مقصود، نیاز به شناختی دقیق و جامع از عناصر سازنده و انتقال‌دهنده‌ی هر پیام وجود دارد.

نظریه‌ی ارتباط، شش عنصر سازنده را در هر رخداد زبانی برجسته‌می‌کند: هرگونه ارتباط زبانی از یک «پیام» تشکیل شده‌است که از سوی گوینده یا به بیان کلی‌تر از «فرستنده» به «گیرنده» منتقل می‌شود. این ساده‌ترین شکل بیان ارتباط است. اما هر ارتباط موفق باید سه عنصر دیگر را نیز به همراه داشته‌باشد: «تماس» به هر دو معنای جسمانی و فکری/روانی؛ «کُد» یا مجموعه‌ای از رمزگان و علائم؛ و سرانجام «زمینه» که در گستره‌ی آن می‌توان فهمید پیام چیست (احمدی، ۱۳۸۰: ۶۵).

زمینه

پیام

گوینده

گیرنده/مخاطب

مجرای ارتباطی

رمز

#### ۱.۱.۴ نقش‌های شش‌گانه

«یاکوبسن شش جزء تشکیل دهنده‌ی فرآیند ارتباط، یعنی گوینده، مخاطب، مجرای ارتباطی، رمز، پیام و موضوع را که حاصل معنی است، تعیین‌کننده‌ی نقش‌های شش‌گانه‌ی زبان می‌داند» (صفوی، ۱۳۸۰: ۳۰).

هریک از شش عنصر ارتباط موجود، کارکرد ویژه‌ی خویش را دارد. البته اگر ما وجود این شش جنبه‌ی اصلی را در ارتباط و به ویژه ارتباط زبانی بپذیریم، آنگاه دشوار می‌توانیم پیامی بیابیم که صرفاً به یکی از این شش جنبه مرتبط شود. یاکوبسن کارکرد هر یک از عناصر ارتباط را به دقت تشریح کرده و هر یک را به نامی خوانده‌است. او کارکرد فرستنده را «عاطفی»، کارکرد زمینه را «ارجاعی»، کارکرد تماس را «کلامی» (همدلی)، کارکرد کد یا رمز را «فرازبانی»، کارکرد گیرنده را «کوششی» (ترغیبی) و سرانجام کارکرد پیام را «ادبی» نامیده‌است (احمدی، ۱۳۸۰: ۶۶-۶۷).

ارجاعی

ادبی

عاطفی

کوششی (ترغیبی)

کلامی (همدلی)

فرازبانی

#### نمودار ۲

مطابق این نظریه؛ عناصر شش‌گانه در ارتباط کلامی عبارتند از: ۱) عاطفی ۲) ادبی ۳) همدلی ۴) ارجاعی ۵) فرازبانی ۶) ترغیبی؛ و چون موضوع این پژوهش در ارتباط با نقش ترغیبی است، ضمن پرهیز از سایر عناصر مورد اشاره، عنصر مذکور در میان مخاطبان پیام‌های حافظ، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

#### ۲.۴ کارکرد ترغیبی زبان

آنچه را که یاکوبسن عنصر ترغیبی می‌خواند، در ادب فارسی و عربی، پیشینه‌ای کاربردشناخته دارد. چنان که «علمای اسلام در علم معانی برای زبان دو نقش قائل شده‌اند: ۱) اسناد خبری: آن است که احتمال صدق و کذب در آن برود. ۲) اسناد انشایی: آن است



مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۳۷

که احتمال صدق و کذب در آن نرود. مانند امر، نهی و ندا» (وحیدیان‌کامیار، ۱۳۸۳: ۲۸). در ارتباط با جهت‌گیری پیام نیز «در معنی‌شناسی اعتقاد این است که عملکرد «انشایی» به سمت گیرنده معطوف است و ناب‌ترین بیان آن، حالت ندا یا حالت امری است» (تادیه، ۱۳۷۸: ۴۳).

در زبان‌شناسی جدید و از دیدگاه یاکوبسن، در کارکرد ترغیبی جهت‌گیری پیام به سوی مخاطب است و ساخت‌های ندایی یا امری را می‌توان بارزترین نمونه‌های نقش‌های ترغیبی زبان دانست. این کارکرد زبان، پیش از یاکوبسن با اندکی تفاوت از سوی بولر (Buller) مطرح شده بود. آنچه مارتینه (Martine) تحت عنوان «حدیث نفس» بیان می‌کند، در اصل آمیزه‌ای از نقش عاطفی و برخی از ساخت‌های ندایی مطروحه در نقش ترغیبی است (صفوی، ۱۳۸۰: ۳۳).

بنابر این در پژوهش حاضر، جمله‌های امر، نهی و ندا، به عنوان جمله‌هایی که نقش اصلی‌شان ترغیبی است و جمله‌های خبری در قالب جمله‌هایی که در پاره‌ای از موارد دارای نقش ضمنی ترغیبی‌اند، مورد بررسی قرار گرفته و براساس آن‌ها، مصادیق مخاطبان خطاب‌های ترغیبی حافظ تعیین شده‌اند.

## ۵. مخاطب و مخاطب‌شناسی

یکی از ویژگی‌های نویسندگان بزرگ و خالق آثار ادبی برجسته، نوع کلام ایشان و چگونگی تأثیر آن بر مخاطب است. زیرا اصولاً هنر و ادبیات با مخاطب خویش است که معنا می‌یابد و اوج برجستگی یک اثر ادبی و هنری در میزان تأثیرگذاری آن بر ذهن عموم جامعه و جلب رضایت گروهی فراگیرتر از افکار و اقشار است. «لونگینوس (Longinus) از ادبای معروف روم می‌گوید که ارزش یک اثر ادبی در تأثیر آن بر حالات خواننده یا شنونده است» (دیچز، ۱۳۷۹: ۹۳). در واقع مخاطب یک اثر، چیزی جدای از آن نیست. به ویژه در آثاری که هدف نویسنده، ایجاد تغییر و انجام اصلاحات از طریق آموزش‌های اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی است.

نقد کاربردی (Pragmatic criticism) یکی از انواع شاخه‌های نقد ادبی است که موضوع آن بررسی تأثیری است که یک اثر ادبی بر خواننده‌ی خویش دارد. حال این تأثیر یا به صورت لذت بخشیدن است که جنبه‌ی زیبایی‌شناسانه دارد، یا آموزش است یا تغییر جهت-دادن‌های اخلاقی و یا از این قبیل. اثری موفق است که در زمینه‌ی خاصی که می‌خواهد اثر

بگذارد، بیش‌ترین تأثیر را داشته‌باشد. این‌گونه نقد، از عصر رومیان تا قرن هجدهم رایج‌ترین نوع نقد بوده و در دوران جدید هم تحت نام نقد بلاغی (Rhetorical criticism) تجدید حیات کرده‌است. نقد بلاغی عناصری را که به وسیله‌ی نویسنده به کار گرفته شده است تا دیدگاه‌های او را بر خواننده تحمیل کند، بررسی می‌کند. این ابزار ممکن است صریح و یا غیرصریح باشند (شمیسا، ۱۳۸۳: ۱۱۵).

با اندکی تأمل در آثار تعلیمی فارسی می‌توان دریافت که هر یک از این آثار، گروه یا طبقه‌ی خاصی از مردم اجتماع را مورد خطاب قرار داده‌اند (علی‌مددی، ۱۳۹۵: ۵۲). همچنین بلاغت کلام را می‌توان با میزان تأثیری که در گیرنده ایجاد می‌کند، مورد ارزیابی قرار داد.

سخن بلیغ سخنی است که برای عموم مردم قابل فهم باشد و خواص نیز از شنیدن آن ملول نشوند و در عین کوتاهی بر تمام مقصود گوینده به مقتضای حال دلالت کند؛ یعنی خلق سخنی که مناسب زمان، مکان و روحیه‌ی مخاطب باشد (شمیسا، ۱۳۸۳: ۲۲۸).

نویسنده باید با هردسته‌ای، به مقتضای حالشان سخن بگوید: «علم معانی یا در مفهوم خاص خود علم بلاغت، مطالعه‌ی زمان، مکان و اوضاع حاکم بر ایراد سخن است» (پورنامداریان، ۱۳۸۰: ۱۰-۱۲).

نویسندگان و شاعران بزرگ برای همه می‌نویسند. وقتی فرد یا گروه خاصی از سوی آن‌ها برای شنیدن مخاطب قرار می‌گیرد، منظور مخاطب قراردادن تمامی کسانی است که شبیه آن فردند و یا در آن گروه خاص می‌گنجند.

## ۶. مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی

شمس‌الدین محمد حافظ شیرازی (۷۲۶-۷۹۲) در قرن هشتم هجری، یعنی یک قرن پس از بلای خانمان‌سوز مغولان که تا حدود زیادی به انحطاط فکری و فرهنگی جامعه‌ی ایرانی انجامید، ظهوری درخشان در حوزه‌ی ادبیات این مرز و بوم یافت و پس از ایجاد تأثیری جاودان در این عرصه، در اواخر این قرن، چشم از جهان فروبست. حافظ با گام نهادن در مسیر خلاف عادات، توانست بیش از هر شاعر دیگری، هنرمندانه، نقاب از چهره‌ی عروس سخن کنار بزند و در مواجهه با ناهنجاری‌های مبتزلی که زاهدان ریاکار و سیاست‌مداران

متزور، مروج آن بودند، غزلیاتی هنجارشکنانه و انسان‌ساز بیافریند. وی عموماً کوشیده‌است با نگرشی سلبی و گاه ایجابی در حوزه‌ی احساسات و عواطف، که انگیزه‌ی او در شکل‌گیری اندیشه‌های شعرش است، اوضاع موجود جامعه را بازخواست کند (محسنی، ۱۳۹۲: ۲۸۸).

از یک منظر می‌توان گفت که غزل، شعر غنایی محسوب می‌شود و در شعر غنایی، شاعر به مخاطب نمی‌اندیشد و به همین دلیل، غزل شعری مبهم و ذاتاً جامعه‌گریز است، اما بی‌ارتباط با جامعه نیست. عموماً رابطه‌ی جهان شعر غنایی و غزل، با جهان‌های بیرونی، رابطه‌ای غیرمستقیم است، چنان‌که یک علت تأثیرگذاری و سحرآمیز بودن شعر غنایی، در متأثر شدن شاعر از جهان‌های بیرونی و درونی و انعکاس آن به صورت غیرمستقیم در متن است (همان: ۲۹۱).

از منظر دیگر در مورد مخاطبان اشعار حافظ می‌توان گفت که مخاطب عنصری جدا از متن نیست. مخاطبان حافظ جزئی از تجارب و دریافت‌های او هستند که در کامل‌شدن تفکرات و شکل‌گیری شخصیت‌های اشعارش به او کمک می‌کنند و نماد و نماینده‌ی شخصیت‌ها، گروه‌ها و دسته‌های اجتماعی خود قرار می‌گیرند و از آن جایی که هر یک از آن‌ها مخاطب پیام‌های مخصوص به خود هستند، شناخت دقیق گروه‌های مورد خطاب، هم فهم اشارات و اشعار حافظ را آسان‌تر می‌کند و هم دریچه‌ای وسیع‌تر به سوی درک فضای سیاسی-اجتماعی حاکم بر زمانه‌ی حافظ و گفتمان رایج در آن به روی محقق می‌گشاید.

از دیدگاه ساختارگرایی و البته نظریه‌ی ارتباط، تمامی اجزاء در شکل‌گیری متن نقش دارند و به یکدیگر مرتبط و وابسته هستند. برای درک بهتر تأثیرگذاری مخاطب در تکمیل عملکرد ابیاتی از خواجه‌ی شیراز که دارای نقش ترغیبی‌اند، توجه به کل غزلیات در کنار تمرکز بر ابیات حاوی ترغیب، لازم می‌نماید. درست است که مخاطب در بیت فراخوانده می‌شود، اما در نگاهی کلی‌تر، در کل آن غزل و چه بسا در مجموعه‌ی غزلیات است که ساخته و پرداخته می‌شود و ابعاد متفاوتی می‌یابد. به این ترتیب، آن مخاطب می‌تواند به عنوان یک ابزار بلاغی و جزئی جدانشدنی از متن، ابیات و مفاهیم مورد نظر حافظ را در هم تنیده‌تر و در عین حال گویاتر کند. در واقع می‌توان گفت که حافظ مضامین و مفاهیم ذهنی خویش را بر مبنای دسته‌بندی خطاب‌های خویش و کاربرد هنرمندانه‌ی شیوه‌ها و شگردهای ادبی نظم می‌بخشد. عبدالقاهر جرجانی در تعریف خود از بلاغت به اهمیت نظم و ترتیب کلام اشاره می‌کند. او معتقد است: «کلام باید نظمی و ترتیبی داشته باشد؛ متناسب با

آنچه در ذهن و خاطر گوینده‌ی معانی بر همان نظم و ترتیب انساق می‌یابد و در صورت صحیح، نحو کلام هم تابع همین نظم و ترتیب معنوی است» (زرین‌کوب، ۱۳۶۹: ۱۶۷-۱۶۸). بخشی از این نظم در اشعار حافظ با انتخاب مخاطب به وجود آمده‌است. مخاطبانی که با حضورشان در سرتاسر غزل‌ها به اجزایی تفکیک‌ناپذیر بدل می‌شوند. هیئت این مخاطبان با آن دسته از ویژگی‌های اخلاقی که حافظ در جای‌جای دیوانش به آن‌ها اشاره می‌کند، کامل می‌شود. برای مثال؛ او در ابیات زیر به ترتیب ویژگی‌های عیب‌جویی، بی‌خبری و خودبینی را درباره‌ی زاهد مطرح می‌کند و با این ویژگی‌ها به شخصیت زاهد در دیوانش بُعد می‌بخشد تا خواننده درک واضح‌تری از زاهد پیدا کند و خود نیز بتواند از این شخصیت برای انتقال مقاصدش در ابیات حائز کارکرد ترغیبی استفاده کند:

برو ای زاهد و بر دُرد کشان خرده مگیر      که ندادند جز این تحفه به ما روز الست

(۵/۲۶)

زاهد ایمن مشو از بازی غیرت زنه‌ار      که ره از صومعه تا دیر مغان این همه نیست

(۷/۷۴)

برو ای زاهد خودبین که ز چشم من و تو      راز این پرده نهان است و نهان خواهد بود

(۴/۲۰۵)

روی سخن حافظ با همه‌ی خوانندگان اشعارش در هر زمانی است، اما او ناچار است برای ایجاد نظم و پیکارچگی بین مفاهیم و تأثیرگذاری بیش‌تر کلام، از عواملی دیگر، از جمله مخاطبان خاص و عام بهره بگیرد. حافظ از زیر سؤال بردن شرایط موجود، به نقد آن دسته از لایه‌ها و قشرهایی از جامعه روی می‌آورد که در شکل‌گیری، تحکیم و استمرار آن نقش اساسی دارند. در نزد شاعر وقتی فرهنگ‌های جامعه روی به انحطاط نهند، عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن نیز پاکی و طهارت خود را از دست می‌دهند. در چنین شرایطی آن دسته از فقیهان آلوده‌دامن جامعه و نیز عالمان بی‌عمل، مجال‌گریزی از نگاه نقّادانه و تیزبین حافظ نخواهند داشت. واعظان ریاکار که از حلقه‌های مهم زنجیره‌ی خرده فرهنگ مذهبی در جامعه‌ی حقیقت‌ستیز و صداقت‌گریز بودند نیز به علت بی‌عملی و تزویر، به شدت مورد انتقاد حافظ قرار می‌گیرند. صوفیانی که همیشه نقدشان صافی نیست، حلقه‌های فرهنگ خانقاهی‌اند که داعیه‌ی معرفت دارند و شدیدتر از دیگران در معرض بازخواست قرار می‌گیرند. نقد دو سویه‌ی حافظ از متشرّعان و صوفیان که عناصر برجسته‌ی دو قشر

شناخته شده‌ی جامعه‌اند، ضمن توجه شاعر به اصلاح آنان، زیر سؤال بردن بسیاری از گفتارها و رفتارهای برخی افراد است که در زمره‌ی این دو گروه قرار دارند و اعمالشان به جای اینکه از سر درد دین و حق‌طلبی باشد، از روی تعصب و منافع فردی است. در نقد بی‌امان حافظ، نه تنها صوفیان اعتبار خود را از دست می‌دهند، بلکه مشایخ طریقت به منزله‌ی رهبران و گردانندگان سلسله‌های متصوفه، بیش از هر فضای دیگری، بی‌قدر و منزلت جلوه می‌نمایند (محسنی، ۱۳۹۲: ۲۹۴-۲۹۵).

در چنین فضای شعری که شبیه آن را در آثار شاعران پیش از حافظ کم‌تر می‌توان یافت، جهت‌گیری بسیاری از اشعار به سوی مخاطب است. آن‌گونه که می‌توان گفت پاره‌ای از غزلیات او نوعی مکالمه و گفت‌وگو است، حتی اگر مخاطب اشعار، خود حافظ باشد.

گفت‌وگوهای بیش‌تر شاعران پیش از حافظ، کم‌تر نشانی از نقد گفتمان‌های حاکمان و نفی و انکار ایشان را در خود جای داده‌است، اما در تحلیل بیش‌تر گفتمان‌های مطرح در شعر حافظ، وجوه انتقادی، انکاری و عنادی از آشکارترین رویکردهای شعر او به‌شمار می‌رود، به گونه‌ای که حتی می‌توان گفت که بیش‌تر مباحث شکل‌گرفته در شعر حافظ، کاملاً انتقادی‌اند و در آن‌ها همواره حضور دو گروه «خودی» و «بیگانه»، «دوست» و «دشمن» و به تعبیری «ما» و «آن‌ها» الزامی است. با اندکی تأمل در اشعار خواجه، می‌توان این دو گروه متخاصم را به «اهل زهد» و «اهل رندی» طبقه‌بندی کرد. زاهد، صوفی، واعظ، محتسب، شیخ و ... و اندیشه‌های آنان در یک سو و رند، عاشق، مست، پیر می‌فروش و ... و اندیشه‌های آنان در طرف دیگر قرار دارد و حافظ با هر دسته به فراخور حال همان دسته سخن می‌گوید (طهماسبی، ۱۳۹۱: ۱۰).

با وجود تنوع فراوان در خطاب‌های اشعار حافظ، در پژوهش حاضر: الف) حافظ ب) ساقی پ) مطرب ت) صوفی، زاهد، مفتی، واعظ و محتسب ج) مخاطب مبهم، مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

## ۱.۶ حافظ

یکی از روش‌های شاعر خلاق شیراز «خود مخاطب‌سازی» است و حافظ در بسیاری از غزل‌هایش با مخاطب قرار دادن خویش، سعی در پیگیری اهداف ظریف شاعرانه‌ی خود دارد. در این بین نکته‌ای که می‌باید بدان توجه گردد، سایر معانی قابل صدق برای واژه‌ی

«حافظ» است. اگرچه چندین معنی را برای این واژه برشمرده‌اند، ولی به نظر می‌رسد این کلمه بیش‌تر در سه معنی به کار رفته است؛ الف) خواجه شمس‌الدین محمد حافظ شیرازی که بیش‌ترین تکرار در اشعار حافظ در همین معنی صورت گرفته است (ایمانیان، ۱۳۹۴: ۸). ب) مطرب، قوال و آوازخوان که کم‌ترین بسامد را در این بین دارد و در این مجال می‌توان از آن صرف‌نظر کرد. ج) کسی که همه‌ی قرآن یا بخش عمده‌ی آن را از بر داشته باشد (دهخدا، ۱۳۳۰: ذیل واژه‌ی حافظ).

حافظ به دلیل برخی محدودیت‌های موجود زمانش، نمی‌تواند کسانی مانند صوفی، زاهد، مفتی و ... را دائماً و بی‌پرده مخاطب انتقادات خویش قرار دهد و در عین حال نمی‌تواند نسبت به اوضاع اجتماعی نیز بی‌تفاوت باشد. خواجه شمس‌الدین محمد در بسیاری از ابیات، خود و گاه با ایهام، حافظ قرآن را مخاطب قرار می‌دهد. عمده‌ترین اهداف او از «خود» مخاطب‌سازی را می‌توان به قرار زیر برشمرد:

#### ۱.۱.۶ شدت تأثیر

در آثار ادبی کلاسیک، یکی از شگردهای شدت و تقویت تأثیر پیام بر مخاطب این است که گوینده خود را مخاطب خطاب‌ها، به ویژه خطاب‌های تعلیمی - اخلاقی که به نوعی دیدگاه انتقادی دارند، قرار دهد و بدین طریق، ضمن رفع هرگونه انتقاد یا اتهام از دیگری و انتساب فرضی یا واقعی آن به خود، او را به تفکر وادارد؛ به عبارت دقیق‌تر، در ادبیات کهن ما، در بیان فضایل و مکارم اخلاق، به منظور تأثیر آن‌ها بر مخاطب، نیکو آن است که به دیگران نسبت داده‌شوند اما در طرح ناهنجاری‌ها، ضعف و کاستی‌ها یا سختی و دشواری‌ها، پسندیده‌تر آن است که گوینده آن‌ها را به خود نسبت دهد. از این‌رو حافظ در بیت زیر، «حجاب راه» را به خود نسبت داده، «خویش‌تن خویش» را حجاب راه می‌خواند و با دو جمله‌ی ترغیبی: (۱) ندا: حافظ (۲) امری: از میان برخیز، خود و در معنی وسیع‌تر، همگان را به رهایی از حجاب‌ها و ضرورت «خودشناسی» برمی‌انگیزد:

حجاب راه تویی حافظ از میان برخیز خوشا کسی که درین راه بی‌حجاب رود

(۸/۲۲۱)

به یقین شاعری چون حافظ که اعتقاد و میل به تغییر و اصلاح دارد؛ باید به تغییر امیدوار هم باشد. او تأکید به اهمیت امیدواری و ترغیب به امیدواربودن را با جمله‌ی: (۱) نهی: ز مهربانی جانان طمع مبر حافظ به خود یادآوری می‌کند:

مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۴۳

ز مهربانی جانان طمع مبر حافظ نبود این که نقش جور و نشان ستم نخواهد ماند  
(۹/۱۷۹)

ترغیب به عشق‌ورزی (۷/۴۶۴)، کرم و سخاوت (۹/۴۳۰)، شادی و اغتنام فرصت (۷/۲۸۲ و ۸/۱۳)، قناعت (۷/۱۵۱)، پرهیز از تعرض و درازدستی (۸/۴۳۴) و حسادت و غرور (۶/۱۴۲)، وفاداری (۷/۴۳۵)، تقدیرپذیری (۹/۲۰۷)، پرهیز از وابستگی به دنیا (۸/۱)، دوری از تزویر و ریا (۱۰/۹)، رازداری (۷/۴۴)، صبر و تحمل (۹/۲۵۲، ۷/۲۵۴ و ۹/۸) و ادب و معرفت‌آموزی (۷/۲۰۸) را می‌توان از دیگر موضوعات خود مخاطب‌سازی حافظ به منظور وحدت با مخاطبان و شدت تأثیر بیش‌تر به شمار آورد.

#### ۲.۱.۶ وحدت با مخاطبان

حافظ درصدد است تا با ایستادن در کنار گیرنده‌ی پیام، وحدت و همدلی خود با او را به اثبات رسانده، او را مطمئن سازد که خود به آنچه می‌گوید، معتقد و پایبند است. از دیگران می‌خواهد تا از درد و اندوه عشق نترسند (۸/۲۸۱). لازمه‌ی وصال خود به معشوق را تحمل غم و اندوه ذکر می‌کند (۷/۴۱۸) و خود را به ایستادگی و وفاداری ترغیب می‌نماید:

دلا در عاشقی ثابت قدم باش که در این ره نباشد کار بی‌اجر

(۲/۲۵۱)

جمله‌های: (۱) ندا: دلا (۲) امری: در عاشقی ثابت قدم باش (۳) خبری: در این راه نباشد کار بی‌اجر، به منظور ترغیب به کار رفته‌اند. او اگرچه این آشفتگی‌ها و پریشانی‌ها را ناگوار توصیف می‌کند، اما آن‌ها را به امید دیدار و وصال یار به فال نیک می‌گیرد و به تلویح همگان را به ثبات قدم در عشق و امیدواری برمی‌انگیزد.

حافظ با مخاطب قرار دادن خود از روزگار بی‌مرادی‌ها می‌گوید و سعی می‌کند که خود را به آرامش فراخوانده و البته به صورت ضمنی تمام مخاطبانش را که در چنین شرایطی‌اند، تسکین می‌دهد و آنان را به آرامش ترغیب می‌کند. جمله‌های: (۱) ندا: ای حافظ (۲) خبری: جمشید نیز دورنماندی ز تخت خویش، ترغیب را ابراز می‌کنند:

ای حافظ ار مراد میسر شدی مدام جمشید نیز دورنماندی ز تخت خویش

(۷/۲۹۱)

### ۳.۱.۶ مبارزه غیرمستقیم با ناهنجاری‌ها

از دیگر اهداف «خود مخاطب‌سازی حافظ» مبارزه‌ی غیرمستقیم با کجروی‌ها و ناهنجاری‌های سیاسی-اجتماعی به دلیل عدم قدرت لازم در مبارزه‌ی مستقیم با آنهاست. «زبان به عنوان نهادی اجتماعی و نظامی وابسته به فرهنگ جامعه از دگرگونی‌های اجتماعی تأثیر می‌پذیرد و نسبت به عوامل اجتماعی واکنش نشان می‌دهد» (صفوی، ۱۳۸۰: ۱۱۴).

عصر حافظ، عصر غلبه‌ی اعقاب مغول، یعنی تیموریان، در ایران و به ویژه در جنوب غرب یعنی فارس بوده‌است و از آن‌جا که مبارزه با هرج و مرج و آشوب‌های سیاسی آن دوران حتی با زبان کنایی و نمادین کار ساده‌ای نبود، حافظ به شیوه‌ای رندانه و با بهره‌گیری از صنعت ایهام وارد عرصه‌ی اعتراض شده‌است. او از ماهیت مزورانه‌ی حکام زمان و صوفیان و عالمان وابسته به درستی با خبر است و می‌داند که واعظان و متولیان رسمی دین و صاحبان خرقه و دستار، همراه و همگام با سلطان و ستمگران محلی‌اند. اما او تاب این نا-راستی‌ها را ندارد و با تمسک به شگردهای خاص خود، فریاد اعتراض برداشته و بر سر آن‌ها بانگ نفرت سر می‌دهد (پشت‌دار، ۱۳۸۹: ۱۷۷-۱۷۸). او در برگزیدن نام شعری خود، به عمد واژه‌ای را برگزیده که تجسم‌بخش شخصیتی هم‌ردیف شیخ، زاهد، واعظ و محتسب باشد. زیرا همان‌طور که گفته‌شد، حافظ قرآن شهر یکی از معانی واژه‌ی «حافظ» است که شخصی کاملاً منفور و مورد انتقاد در اشعار خواجه است، به گونه‌ای که حتی در برخی از نسخ دیوان وی، به جای واژه‌ی «حافظ»، «زاهد» یا «واعظ» به کار رفته‌است که این خود نشان از فرارگیری این سه واژه در یک ردیف معنایی دارد (ایمانیان، ۱۳۹۴: ۸-۱۳). این موضوع در کنار جملات مستقیم و گاهاً بی‌پرده‌ی حافظ، یکی از راه‌های او برای مبارزه با ناهنجاری‌ها بوده‌است؛

آتش زهد و ریا خرمن دین خواهد سوخت حافظ این خرقه‌ی پشمینه بینداز و برو

(۸/۴۰۷)

اما همان‌گونه که ذکر شد، خواجه در بیش‌تر مواردی که تخلص شعری‌اش را به کار می‌گیرد، حافظ شیرازی را منظور نظر داشته و با مخاطب قرار دادن خویش به عنوان یک انسان صادق، به نکوهش اوضاع نابسامان جامعه و عوامل مرتبط با دستگاه حکومت می‌پردازد. او هیچ‌گاه در مقابل ظلم و ستم و تبعیض و بی‌عدالتی سر خم نکرده و با اعتماد



مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۴۵

به حق، آبروی خود را بر در هر سفله‌ای نمی‌ریزد. جمله‌ی: (۱) نهی: حافظ آب رخ خود بر در هر سفله مریز، ساختاری است که ترغیب را نشان می‌دهند:

حافظ آب رخ خود بر در هر سفله مریز حاجت آن به که بر قاضی حاجات بریم  
(۱۲/۳۷۳)

او ریشه‌ی بیدادگری‌ها را بی‌کفایتی حاکمان می‌داند، اما خشونت و بی‌شرمی محتسب او را و می‌دارد تا آن همه را به «چرخ» منسوب دارد و از بیداد محتسب خونریز در امان بماند (۸/۲۶۳). از اشارات و کنایات اشعار حافظ پیداست که آنچه او را به سکوت و- می‌داشته، استبداد خسروان زمان بوده‌است. در بیت زیر حافظ با جمله‌های: (۱) ندا: حافظا (۲) نهی: مخروش، خود را به سکوت فرامی‌خواند:

رموز مصلحت ملک خسروان دانند گدای گوشه‌نشینی تو حافظا مخروش  
(۹/۲۸۳)

دیدگاه‌های انتقادی حافظ نسبت به مسائل اجتماعی نیز درخور توجه است؛ چنان‌که در بیت زیر، به منظور تأکید بر عمل‌گرایی و تبیین ادعا و گزافه‌گویی واعظ، از مخاطب می‌خواهد تا سخنان راستین عاشقانه را از حافظ بپرسد، نه از واعظ. او بدین شیوه بیش از آن که بر صداقت خود اصرار ورزد، نفاق و تزویر واعظ را نقد می‌کند و جمله‌ی: (۱) امری: حدیث عشق ز حافظ شنو، را بدین منظور به کار می‌برد:

حدیث عشق ز حافظ شنو نه از واعظ اگر چه صنعت بسیار در عبارت کرد  
(۸/۱۳۱)

بنابراین، مبارزه با نفاق و زرق (۷/۱۳۵)، شید و زرق (۱۰/۱۵۴)، زهد و ریا (۸/۱۷۵)، قیل و قال مدرسه (۹/۳۶۸) و خانقاه‌نشینان (۹/۴۲۷) و صومعه‌داران مدعی (۹/۴۴۶) از دیگر انگیزه‌های خود مخاطب‌سازی حافظ است.

## ۲.۶ ساقی

مخاطبان فرضی و برساخته‌ای که گاه با حافظ همسو و هماهنگ و گاه مخالف و در مقابل اویند، به سبب کثرت خطاب در شعر، به تدریج هویت پیدا می‌کنند. آنان هم‌چنین نقش‌های مختلفی را به عهده می‌گیرند. «ساقی همچون یار و جانان برای خود پایه و پایگاهی دارد.

آن‌چنان مورد توجه، خطاب، عشق و علاقه‌ی حافظ است که گاهی فرقی با معشوق او ندارد» (خرمشاهی، ۱۳۷۳: ۱۵۸). حافظ در بسیاری از ابیات خویش، این شیفتگی را به وضوح بیان ساخته و نقش کلیدی «ساقی» در زندگی خویش را برای همگان آشکار می‌سازد. در بیت زیر او خود را به گونه‌ای در بند کرشمه‌ی ساقی معرفی می‌نماید که علیرغم تصمیم صد باره برکنار نهادن شراب، باز هم موفق به این امر نمی‌گردد؛

به عزم توبه نهادم قدح ز کف صد بار ولی کرشمه ساقی نمی‌کند تقصیر

(۹/۲۵۶)

و این در حالی است که در موارد دیگر، از جمله در مقابل زاهد و عابد، موفق به توبه کردن می‌گشته است (قیصری، ۱۳۹۰: ۱۶۰).

ساقی در ابیات دارای کارکرد ترغیبی به صورت عمده با اهداف زیر مورد خطاب قرار می‌گیرد:

#### ۱.۲.۶ پیوند عاطفی حافظ با ساقی

ساقی دوست و «همنشینی نیک‌کردار» (۲/۳۰۹) و «فرخنده فال» (۳/۴۳۹) است. حافظ با ساقی و شرابش به جدال با غم می‌رود (۲/۳۷۴ و ۴/۴۶۲) و با او از خوشی‌ها و ناخوشی‌هایش می‌گوید. در بیت زیر، جمله‌ی: (۱) امری: ساقی بیا، ساختاری است که ترغیب را نشان می‌دهد و جمله‌ی خبری: کامی که خواستم از خدا شد میسر، بیانگر این نکته است که حافظ می‌خواهد با ساقی هم صحبت شود، تا با او از شادمانی و کامیابی خود سخن بگوید:

ساقی بیا که از مدد بخت کار ساز کامی که خواستم از خدا شد میسر

(۲/۳۲۹)

همچنین در بیت زیر ساختار: (۱) امری: به مژدگانی عیش از درم درآی، ساختاری است که ساقی را به عیش و شادمانی و همراهی کردن شاعر در گذار از غم ترغیب می‌کند:

ساقی به مژدگانی عیش از درم درآی تا یکدم از دلم غم دنیا به در بری

(۴/۴۵۱)

مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۴۷

جامی که از سوی ساقی به دست حافظ می‌رسد، آن‌چنان کاری و تأثیرگذار است که غم ایام را تماماً از بین برده و رهایی بخش حافظ می‌گردد؛ (۱) ندا: ساقیا (۲) امر: برخیز (۳) امر: در ده جام را:

ساقیا برخیز و در ده جام را      خاک بر سر کن غم ایام را  
(۱/۸)

### ۲.۲.۶ اغتنام فرصت

«یکی از دغدغه‌های خاطر رند شیراز، گذر بی‌رحمانه‌ی عمر و تجسم چهره‌ی عبوس مرگ و سست عهدی روزگار است. حافظ غالباً از چنگ جهان به دامن ساقی، می و معشوق می‌گریزد» (فرشیدورد، ۱۳۷۵: ۴۵). او هرگز آسایش را در امور این دنیا جستجو نمی‌کند و همواره چشم امید به دستان ساقی دارد تا به لطف جام دلکش او، لحظه‌ای روی آسودگی را ببیند. جمله‌های ترغیبی: (۱) ندا: ساقیا (۲) امری: جامی به من ده، و در بیت دیگری با همین مضمون جمله‌های (۱) ندا: ساقیا (۲) امری: تو بگوی، هستند:

چشم آسایش که دارد از سپهر تیزرو      ساقیا جامی به من ده تا بیاسایم دمی  
(۲/۴۷۰)

ساقیا سایه‌ی ابر است و بهار و لب جوی      من نگویم چه کن ار اهل دلی خود تو بگوی  
(۱/۴۸۵)

### ۳.۲.۶ مجرب بودن ساقی

«در شعر حافظ سه نوع باده به نحوی درهم‌تنیده دریافت می‌شود: باده‌ی انگوری، باده‌ی عرفانی و باده‌ی ادبی» (خرمشاهی، ۱۳۷۳: ۲۳۳). ساقی با وجوه متفاوت، به فراخور موقعیت، به این شراب‌ها دسترسی دارد. پایداری و پختگی در راه عشق و دیدن «چهره‌ی مقصود» (۹/۲۴۹)، بی‌واسطه‌ی «آب‌آتشگون» که ساقی می‌دهد (۳/۲۶۵)، امکان ندارد. ساقی چون واسطه‌ای شراب را به عاشقان می‌رساند و به پایداری عشق کمک می‌کند (۷/۲۷۶)، گاه در جایگاه پیر و مرشد می‌نشیند و گاه کنایه از حق تعالی است که بر همه چیز و همه کس آگاهی دارد. در بیت زیر خواجه اگرچه حافظ را هم‌ردیف شیخ و فقیه قرار می‌دهد، اما

مرتبه‌ی ساقی را چنان والا می‌داند که مجالی برای مقابله و زهد ریایی برای ایشان باقی نمی‌ماند؛

ساقی چو یار مَه‌رُخ و از اهل راز بود      حافظ بخورد باده و شیخ و فقیه هم  
(۷/۳۱۲)

البته این را نیز می‌بایست مورد توجه قرار داد که باده‌ی مورد اشاره در بحث که به واسطه‌ی ساقی نوشیده‌می‌شود، باده‌ای نیست که در آیه‌ی ۹۰ از سوره‌ی مائده، مسکر و حرام معرفی می‌گردد، بلکه همان شراب طهور و بهشتی است که در آیه‌ی ۲۱ سوره‌ی انسان بدان اشاره می‌گردد (کمالی، ۱۳۹۳: ۳۲-۳۳).

حافظ در مقابل ساقی کارآزموده‌ی خویش چنان دل از دست می‌دهد که هیچ‌گونه مجالی برای توجه به سایرین برایش باقی نمی‌ماند و هر آن‌چه از جانب ساقی به او می‌رسد را عین لطف می‌داند؛

چنان کرشمه‌ی ساقی دلم ز دست ببرد  
که با کس دگرم نیست برگ گفت و شنید  
(۶/۲۳۹)

به دُرد و صاف تو را حکم نیست، خوش در کش  
که هرچه ساقی ما کرد عین الطاف است  
(۴/۴۴)

حافظ ساقی را مخاطب می‌سازد، چون مُدرک تجربه‌ها و گاه مُلهم تجربه‌های اوست؛ تجاربی که حافظ از آن‌ها با ساقی سخن می‌گوید، عمدتاً تجارب عاشقانه و عرفانی است. شاعر به خاطر مجرب بودن ساقی و اشراف او بر امور، به تدبیر او برای حل مشکلات اعتماد می‌نماید و با جمله‌های: (۱) ندا: ساقیا (۲) خبری: که به تدبیر تو تشویش خمار آخشد، او را به همین منظور فرا می‌خواند:

ساقیا لطف نمودی قدحت پر می باد      که به تدبیر تو تشویش خمار آخشد  
(۷/۱۶۶)

در جای دیگر نیز حافظ اگرچه به قول خود «بر لب بحر فنا» منتظر است، اما تنها چشم به سوی ساقی دارد و در انتظار جرعه‌ای می‌از سوی ساقی است تا بتواند خویش را از این عالم رهایی بخشد؛ ۱) ندا: ای ساقی ۲) امر: فرصتی دان بیانگر این منظور هستند:

بر لب بحر فنا منتظریم ای ساقی      فرصتی دان که ز لب تا به دهان این همه نیست  
(۶/۷۴)

ساقی به دلیل مجرب بودنش در عشق و عرفان، برای تدبیر امور عارفانه-عاشقانه (۸/۴۹۸) و صحبت از اسرار الهی (۵/۴۰۶ و ۶/۴۷۹)، ثبات قدم در راه عشق (۴/۲۱۲) و دوری جستن از زهد و ریا (۳/۱۳۳ و ۹/۴۸۹) و شادخواری و اغتنام فرصت (۲/۳، ۱/۴۲۹ و ۱/۳۹۶) مورد خطاب قرار می‌گیرد.

### ۳.۶ مطرب

مطرب غزلیات حافظ نوازنده‌ای معمولی نیست. یافتن مطربانی در دسترس و آشنا با خنیاگری و موسیقی در روزگار حافظ کار دشواری نیست. مطربانی که می‌شود آن‌ها را به واقع مورد خطاب قرارداد و نواهایشان را با گوش سر شنید اما مطرب اشعار حافظ گاه در مقام یک مرشد کامل و گاه یک موسیقیدان ماهر است و یکی از شواهدی که این موضوع را تایید می‌کند، همراهی «مطرب» و «ساقی» در بسیاری از ابیات است که مبین صدق هر دو معنی می‌باشد. گاه ساقی به معنای عرفانی که در غزل حافظ حضوری گسترده دارد و گاه نیز ساقی بزم می‌کند که با مطرب قرابتی تمام دارد. از سوی دیگر نیز حافظ غالباً مطرب را به همراه «می» به کار می‌گیرد (خرم‌شاهی، ۱۳۷۳: ۵۷۵) که باز هم تداعی‌کننده‌ی حضور ساقی در کنار مطرب است؛

به قول مطرب و ساقی برون رفتم گه و بیگه

کز آن راه گران قاصد خبر دشوار می‌آورد

(۵/۱۴۶)

ساقی به نور باده برافروز جام ما

مطرب بگو که کار جهان شد به کام ما

(۱/۱۱)

ساقی به دست باش که غم در کمین ماست

مطرب نگاه دار همین ره که میزنی

(۴/۴۷۹)

حدیث از مطرب و می گو و راز دهر کم‌تر جو

که کس نگشود و نگشاید به حکمت این معمارا

(۸/۳)

چیره‌دستی مطرب به حدی است که حافظ همواره مترصد فرصتی است تا به نوای او گوش و دل بسپارد و هر آن‌چه از زهد ریایی و مکتب و دفتر حاصل شده را در راه بانگ وی نثار کند؛

مطرب کجاست تا همه محصول زهد و علم در کار چنگ و بربط و آواز نی کنم

(۲/۳۵۱)

### ۱.۳.۶ ارتباط مطرب با عشق

حافظ گاه از مطرب می‌خواهد که چون واسطه‌ای به جای عاشق سخن بگوید (۸/۹۰)؛ اما در حقیقت، تنها حافظ از مطرب نمی‌خواهد تا درباره‌ی عشق بنوازد و بخواند، بلکه مطرب پیش‌تر و بیش‌تر از حافظ به عشق، محبت و اسرارش آگاهی دارد (۹/۲۲). اگرچه آن‌چه که پایه‌ی احساس می‌شود، نوای ساز مطرب است و نه خود مطرب، اما تنها یک مطرب خوب و نکته‌دان می‌تواند از پس نواختن نوایی که حال و مقام عاشق را بیان کند، برآید. مطرب به اندازه‌ای از محبت و درد محبت می‌داند که حکیمان با تمام حکمت خود در مقابل دانسته‌هایی که او از آن‌ها می‌نوازد، تحت تأثیر قرار می‌گیرند (۶/۲۰۳). نواهای متفاوت مطرب یادآور تجربیات عاشقانه‌ی متفاوتی است؛ گاه دردسوز و گاه دردساز همانند عشق با پستی‌ها و بلندی‌هایش.

حافظ هنگامی که قصد وصف معشوق را دارد، خویش را نیازمند مطرب می‌بیند تا به مدد نوای مطرب و جام ساقی، عشق خویش را آشکار سازد، زیرا در پرده و مستور ماندن عشق و رخ جانان صحیح نیست و می‌بایست این عشق را فاش کرد (ملاح، ۱۳۵۱: ۱۹۶). حافظ به این منظور در بیت زیر مطرب را مورد خطاب قرار داده و با جمله‌ی: (۱) امر: مطرب بزن نوایی (که مقصود همان نوای عشق است) امر به نواختن می‌کند:

مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۵۱

وصف رخ چو ماهش در پرده راست ناید      مطرب بزن نوایی، ساقی بده شرابی  
(۲/۴۳۲)

در بیت زیر شاعر با جمله‌های: (۱) ندا: ای مطرب (۲) امری: بنال، مطرب را به نواختن  
ترغیب می‌کند و قرار است که ساز و نوای مطرب به آشفتگی او در مسیر عشق سر و  
سامان دهد:

دلَم ز پرده برون شد کجایی ای مطرب      بنال هان که از این پرده کار ما به نواست  
(۴/۲۲)

### ۲.۳.۶ پیوند عاطفی حافظ با مطرب

مطرب به گفته‌ی حافظ «ندیمی نیکنام» (۲/۳۰۹) است. او زمانی مخاطب حافظ است که  
حافظ به دنبال کسی است تا از نظر عاطفی همراهی‌اش کند و تسکین دردهای روحی‌اش  
باشد (۲/۱۴۴) تا شادمانی را جایگزین غم کند (۸/۱۷۳). در بیت زیر جمله‌ی (۱) امری: بزن  
مطرب سرودی خوش، برای ترغیب به شادمانی و شادمانه نواختن، به کار رفته:

چو در دست است رودی خوش بزن مطرب سرودی‌خوش

که دست افشان غزل خوانیم و پاکوبان سراندازیم

(۴/۳۷۴)

اگرچه «مطربان، خستگان نیازمند به شادی را با پنجه‌ای روان‌پرور و بانگی دلکش  
طربناکی می‌بخشند» (معیری، ۱۳۵۲: ۵۸)، اما همیشه شادمانه نواختن مطرب برای تسکین  
غم‌ها کارساز نبوده و یارای گریز از غم نیست و مطرب باید پرده بگرداند و نوایی بنوازد که  
بتوان با آن «آهی» کشید و «رطلی‌گران» زد؛ چنان که مطرب در بیت زیر به این منظور به کار  
برده شده و جمله‌های: (۱) امری: راهی بزن (۲) امری: شعری بخوان، برای ترغیب مطرب  
برای همراهی در غم به کار رفته‌اند:

راهی بزن که آهی بر ساز آن توان زد      شعری بخوان که با او رطل گران توان زد

(۱/۱۵۴)

#### ۴.۶ صوفی، زاهد، مفتی، واعظ و محتسب

حافظ همیشه نمی‌تواند خویشتن‌دار و محافظه‌کار باشد. او یک هنرمند متفکر است، نه یک سیاست‌مدار و طبیعی است که در بسیاری از ابیاتش، همان‌هایی را که باید، مخاطب انتقادهایش قرار دهد. مخاطبانی که به عنوان خواص جامعه بر اوضاع اجتماعی-سیاسی، فرهنگ، فکر و شیوه‌ی زندگی مردم تأثیرگذارند؛

آلودگی خرقه خرابی جهان است      کو راهروی اهل دلی پاک سرشتی

(۷/۴۳۶)

حافظ نسبت به آن‌ها حساسیت بیش‌تری نشان می‌دهد و در خطاب‌های ترغیبی، اصلاح آنان را در نظر دارد. از این رو، انگیزه‌های حافظ در مخاطب‌سازی صوفی، زاهد، مفتی، واعظ و محتسب را می‌توان به قرار ذیل برشمرد:

#### ۱.۴.۶ دغدغه‌های دینی

نادرستی و آلودگی انسان‌هایی که از دین‌مداری دم می‌زنند، حافظ را نگران می‌کند. آلودگی اینان به عنوان پیشوایان دینی می‌تواند اثرات مخربی بر انسان‌ها و دینداری آنان داشته‌باشد. عموم مردم با گذشت زمان، ریاکاری پیشوایانشان را درک خواهند کرد و اعتماد به صوفی، زاهد، مفتی، واعظ، محتسب و امثال ایشان از بین می‌رود و چهره‌ی دین مخدوش می‌شود. هدف او از تلاش برای اصلاح این گروه، جلوگیری از نابودی دین است؛

گرچه بر واعظ شهر این سخن آسان نشود      تا ریا ورزد و سالوس مسلمان نشود

(۱/۲۲۷)

«حافظ شناخت عمیقی از گناه و انواع آن دارد و بزرگ‌ترین گناه تهدیدکننده‌ی دین و تباه‌کننده‌ی انسان را همانا در ریا که شامل خودبینی، خودپسندی، جلوه‌فروشی، دروغ و... است، می‌داند» (خرمشاهی، ۱۳۶۱: ۳۵-۳۷). واعظ باید بداند که بدون خداشناسی، آگاهی و مراقبه، فاصله‌ی زیادی بین دین‌داری و بی‌دینی، نیست و خطر بی‌دینی و خداشناسی در کمین او نیز هست (۷/۷۴). او در رفتار زاهدان غرور و عجب و ریا می‌بیند (۴/۲۰۵) و این ویژگی‌ها را مانع خودشناسی، خداشناسی و دین‌داری می‌داند. حافظ واعظ را منادا قرار می‌دهد و او را با جمله‌های: (۱) امری: دور شو از برم (۲) ندا: ای واعظ (۳) نهی: بیهوده مگوی، به



مخاطب‌شناسی در غزلیات حافظ شیرازی با تکیه بر ... (ساناز ازاری و علی‌اکبر باقری خلیلی) ۵۳

دوری از ریا ترغیب می‌نماید. حافظ آگاهی خود از ریاکاری واعظ را با جمله‌ی خبری «من نه آنم که دگر گوش به تزویر کنم»، به رخ او می‌کشد:

دور شو از برم ای واعظ و بیهوده مگوی  
من نه آنم که دگر گوش به تزویر کنم  
(۷/۳۴۷)

حافظ هوشیاری خود را نسبت به رفتار متزورانه‌ی این گروه که می‌تواند به پیکره‌ی دین و شریعت صدمات جبران‌ناپذیری بزند با خطاب قرار دادن خودشان با جمله‌های: (۱) نهی: ز رهم میفکن (۲) ندا: ای شیخ، این گونه بیان می‌کند تا آنان را به ترک ریا فراخواند:

ز رهم میفکن ای شیخ به دانه‌های تسییح  
که چو مرغ زیرک افتد نغفتد به هیچ دامی  
(۶/۴۶۸)

#### ۲.۴.۶.۶. مقابله با زهد و ریا

روی سخن حافظ نه تنها به صوفی، زاهد، مفتی، واعظ و محتسب بلکه به واقع با تمام کسانی است که ریا می‌ورزند و گفتار و کردار و آشکار و نهانشان یکی نیست. در بیت زیر، جمله‌ی: (۱) امری: صوفی بیا، به منظور ترغیب صوفی برای ترک ریا آمده‌است:

صوفی بیا که خرقه‌ی سالوس برکشیم  
وین نقش زرق را خط بطلان بسرکشیم  
(۱/۳۷۵)

حافظ این گروه را از هرگونه عشقی (زمینی - آسمانی) بی‌نصیب و مستی را چاره‌ی بی‌عشقی آن‌ها می‌داند (۵/۱۹۱). از دیدگاه حافظ اگر این افراد به عشق و شراب نزدیک شوند، از ریا و سالوس دور می‌شوند. زهد خشک از خصایصی است که حافظ در بیت زیر صوفی را به ترک آن ترغیب می‌کند و از او می‌خواهد با کنار گذاشتن تعصب، در پی یافتن شیوه‌ای نو برای زندگی باشد. جمله‌های ترغیبی بیت عبارتند از: (۱) امری: گلی بچین (۲) امری: مرقع به خار بخش (۳) امری: زهد خشک را به می‌خوش گوار بخش.

صوفی گلی بچین و مرقع به خار بخش  
وین زهد خشک را به می‌خوش گوار بخش  
(۱/۲۷۵)

به دلیل مساعد نبودن فضای سیاسی - اجتماعی دوران، تعداد ابیاتی که حافظ این مخاطبان را مستقیم مورد خطاب ترغیبی خود قرار می‌دهد و به آن‌ها امر و نهی می‌کند،

نسبت به دفعاتی که حافظ خودش، مخاطب مبهمش و یا سایر دسته‌بندی‌ها را در ارتباط با این موضوعات مورد خطاب قرار می‌دهد، بسیار کم‌تر است.

تمرکز در این خطاب‌ها بر روی مضامینی چون ترک زهد و ترغیب به عشق‌ورزی و کسب معرفت (۸/۱۳۱، ۴/۴۲۴، ۵/۳۷۲ و ۳/۳۵۲)، باده‌نوشی (۵/۲۶، ۶/۳۱، ۱/۷ و ۲/۳۶۲) و آزادی (۷/۸۳) است.

## ۵.۶ مخاطب مبهم

ساخت امری یکی از بارزترین مصادیق نقش ترغیبی است و ابیات دارای ساخت امری در غزلیات حافظ بسیار است و به همین علت، مخاطبان مبهم فراوانی هم در این ابیات به چشم می‌آید. ضمیر مستتر «تو» در جمله‌های امری حافظ «به هستی سرایت می‌کند و جهان شمول می‌شود و به مسأله‌ای انسانی بدل می‌شود. از این طریق، حافظ به اشعارش کیفیتی هستی‌شناختی می‌دهد که هم متوجه هستی است و هم متوجه هستی‌ای ممتاز در آن، یعنی انسان» (غلامحسین‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۰۶). در توجه ویژه حافظ به این هستی ممتاز، همه به صرف انسان‌بودن در یک مرتبه قرار می‌گیرند تا آماده‌ی دریافت پیام شوند. ابهامی که حافظ در تعیین مخاطب ایجاد کرده، به خصوص وقتی که از عشق و معرفت و اخلاقیات سخن می‌گوید، نشان می‌دهد که او همه را مستعد کمال می‌داند. او با نگاه موشکافانه‌اش از یک سو به مسائل مختلف و از سوی دیگر به مخاطبان، نقش خود را در این میان، به عنوان واسطه‌ای برای انتقال مفاهیم، هنرمندانه ایفای می‌کند. حافظ قبل از این که یک انتقال‌دهنده‌ی خوب باشد، باید

شرایط یک دریافت‌کننده‌ی خوب را داشته‌باشد. هنرمند پیش از هرچیز باید پذیرای تأثیرات بیرونی بوده و در مورد آن‌ها صاحب تمییز باشد. بزرگ‌ترین تفاوت میان هنرمند یا شاعر با انسان‌های عادی، در دامنه‌ی ظرافت و آزادوارگی پیوندهایی است که او قادر است در بین عناصر مختلف تجربه‌ی خویش برقرار کند (ریچاردز، ۱۳۷۵: ۱۵۴).

حافظ به جای مدرسه و قیل و قال و درس، در پی انسان‌سازی است. او انسان را موجودی کمال‌جو، مسئول و مسلط بر نفس می‌داند و از بُعد ارزش‌شناسی معتقد است که طبیعت و آفریده‌های خداوند باید هماهنگ باشند و انسان بیگانه با مخلوقات خداوند نمی‌-

تواند راز خلقت را درک کند. او به جای تأکید بر آداب دینی، بر تجربه‌ی دینی تأکید دارد و رابطه‌ی عاشقانه را بستر تجربه‌ی دینی می‌داند. لذا مخاطبان خود را به سوی عشق سوق می‌دهد (خرازی، ۱۳۸۵: ۱۲۹).

«آن‌چه با نگاهی کوتاه به شعر حافظ دستگیر می‌شود، درآمیختن عشق آسمانی و زمینی در زنجیره‌ی ادبیات و غزلیات است. خواجه با قرارگرفتن بر ستیغ قلعه‌ی لغزان زبان، مخاطبان خود را به سوی عشق زمینی یا آسمانی در می‌غلطاند» (محسنی، ۱۳۹۲: ۲۹۷).

هرچند از دیدگاه برخی حافظ‌پژوهان، این سوق دادن مخاطب به عشق در اشعار حافظ، نفی هرگونه محدودیت قائل شدن در عشق و اثبات تفاوت‌ها و چندگونگی‌ها و توجه به نیازهای متناقض وجود انسانی است، اما با توجه به اهتمام ویژه‌ای که خواجه به مفاهیم و واژگان «دوست»، «دوستی»، «عشق»، «محبت» و مترادف‌های معنایی آن‌ها دارد، شاید بتوان گفت که ادعای پرداختن شاعر به نیازهای مختلف انسان در انواع عشق‌ورزی، نوعی تقلیل معانی به شمار می‌آید.

بررسی آماری واژگان دیوان حافظ نشان می‌دهد که این مجموعه در گام نخست، دیوان دوستی و محبت است. به گونه‌ای که واژگان «دوست» و «دوستی» در این دیوان ۵۰ بار مورد استفاده قرار گرفته و اگر مترادف‌های معنایی آن را هم به شمار آوریم، به بیش از ۱۰۰ مورد خواهیم رسید. با احتساب استعاره‌هایی که دال بر این مفهومند و نیز واژگانی که در توصیف آن به کار رفته‌اند، می‌توان تصور کرد که بیش از چهل درصد از واژگان دیوان حافظ به مفهوم «دوستی» اشاره دارد. از سوی دیگر، کلماتی چون زهد و ریا، هر کدام نزدیک به ۴۰ بار استفاده شده‌اند و نزدیک به هفت درصد از کل کلمات را به خود اختصاص داده‌اند. به این ترتیب، اگرچه می‌بایست حافظ را قهرمان مبارزه با ریا نامید، اما این توصیف کافی نیست و بیش از هر چیز دیگر باید او را قهرمان پی‌اندازی مفهوم دوستی و عشق در شریعت دانست و دستاوردهای مهم او را عشق، رندی و دوستی برشمرد که در مجموعه‌ی اشعار، مخاطبان به این مفاهیم به عنوان ارزشی والاتر از سایر ارزش‌ها فراخوانده شده‌اند و همین امر، گزینه‌ی اراده‌ی عشق و دوستی حقیقی از این کلمات را تقویت می‌کند (دینانی، ۱۳۹۶: ۱۲).

با در نظر گرفتن ذائقه‌ی حافظ در هدایت مخاطبین به سوی مفاهیم والایی که در ذهن دارد، وجود مخاطب مبهم و عام، ضرورتی انکارناپذیر می‌نماید و بررسی انگیزه‌های او از به کارگیری این مخاطبین مبهم نیز خالی از لطف نمی‌باشد؛

### ۱.۵.۶ مخاطب مبهم، مخاطبی مستعد کمال

استفاده از مخاطب مبهم یا به عبارتی مخاطب فراگیر و همگانی، یکی از ظرایف کار حافظ به عنوان یک هنرمند است. او با هر کسی که شعرش را می‌خواند، ارتباط برقرار می‌کند. وقتی که پیامش را با تمام خوانندگان در میان می‌گذارد، به صورت ضمنی به استعداد همه‌ی خوانندگانش برای درک پیامی که مطرح کرده، اشاره نموده و احترام می‌گذارد و از آنان با واژگان مثبتی چون «عقل» و «یارا» یاد می‌کند. کاربرد واژگان مثبت در هنگام ترغیب در واقع ادب و احترام را به ترغیب اضافه می‌کند؛ زیرا که حافظ صرف نظر از این‌که بداند مخاطبش به توصیه‌اش عمل می‌کند یا نه، او را عاقل می‌داند و یارا می‌خواند و به تعقل و عاقبت‌اندیشی ترغیب می‌نماید:

زاهد پشیمان را ذوق باده خواهدکشت      عاقلا مکن کاری کآورد پشیمانی

(۴/۴۷۳)

ده روز مهر گردون افسانه است و افسون      نیکی به جای یاران فرصت شمار یارا

(۳/۵)

جمله‌های ترغیبی بیت‌های فوق عبارتند از: (۱) ندا: عاقلا (۲) نهی: مکن کاری، در بیت اول مخاطب را به نوشیدن شراب معرفت ترغیب می‌کند و جمله‌های: (۱) ندا: یارا (۲) امری: نیکی به جای یاران فرصت‌شمار، در بیت دوم، همگی ساختارهایی هستند که به منظور ترغیب مخاطب به نیکی کردن در حق دوستان به کار برده شده‌اند.

ترغیب به مهرورزی و دوستی و اجتناب از دشمن و دشمنی در دو بیت زیر از مضامین مورد نظر حافظ است؛ جمله‌های بیت اول با ساخت‌های: (۱) نهی: پست مشو (۲) امری: مهربورز و جمله‌های بیت دوم: (۱) امری: دامن دوست به دست آر (۲) نهی: ز دشمن بگسل (۳) امری: مرد یزدان شو (۴) امری: فارغ گذر از اهرمانان:

کم‌تر از ذره نئی پست مشو مهر بورز      تا بخلوتگه خورشید رسی چرخ زنان

(۴/۳۸۷)

دامن دوست به دست آر و ز دشمن بگسل      مرد یزدان شو و فارغ گذر از اهرمانان

(۷/۳۸۷)

از آن‌جا که حافظ کسی را مستقیماً آماج نقد و هجو قرار نمی‌دهد، از بروز دافعه و عدم پذیرش کلام پیشگیری می‌کند. مخاطبان حافظ آن‌قدر کلی و فراگیر و خطاب‌های ترغیبی اش چنان عمومی و انسانی‌اند که هر خواننده‌ی عاقل، اهل دل و منصف را تحت - تأثیر قرار می‌دهند. در بیت زیر جمله‌های: (۱) امری: هشیارگرد (۲) خبری: گذشت اختیار عمر، به صورتِ ضمنی، برای ترغیب مخاطب به اغتنام فرصت آمده‌اند:

تا کی می صبوح و شکر خواب بامداد      هشیار گرد هان که گذشت اختیار عمر

(۴/۲۵۳)

گستره‌ی مضامین ترغیبی که خطاب به مخاطب مبهم دارند با توجه به فراوانی جمله‌های امر و نهی، بسیار وسیع است. ابیات دارای نقش ترغیبی با مخاطبان مبهم به مضامین متفاوتی چون عشق و معرفت (۶/۲۷۵، ۶/۴۶۶ و ۷/۲۱۱)، باده‌نوشی و خوشخواری (۴/۱۳ و ۸/۵، ۳/۴۶۲)، ترس از خدا و بی‌آزاری (۱۰/۳۶۲)، مقابله با زهد و ریا (۳/۳۵۲ و ۹/۳۵۶)، ترک ریا (۸/۱۹۶)، بی‌اعتمادی به دنیای دون (۷/۹)، اجتناب از ظاهر بینی و بدگمانی (۴/۳۴۳ و ۲/۳۲۴)، نیکی (۵/۴۸۵)، وفاداری (۴/۱۲۲، ۴/۳۲۵ و ۴/۳۱۶)، ترک درس (۳/۲۰۳)، تلاش (۶/۴۵۸)، تقدیرستیزی (۵/۲۷۴)، اغتنام فرصت (۶/۲۵ و ۲/۶۵)، قناعت (۶/۲۵)، صداقت (۶/۲۸) و اجتناب از عیب‌جویی (۴/۴۸۵ و ۵/۲۰۸) اشاره دارد.

## ۷. نتیجه‌گیری

مخاطب‌شناسی یکی از عناصر بنیادی نظام شاعرانه‌ی حافظ و خاستگاه سرودن بسیاری از غزل‌های او محسوب می‌شود. ساختار، زبان و عناصر سازنده‌ی هریک از گزاره‌های شعر حافظ، مبتنی بر اهداف شاعر بوده و با توجه به شخصیت مخاطب شکل می‌گیرد. با بررسی غزلیات حافظ از دیدگاه مخاطب‌شناسی نقش ترغیبی، می‌توان به این نتیجه رسید که کارکرد غالب جمله‌های امر، نهی، منادا و برخی از جمله‌های خبری، ترغیب مخاطب به اهداف متعالی مورد نظر حافظ است و افعال امر و نهی در اکثر موارد، نه کاربرد تخکمی و آمرانه، بلکه اهداف ثانوی و ترغیبی دارند.

حافظ با خود مخاطب‌سازی می‌کوشد تا با مخاطبانش به همدلی و وحدت برسد، بر عقل و قلب آنان بیش‌ترین تأثیر را بگذارد، آنان را به فضایل و مکارم اخلاق برانگیزد و در عین حال به وسیله‌ی مبارزه با کجروی‌ها و ناهنجاری‌ها، راه انتقاد و مبارزه با نظام سیاسی -

اجتماعی را بگشاید. خواجهی شیراز با مخاطب‌سازی ساقی، ضمن ایجاد پیوند عاطفی با او، ساقی را نماد شخصیت‌های متعالی ساخته و اهتمام می‌ورزد تا با او یکی شود. مخاطبان مبهم حافظ از شخصیتی خردورز، دلنواز و با انصاف برخوردارند و حافظ ضمن رعایت ادب و احترام در مخاطب قرار دادنشان، آنان را به اغتنام فرصت و عاقبت‌اندیشی برمی‌انگیزد. حافظ با نفی عقل محاسبه‌گر و منفعت‌طلب، مخاطبین خویش را به سوی عشق سوق می‌دهد. هرچند از ظاهر اشعار، ترغیب به همه‌ی انواع و مراتب عشق را می‌توان استنباط کرد، اما با ملاحظه‌ی مجموعه‌ی اشعار دیوان حافظ و روح حاکم بر آن‌ها، می‌توان دریافت که این ترغیب به عشق، در نهان خود با سوق دادن به سوی عشق الهی قوت گرفته‌است. از این رهگذر علیرغم تأکید اکثر حافظ‌پژوهان بر تأثیر شرایط اجتماعی بر انتخاب مخاطبان در اشعار حافظ و اهتمام شاعر به اصلاح اجتماع، فرضیه‌ی دیگری نیز قوت می‌گیرد که حافظ با مخاطب قراردادن صوفی، زاهد، محتسب، مفتی، واعظ و عالم در واقع شاخصه‌های مستقر در وجود هر انسان برای رسیدن به عشق حقیقی را مورد کند و کاو و ملامت قرارداده و با سخن گفتن تشویقی با ساقی، رند، مطرب، مغیبه و تمجید از پیر مغان، قوای کمکی مؤثر در دست یازیدن انسان به چشمه‌ی آب حیات و عشق حقیقی را معرفی کرده‌است و لذا دیوان اشعار حافظ هم دیوان به سعادت رسانیدن اجتماع است و هم دیوان به سرمنزل مقصود رسیدن انسان و می‌توان گفت کلام حافظ استعاره‌ای از کلام الهی است. به این ترتیب، شناخت مخاطبان حافظ هم می‌تواند فهم اشارات و اشعار حافظ را آسان‌تر کند و هم شناختی دقیق‌تر از مخاطبان او به دست دهد و علاوه بر همه‌ی این‌ها، دریچه‌ی وسیع‌تری را به سوی درک فضای سیاسی-اجتماعی حاکم بر زمانه‌ی حافظ و گفتمان رایج در آن بگشاید و دیدگاه‌های انسان‌شناسانه‌ی شاعر عارف را به خوانندگان رهنمون شود.

## کتاب‌نامه

- احمدی، بابک (۱۳۸۰)، *ساختار و تأویل متن*، چاپ سیزدهم، تهران: مرکز.  
ایمانیان، حسین (۱۳۹۴)، «طعنه رندانه به حافظ شهر؛ بررسی ایهام در تخلص شعری حافظ شیراز»، *مجله مطالعات و تحقیقات ادبی*، شماره ۱۸، صص ۷-۲۵.  
پشت‌دار، علی محمد (۱۳۸۹)، «چشم‌انداز آزادگی و ادب اعتراض در شعر فارسی»، *دوفصلنامه‌ی علوم ادبی*، دوره سوم، شماره ۵، صص ۱۵۷-۱۸۰.

- پورنامداریان، تقی (۱۳۸۰)، *در سایه‌ی آفتاب*، تهران: سخن.
- تادیه، ژان ایو (۱۳۷۸)، *نقد ادبی در قرن بیستم*، ترجمه‌ی شیرین نونهالی، تهران: نیلوفر.
- ترکاشوند، مریم و ایرانی، محمد (۱۳۹۴)، «تحلیل نحوی - معنایی «منادا» در مخالف خوانی‌های حافظ»، *کهن‌نامه ادب پارسی*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ششم، شماره ۴، صص ۷۱-۹۱.
- حافظ شیرازی، شمس‌الدین محمد (۱۳۸۷)، *دیوان*، تصحیح علامه قزوینی و قاسم غنی به اهتمام عبدالکریم جریزه‌دار، چاپ هفتم، تهران: اساطیر.
- خرازی، سید کمال (۱۳۸۵)، «مکتب تربیتی حافظ»، *مجله روانشناسی و علوم تربیتی*، سال سی‌وششم، شماره ۳ و ۴، صص ۱۲۹-۱۴۰.
- خرمشاهی، بهاء‌الدین (۱۳۷۳)، *حافظ‌نامه*، ویراست دوم، تهران: علمی و فرهنگی.
- خرمشاهی، بهاء‌الدین (۱۳۶۱)، *ذهن و زبان حافظ*، تهران: نشر نو.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷)، *لغت‌نامه*، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- دیچیز، دیوید (۱۳۷۹)، *شیوه‌های نقد ادبی*، ترجمه‌ی غلامحسین یوسفی، تهران: علمی.
- دینانی، مجتبی (۱۳۶۹)، *دانشنامه معاصر قرآن کریم*، مهر ۲، لندن: آکادمی مطالعات ایرانی.
- ریچاردز، آی. ا. (۱۳۷۵)، *اصول نقد ادبی*، ترجمه‌ی سعید حمیدیان، تهران: علمی فرهنگی.
- زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۶۹)، *از کوچه زندان*، تهران: امیرکبیر.
- شمیسا، سیروس (۱۳۸۳)، *بیان و معانی*، چاپ هشتم، تهران: فردوس.
- صفوی، کوروش (۱۳۸۰)، *گفتارهایی در زیان‌شناسی*، تهران: هرمس.
- طاهری، حمید (۱۳۸۶)، «سؤال و اغراض ثانوی آن در غزلیات حافظ»، *فصلنامه‌ی علوم انسانی دانشگاه الزهراء (س)*، سال هفدهم و هجدهم، شماره ۶۸-۶۹، صص ۸۸-۱۱۸.
- طهماسبی، فرهاد (۱۳۹۱)، «جامعه‌شناسی غزل حافظ با تکیه بر شیوه تحلیل گفتمان انتقادی»، *فصلنامه تخصصی دهخدا*، دوره چهارم، شماره ۱۳، صص ۹-۴۱.
- علی‌مددی، منا (۱۳۹۵)، «از مخاطب خاص تا عام» (نگاهی جامعه‌شناسانه به تحول طیف مخاطبان ادبیات تعلیمی فارسی با تکیه بر مرصادالعباد و کتاب احمد)، *ادبیات پارسی معاصر*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ششم، شماره‌ی اول، صص ۵۱-۷۹.
- غلامحسین‌زاده، غریب‌رضا (۱۳۸۶)، «حافظ و منطق مکالمه رویکرد «باختینی» به اشعار حافظ شیرازی»، *پژوهش زبان‌های خارجی*، شماره ۳۹، صص ۹۵-۱۱۰.
- فتوحی، محمود و وفایی، افشین (۱۳۸۸)، «مخاطب‌شناسی حافظ در سده‌های هشتم و نهم هجری بر اساس رویکرد تاریخ ادبی هرمنوتیک»، *نقد ادبی*، سال دوم، شماره ۶، صص ۷۱-۱۲۶.
- فرشیدورد، خسرو (۱۳۷۵)، *تفسیر آفرینی‌های حافظ*، تهران: صفی‌علیشاه.

۶۰ کهن‌نامهٔ ادب پارسی، سال دهم، شمارهٔ اول، بهار و تابستان ۱۳۹۸

- قبصری، ابراهیم (۱۳۹۰)، «غزل-ساقی‌نامه، از هنرهای حافظ»، سالنامه حافظ‌پژوهی، دفتر چهاردهم، صص ۱۵۳-۱۶۱.
- کمالی، محمود (۱۳۹۳)، «نگاهی به ساقی‌نامه، خمریات و دیتی رمب»، فصلنامه پژوهش‌های ادبی و بلاغی، دوره دوم، شماره ۲، صص ۳۰-۴۱.
- محسنی، مرتضی (۱۳۹۲)، «تحلیل غزلیات حافظ براساس نظریه زیبایی شناختی انتقادی مکتب فرانکفورت»، مجله جامعه‌شناسی هنر و ادبیات دانشگاه تهران، مقاله هشتم، دوره پنجم، شماره ۲، صص ۲۸۷-۳۰۶.
- ملاح، حسینعلی (۱۳۵۱)، حافظ و موسیقی، تهران: وزارت فرهنگ و هنر.
- معیری، محمدعلی (۱۳۵۲)، حافظ را هم از حافظ بشناسیم، تهران: سخن.
- واعظ، بتول (۱۳۹۵)، «اسلوب خطاب و بیان در شعر حافظ»، فصلنامه علمی تخصصی زبان و ادبیات غنایی، سال ششم، شماره ۲۰، صص ۵۵-۷۴.
- وحیدیان کامیار، تقی (۱۳۸۳)، زبان چگونه شعر می‌شود؟، مشهد: دانشگاه آزاد اسلامی و سخن گستر.