

## گفتمان‌شناسی انتقادی شگردهای اقناع در درخواست‌های متکدیان

صدیقه سادات مقداری\*

استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۲۶

دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۴

## Critical Discourse Analysis of Persuasion Techniques in Beggars' Requests

Sedighehsadat Maghdari\*

Assistant Professor of Linguistics, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: 2022/04/03

Accepted: 2022/08/17

10.30473/il.2023.63398.1527

### Abstract

Begging is a social trauma brought about by various factors such as unemployment, poverty, aging and disability, laziness, addiction, disease, and family issues. This research aims to analyze the representation and application of persuasion techniques in the requests of beggars on a critical discourse analysis. The data of the study consist of Salimi's (2018) corpus of dissertation based on 20 beggars in Birjand as well as the discourse of 15 other beggars observed and recorded in the city of Qaen by the researcher. Then the corpus was analyzed for the use of requests and persuasion techniques in the discourse of beggars in intertextual relation with two other related discourses, namely the discourse of charity and the discourse of work in the research community. The results showed that knowing the people's religious beliefs, especially the importance of alms in preventing disasters and diseases as well as the cultural importance of work value, beggars use all kinds of persuasion techniques to provoke emotions and compassion in people. They use a variety of methods, honestly or dishonestly such as verbal techniques including prayer, poetry, oaths, curses, and storytelling that are rhythmically expressed in a sad and effective tone, or non-verbal techniques such as staging, miserable appearance, positioning (temporal and spatial) and effective use of body language to create sympathy in the audience.

**Keywords:** Begging, Critical Discourse Analysis, Beggar, Persuasion, Request, Sociolinguistics.

### چکیده

تکدی‌گری آسیبی اجتماعی است که عوامل مختلفی مانند بیکاری، فقر مادی، پیری و ازکارافتادگی، تنبلی، اعتیاد، معلولیت و بیماری، مسائل خانوادگی در پیدایش آن دخالت دارند. در این تحقیق، تلاش شده است تا نحوه‌ی بازنمایی و کاربرد فنون اقناع در درخواست‌های متکدیان از منظر تحلیل گفتمان انتقادی تحلیل گردد. بخشی از داده‌های تحقیق مستخرج از سلیمی (۱۳۹۸) است که گفتمان ۲۰ تکدی در شهر بیرجند را جمع‌آوری نموده و بدون تحلیل زبانی درخوری ارائه داده است. بخش دیگر نیز برگرفته از گفتار ۱۵ تکدی دیگر در شهر قاین است که توسط نگارنده مشاهده و ضبط گردیده است. لازم به‌ذکر است که شهرهای بیرجند و قاین مجاور بوده و مشابهت‌های فرهنگی زیادی دارند. درخواست‌های موجود در داده‌ها و شگردهای اقناع در گفتمان متکدیان در ارتباط بینامتنی با دو گفتمان مرتبط دیگر یعنی گفتمان صدقه و گفتمان کار در جامعه‌ی تحقیق بررسی شد. نتایج نشان داد که متکدیان با آگاهی از اعتقادات مذهبی افراد مخصوصاً اهمیت صدقه در دفع بلا و مریضی‌ها و نیز از طرفی با آگاهی از اهمیت کار و ارزش آن نزد مردم، از انواع و اقسام شگردهای اقناع مخاطب برای تحریک احساسات و ترحم‌انگیزی استفاده می‌کنند. این شیوه‌ها که صادقانه یا مکارانه به‌کار می‌روند، یا زبانی هستند مثل کاربرد دعا، شعر، قسم، نفرین و داستان‌سرایی که به‌صورت موزون خوانی با لحن غمگین و مؤثر بیان می‌شوند و یا غیرزبانی هستند مانند صحنه‌سازی، ظاهرسازی، موقعیت‌مداری (زمانی و مکانی) و کاربرد مؤثر زبان بدن برای ایجاد ترحم در مخاطب. در پایان نیز انگاره‌ی پیشنهادی تحقیق حاضر مرتبط با شیوه‌های اقناع در گفتمان متکدیان ارائه می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** تکدی‌گری، گدایی، اقناع، درخواست، گفتمان‌شناسی انتقادی، زبان‌شناسی اجتماعی.

## مقدمه

یا اغراق در بازنمایی از کارافتادگی و مشکلات زندگی، رابطه‌ی گفتمانی درخواست را به‌گونه‌ای هدایت نمایند که منجر به غلبه‌ی فرهنگ صدقه بر فرهنگ کار در ذهن مخاطب شود و لذا درخواست کمک‌شان از سوی مخاطب اجابت شود.

تکدی‌گری از زمان‌های دور در ایران وجود داشته است و افرادی که به این عمل می‌پردازند تحت عناوین گوناگونی مانند: «متکدیان، گدایان، مخاطرانی، مکی، شجوی‌ها، ذراری‌ها، زحکیم‌المرحومه‌ها، شعب‌ها و اسطیل‌ها» شناخته می‌شده‌اند. واژه‌های مرتبط با «تکدی» متعدد و نشان‌دهنده‌ی پیچیدگی مفهومی این واژه است. در لغت‌نامه‌ی دهخدا «تکدی» چنین تعریف شده است: «عمل گدا، کار گدا، بی‌نوابی، تنگدستی، فقر، درویشی، شکست، بی‌چیزی و سؤال» (دهخدا، ۱۳۶۴: ۲۱۱). تکدی را می‌توان با عنوان «دست دراز کردن» برای کسب درآمد و احتمالاً «سؤال به کف» نیز معنا کرد. تکدی فراگردی است که به موجب آن، فرد متکدی از دسترنج دیگران بهره‌مند می‌شود و زندگی می‌گذراند. بر این اساس، هر یک از افراد جامعه که نه حرفه‌ای (در مفهوم اقتصادی و رسمی آن) در اختیار دارند و نه در تولید اجتماعی سهمی دارند، بلکه همواره با شیوه‌ها و شگردهای مختلف، طفیلی جامعه‌اند، متکدی تلقی می‌شوند. به‌طور کلی، می‌توان گفت که تکدی عبارت است از درخواست کمک بدون خدمات متقابل به صورت پول یا کالا از دیگرانی که هیچ وظیفه‌ی قانونی در برآوردن این درخواست ندارند و بر این اساس متکدی کسی است که دست به چنین عملی می‌زند (شکوری و معتمدی، ۱۳۹۱).

آدریان سنز و هندریکس<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) اظهار می‌دارند که تکدی‌گری یک کنش است، از این رو، نظرات مربوط برای برساختن دلایل و نیت کنش‌گر برای انجام فعل خود الهام‌بخش موضوع خواهد بود. برزگر و همکاران (۱۳۹۴) نیز اظهار داشته‌اند که پدیده تکدی‌گری با دو عامل مهم یعنی: «کمک‌دهنده» و «کمک‌گیرنده» رابطه دارد: «کمک‌دهنده‌ها» همان مردم هستند که آن‌ها را می‌توان به دسته‌های ذیل تقسیم‌بندی کرد:

- ۱- عده‌ای بر اساس وظیفه شرعی به فقرا و مستمندان کمک می‌کنند.
- ۲- گروهی دیگر آن را وظیفه‌ی انسانی و نوع‌دوستی می‌دانند.

یکی از مباحث مهم در حوزه‌ی اقناع، کاربرد اقناع در علوم اجتماعی، به‌ویژه در حوزه‌های روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی است. در صد سال اخیر، با استفاده از روش‌هایی که عمدتاً از منطق ریاضی و کمی‌گرایی بهره گرفته، به این امر پرداخته شده و طی آن، اقناع به‌عنوان یک حوزه علمی مورد مطالعه قرار گرفته است (خالدی، ۱۳۹۲). بینگر<sup>۱</sup> (۱۳۷۶) نیز روش‌ها و شیوه‌های متقاعدسازی را در قالب ۵ طرح شرح می‌دهد:

۱. تداعی مخاطبان<sup>۲</sup>: ساده‌ترین شیوه‌ی متقاعدسازی است و بر اصل تداعی معانی بنیان‌گذاری شده است. فرستنده پیام مورد نظر را هم‌سو و هم‌جهت با پیش‌ذهنیات و مفاهیم پذیرفته شده مخاطب برجسته می‌سازد. اصل تداعی بر فنون تکرار و مجاورت استوار است.
۲. منطقی و منصف بودن<sup>۳</sup>: افزایش آگاهی مخاطب و دادن اطلاعات بسیار و متنوع در زمینه‌ای خاص. چنان‌چه به مخاطبان اطلاعات درست، تأثیرگذار و قابل فهم ارائه شود آنها هم به نتیجه درست دست خواهند یافت.
۳. نیازها و انگیزه‌ها: دانستن این که چه انگیزه‌ای مخاطب را وادار به اتخاذ موضع مورد نظر منبع پیام می‌کند.
۴. هنجارهای اجتماعی: تاریخچه‌ی زندگی مخاطب، گذشته، هنجارهای گروهی و منافع و وابستگی وی مورد توجه قرار می‌گیرد.
۵. ویژگی شخصیتی مخاطبان: تنوع مخاطبان و تفاوت در ویژگی‌های شخصیتی می‌تواند تعیین‌کننده شیوه‌های اقناعی باشد. پیام‌گذار اقناعی باید توجه کند که مخاطب ممکن است در برابر شیوه‌های اقناعی آسیب‌پذیر باشد.

در گفتمان متکدیان، چون رابطه‌ی بین فرستنده و گیرنده از جهات مختلف فرهنگی، اقتصادی، خانوادگی و غیره متفاوت است، متکدیان بیشتر به طرح مباحث مورد توافق دو طرف می‌پردازند. مثلاً صدقه را به‌عنوان وسیله‌ی دفع مشکلات و نیز راهی برای ارضای حس نوع‌دوستی مطرح می‌سازند. رسانه در گفتمان متکدیان زبان گفتاری است و متکدیان به‌عنوان مبلغان در این گفتمان از انواع تکنیک‌های زبانی و غیرزبانی بهره می‌گیرند تا با ناتوان‌نمایی خودشان و

1. Binger  
2. The addressees' association  
3. logicity

این نظریه نمی‌باشد. لذا بهتر است این نظریه را یک «مکتب» یا «برنامه» بدانیم که محققان زیادی آن را با توجه به اهداف تحقیق‌شان مفید یافته‌اند. ون‌دایک (۲۰۰۱: ۹۶) مانند مارتین و وداک اذعان می‌دارد که نظریه‌ی گفتمان‌شناسی انتقادی یک روش تحقیقی در بین سایر موارد نیست. مثلاً مانند دستور زبان گشتاری و یا زبان‌شناسی نقشی و هم‌چنین زیررشته‌ای از تحلیل گفتمان مانند روانشناسی گفتمانی یا تحلیل مکالمه‌ای هم نمی‌باشد. لذا از نظر وی، این نظریه نه روش است و نه یک نظریه که بتوان به سادگی آن را در مشکلات اجتماعی بکار برد. لذا می‌تواند در عمل بکار رود و هم‌چنین با هر روش و زیرنظریه‌ای در علوم انسانی و اجتماعی ترکیب شود. تحقیق حاضر نیز علی‌رغم این که در چهارچوب انگاره‌ی خاصی مثلاً فرکلاف، ون‌دایک یا ون‌لیون به طور تطبیقی کار نمی‌کند، با توجه به اصول نظریه‌ی گفتمان‌شناسی انتقادی و کاربرد راه‌کارهای گفتمان‌مدار در تحلیل‌هایش در قالب متناسب با موضوع مورد بررسی، در حیطه‌ی کلی این نظریه‌ی می‌باشد. ون‌دایک (۲۰۰۱: ۹۶) نیز اذعان داشته است که به باور وی تحقیقاتی که از روش‌های از قبل آماده شده (ready-made methods) استفاده می‌کنند با نگرش «انتقادی» در نظریه‌ی تحلیل گفتمان انتقادی ناسازگار می‌باشند. در تحقیق حاضر، تلاش شده است تا از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی به این سوال کلی پاسخ داده شود که متکدیان از چه شیوه‌های اقنایی کلامی و غیرکلامی در درخواست‌های‌شان بهره می‌برند تا حاصل آن پاسخ مثبت به درخواست‌شان باشد.

#### چهارچوب نظری تحقیق

بلور و بلور<sup>۱</sup> (۲۰۰۷: ۱۲) یکی از اهداف تحلیل گفتمان انتقادی را تحلیل کارکردهای اجتماعی می‌دانند که مشکلات اجتماعی را نشان داده یا شکل می‌دهند و نیز بررسی این امر که چگونه ایدئولوژی‌ها در زبان منجمد می‌شوند و یافتن راه‌هایی که بتوان یخ آنها را شکست. لذا می‌توان گفت که گفتمان نه تنها در تولید یا بازتولید ساختارهای اجتماعی سهیم است بلکه منعکس کننده‌ی آنها نیز می‌باشد. فرکلاف (۱۹۹۲: ۶۶) می‌نویسد که ساخت گفتمان جامعه منبعث از بازی آزادانه‌ی افکار در ذهن انسان‌ها نیست بلکه از کردارهای اجتماعی نشأت می‌گیرد که به استواری در ساختارهای واقعی، مادی و اجتماعی ریشه دارند و در راستای

۳- تعدادی به‌علت این که نیازمند بودن را یک نقص اجتماعی می‌دانند خود را در رفع این نقیصه مسؤل می‌دانند.

۴- دسته چهارم کسانی هستند که کمک‌های خود را با نیت نذر و صدقه انفاق می‌کنند.

تکدی‌گری در ایران، با توجه به مذموم بودن آن به لحاظ فرهنگی و غیرقانونی بودن آن پیوسته از دغدغه‌های مقامات کشوری و محلی مانند شهرداری‌ها بوده است. طرح‌های ساماندهی و جمع‌آوری گدایان در شهرهای بزرگ که به صورت دوره‌ای اعلام و اعمال می‌شود گویای اهمیت این واقعیت است. پایداری این پدیده هم گواه بر ناتوانی برنامه‌های ساماندهی و هم دال بر ریشه‌داری و پیچیدگی علل این پدیده در جامعه‌ی شهری است. علیرغم این واقعیت که تکدی‌گری جنبه‌ای پنهانی و زیرزمینی هم دارد و به دست آوردن آمار دقیق از تعداد متکدیان، کار بسیار مشکلی است، برآوردهای انجام شده از سوی ستادهای استانی وزارت کشور عمق پدیده را نمایان می‌کند (شکوری و معتمدی، ۱۳۹۱).

گسترش تکدی‌گری در همه‌ی جوامع مخصوصاً در ایران دلایل چندگانه و بهم مرتبط بسیاری دارد که هرکدام بنوبه‌ی خود مهم بوده و در شبکه‌ی ارتباطی پیچیده‌ای مرتبط با تکدی‌گری مطرح می‌باشند. در این تحقیق، یکی از این عوامل یعنی نحوه‌ی بازنمایی شگردهای اقناع در درخواست‌های متکدیان بررسی می‌شود تا با آگاهی دادن به مخاطب به او امکان مقاومت در قبال این گفتمان داده شود. سراج‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تبریز، شهر بدون گدا: مطالعه‌ی جامعه‌شناختی مواجهه‌ی شهروندان با پدیده‌ی تکدی‌گری» اذعان می‌دارند که در این شهر «فرهنگ مقابله‌ای» در مقابل تکدی‌گری شکل گرفته است که متأثر از ۱۲ مقوله‌ی فرهنگی است از جمله فرهنگ کمک‌رسانی، نهادینگی فرهنگ کار، بستر مناسب اقتصادی، اهمیت شأن اجتماعی، روحیه‌ی قوم‌گرایانه، حس مسئولیت‌پذیری، ناکارآمدی سازمان‌های رسمی/حکومتی متولی پوشش‌دهی نیازمندان، نگرش منفی به گدایان، وجود نظام‌های حمایتی مردم‌نهاد و اعتماد مردم به آنها، کنش مقابله‌ای، رفع معضل تکدی و بهبود محیط شهری.

مارتین و وداک (۲۰۰۳: ۵) اذعان می‌دارند که نظریه‌ی گفتمان‌شناسی انتقادی، هرگز نه یک نظریه‌ی خاص و منفرد بوده است و نه تلاش کرده است که چنین باشد و هم‌چنین هیچ روش‌شناختی خاص و منفردی مشخصه‌ی تحقیق در

است، اما چنانچه واژه یا ساخت خاصی تکرار یا برجسته شود به سازماندهی متن مرتبط شده و لذا نشان دهنده‌ی نقش متنی است و بالاخره نحوه‌ی کاربرد این واژگان و ساخت‌ها با در نظر گرفتن سایر مقولات اجتماعی که مرتبط با پاسخ عاطفی به متن است در قلمرو فرانش بین‌فردی یا بینامتنی است که در این تحقیق دو گفتمان مرتبط صدقه و کار در نظر گرفته شده است.

### پیشینه‌ی پژوهش

پیشینه‌ی موضوع حاضر از دو جنبه قابل ذکر است. ابتدا تحقیقاتی که مرتبط با شیوه‌های اقناع مخاطب در متون مختلف انجام شده است و سپس تحقیقاتی که مرتبط با مبحث تکدی‌گری می‌باشد.

شگردهای اقناع در متون حکمی و تعلیمی در ادبیات فارسی از حوزه‌های مورد توجه محققان در ایران بوده است. مجد و غلامی (۱۳۹۸) روش‌های اقناع در گلستان سعدی را بررسی کرده‌اند و اذعان داشته‌اند که بدون شک، اگر القای ذهنیتی خاص به مخاطب و کوشش برای اقناع و تسخیر ذهن او، مهم‌ترین هدف این متون نباشد، یکی از مهم‌ترین اهداف آنها خواهد بود. نتایج این تحقیق نشان داد که بیشترین بسامد آماری در روش‌های اقناع مخاطب در گلستان، با ۳۰ درصد، از آن استدلال و سپس تمثیل با بسامد ۲۶/۶ درصد است که دو بُعد استدلالی و ادبی ذهن ایرانیان را نشان می‌دهد. میرآزادی (۱۳۹۲) نیز شیوه‌های اقناع مخاطب و روش‌های استدلال‌آوری در آثار سعدی را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که سعدی شگردهای اقناعی را با هنر درآمیخته و از این طریق توانسته است تقریباً همه‌ی خوانندگان را با خود همراه کند؛ به‌نحوی که گاه خواننده با اصل سخن او موافق نیست اما به ناچار در مقابل تأثیر کلام او سکوت می‌کند. صمصام و معینی‌زاده (۱۳۹۵) شگرد و روش اقناع آن را در متون معنوی بررسی می‌کنند و نشان می‌دهند که مولوی اندیشه‌ها و باورهای ذهنی‌اش را بیان کرده و برای اقناع و باور مخاطب با برخی اشعار، احادیث و تلمیحات قرآنی آن را اثبات کرده است. احمدی (۱۳۹۳) شیوه‌های اقناع مخاطب در متون فارسی براساس کلیله و دمنه، منطق الطیر، گلستان و بوستان را بررسی کرده است. وی اذعان می‌دارد که شیوه‌های اقناع در این آثار را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد، که عبارتند از: ۱. صنایع بدیعی و بیانی ۲. اغراض ثانوی کلام ۳. صنایع موسیقایی. فیجانی و

آنها شکل می‌گیرند. گفتمان متکدیان نیز منبعث از بافت اجتماعی و روابط متقابل آنها با جامعه‌ی مخاطب‌شان می‌باشد که تحلیل آن در جهت بالابردن آگاهی شرکت‌کنندگان در این فرایند گفتمانی مفید خواهد بود. در این تحقیق، تحلیل گفتمان متکدیان در اجتماع برای کشف و تحلیل شیوه‌های اقناع در این گفتمان با توجه به زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه‌ی مخاطب این گفتمان مد نظر خواهد بود.

نظریه‌ی گفتمان‌شناسی انتقادی بر این باور استوار است که زبان تنها منعکس‌کننده‌ی واقعیات بیرونی آن‌گونه که فرث<sup>۱</sup> مطرح می‌کرد نیست، بلکه شکل دهنده‌ی واقعیات نیز می‌باشد، لذ می‌کوشد تا با روشن کردن بُعد زبانی-گفتمانی پدیده‌های فرهنگی و اجتماعی موجب فرایندهای تغییر در نوگرایی اخیر باشد. در محور قدرت، در فرایند تکدی‌گری در یک سو افراد برخوردار جامعه از امتیازات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... وجود دارند و در سوی دیگر افراد متکدی که با برخورداری از قدرت کلامی و غیرکلامی می‌کوشند تا طرف مقابل را برای پذیرش خواسته‌های‌شان متقاعد سازند. لوک (۱۹۹۷)، به نقل از مک گرگور، (۲۰۰۴) اذعان می‌دارد گفتمان‌شناسی انتقادی که مرتبط با قدرت‌مداری شرکت‌کنندگان می‌باشد برای تحلیل گفتمان‌هایی که در آن مناسبات قدرتی متفاوت و نابرابری وجود دارد، مناسب است. متکدیان از برداشتهای منفی کار خود آگاه هستند لذا می‌کوشند تا به شیوه‌های مختلف با این نیروها و برداشتها مقابله کنند. در انجام این کار، آنها این نظام اجتماعی (منعکس‌کننده ایدئولوژی‌ها، باورها و عملکردهای آن) را بازآفرینی کرده و آن را به نفع خود و برای ساختن شکل جدیدی از واقعیت اجتماعی به کار می‌گیرند.

فرکلاف (۲۰۰۰) نیز یکی از اهداف تحلیل گفتمان انتقادی را کشف ایدئولوژیک مفروضاتی می‌داند که در کلمات متون مکتوب یا گفتار شفاهی نهفته است تا با مقاومت در مقابل اشکال مختلف قدرت از پذیرش، بازتولید و اعمال آن جلوگیری شود. وی گفتمان‌شناسی انتقادی را مبتنی بر سه اصل ساختار اجتماعی، فرهنگی و گفتمانی می‌داند. با توجه به فرانش‌های مطرح‌شده در هلیدی و ماتیسن<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) می‌توان گفت که در گفتمان متکدیان واژگان و ساخت‌های به‌کاررفته حاکی از فرانش‌اندیشگانی

1. Firth

2. Halliday and Mathiessen

التماس کلامی یکی از این شیوه‌های کلامی خود-مدیریتی است. در صورت به‌کارنبردن کلام، متکدیان در اندونزی با لباس‌های کثیف، چهره‌های غمگین و حرکات آهسته و نیز با استفاده از کاسه‌هایی در دست‌شان، به نشانه‌ی درخواست، تکدی‌گری‌شان را مدیریت می‌نمایند و ترحم مخاطب را برمی‌انگیزند. ویلمسن<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) تحلیل گفتمانی انتقادی گفتمان متکدیان و بی‌خانمان‌ها را در متروهای لندن بررسی کرده است. در این تحقیق، از یک طرف پوستر نصب‌شده در مترو تحلیل می‌شود که ترکیبی از اطلاعات عمومی منع‌تکدی‌گری و کمک به متکدیان از طریق دادن کمک‌ها به یک خیریه است و از طرف دیگر نحوه‌ی درخواست کمک توسط بی‌خانمان‌ها در مترو. این تحقیق نشان می‌دهد که چگونه متکدیان تلاش می‌کنند تا مخاطب را قانع کنند تا در مقابل تبلیغات پوستری مقاومت کند. ماتیزا<sup>۶</sup> (۲۰۲۱) نیز تحلیل گفتمان تکدی‌گری توسط افراد کم‌بینا در زیمبابوه می‌باشد. این افراد در التماس‌هایشان از آهنگ‌ها، ادبیات یا سرودهای غم‌انگیز مسیحی استفاده می‌کنند. خان (۲۰۱۳) نیز مشاهده کرد که گدایان در کشورهای توسعه‌یافته با انجام هنرها و مهارت‌های خود پول می‌گیرند. اما در کشورهای درحال توسعه مانند زیمبابوه، آنها در سایه رحمت جامعه زنده می‌مانند. این یعنی، به مفهوم گدایی در کشورهای اروپایی و آفریقایی از دو منظر متفاوت می‌توان نگرست. هریسون (۱۹۹۳) با حمایت از همین دیدگاه اشاره کرد که بی‌ثباتی‌های سیاسی که در حال حاضر مشخصه‌ی زیمبابوه است و بیکاری نیز در کنار سایر عوامل، به شدت به آن کمک کرده است، موجب این احساس در معلولان شده است که داشتن نقص یک بدبختی است، بنابراین، در این گونه جوامع تکدی‌گری به یک استراتژی بقا تبدیل می‌شود (به نقل از ماتیزا، ۲۰۲۱). لذا شاید بتوان گفت که در کشورهای توسعه‌یافته ظاهر و نحوه‌ی درخواست متکدیان نشان می‌دهد که تکدی‌گری راهبرد رفاه بیشتر است اما در کشورهای درحال توسعه و توسعه‌نیافته راهبرد بقاست.

لذا همان‌گونه که مشاهده شد، هرچند در ایران پدیده‌ی تکدی‌گری از منظر جامعه‌شناسی و روان‌شناسی تا حدی بررسی شده است، تحلیل زبانشناختی کافی مرتبط با گفتمان تکدی‌گری در زبان فارسی انجام نگرفته است تا ویژگی‌ها و شیوه‌های کارکردی آن مشخص گردد.

فلاحی (۱۳۹۴) به اقناع مخاطب به‌عنوان رمز موفقیت یک سخنرانی با بررسی شیوه‌های اقناع در سخنرانی برخی از سخنرانان مشهور پرداخته‌اند. اسلامی و امیرکاوه (۱۳۹۵) نیز با روش تحقیق توصیفی-تحلیلی، روش‌های کلامی و غیرکلامی اقناع مخاطب در نهج البلاغه را بررسی نمودند. در این پژوهش، مشخص گردید که حضرت علی (ع) جهت اقناع مخاطب از طریق کانال اقناع کلامی از موارد حکمت، جدال احسن، تجربه، استناد به منبع معتبر، موعظه و اخبار غیبی و هم‌چنین از کانال اقناع غیر کلامی از زبان بدن، سیره عملی و معجزه به‌طور هنرمندانه‌ای بهره برده‌اند. ضیایی و همکاران (۱۳۹۹) نظریه‌ی اقناع رسانه‌ای و بازنمایی آن در عملکرد اطلاعاتی کتابخانه‌ها را با توجه به مدل هاولند<sup>۱</sup> بررسی کرده‌اند چرا که متناسب با حوزه‌ی نظریه اقناع و عملکرد کتابخانه‌ها است که بسیار نزدیک با مفاهیمی همچون منبع، پیام، مجرا و گیرنده است.

در ارتباط با وضعیت تکدی‌گری در ایران و علل و راه‌های کاهش آن تحقیقات متعددی در شهرهای مختلف ایران انجام شده است (مانند برزگر و همکاران، ۱۳۹۴؛ شکوری و معتمدی، ۱۳۹۱؛ ادهمی و همکاران، ۱۳۸۹ و نصرتی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۱). تا آن‌جا که نگارنده جستجو نموده است، در ایران تحلیل زبان‌شناختی چندانی از گفتمان متکدیان انجام نشده است بجز سلیمی (۱۳۹۸) که در پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد خود به ارائه‌ی گفتمان متکدیان در شهر بیرجند می‌پردازد. اما در بخش تحلیل، به توصیف داده‌ها به‌لحاظ جمعیت‌شناختی و محتوایی بسنده می‌کند و تحلیل زبانی ارائه نمی‌شود. تحقیق هیاتی و مانیاتی (۲۰۱۰) به زبان انگلیسی نیز با توجه به مدل لباو<sup>۲</sup> در مورد روایت شخصی، داستان روایت شده توسط ۵ متکدی مرد در مساجد ایران را از نظر زبانشناختی بررسی کرده است. این پژوهش به نحوه‌ی بازنمایی خود و دیگران در روایات متکدیان می‌پردازد. در خارج از ایران، اولسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) مطالعه‌ای با هدف بررسی شیوه‌های گفتمانی در درخواست‌های برخی گدایان در جنوب غربی نیجریه انجام داده است. او نشان داد که درخواست‌های متکدیان به‌طور کلی شامل ترکیبی از راه‌کارهای آوایی، احساسی و بلاغی می‌باشد. دارما و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۱) گفتمان متکدیان در اندونزی را از جهت شیوه‌های خود-مدیریتی بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که

1. Howland  
2. Labove  
3. Olauson  
4. Darma, et.al.

5. Willmsen  
6. Matiza

## روش تحقیق

در این تحقیق، تلاش شده است تا از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی شیوه‌های درخواست متکدیان با مطالعه‌ی موردی گفتمان متکدیان شهرهای همجوار بیرجند و قاین، گامی در جهت پر کردن خلأ تحقیقاتی موجود در زمینه‌ی تحقیقات گفتمان‌شناسی مرتبط با متکدیان برداشته شود. داده‌های تحقیق متشکل از داده‌های مستخرج از پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد سلیمی (۱۳۹۸) می‌باشد که گفتمان ۲۰ متکدی در شهر بیرجند را جمع‌آوری نموده و بدون تحلیل زبانی درخوری ارائه داده است و نیز گفتمان ۱۵ مورد متکدی دیگر در شهر قاین که توسط نگارنده مشاهده و ضبط گردیده است. در مورد حجم داده‌ها از معیار بسندگی و اشباع استفاده شده است. بسیاری از داده‌های جمع‌آوری شده در شهر قاین با داده‌های شهر بیرجند یکسان بود که دلیل آن مجاورت و تشابه فرهنگی دو شهر می‌تواند ذکر شود. لذا موارد مشابه حذف گردید و در پایان گفتمان ۳۵ متکدی به‌عنوان داده‌های تحقیق در نظر گرفته شد. ابتدا در بررسی فرانش‌های اندیشگانی و متنی، شگردهای اقناع در گفتمان متکدیان از دو جنبه‌ی شگردهای زبانی و غیر زبانی استخراج، دسته‌بندی و نام‌گذاری شد و سپس در ارتباط بینامتنی با دو گفتمان مرتبط دیگر یعنی فرهنگ صدقه و فرهنگ کار در جامعه‌ی تحقیق از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی واکاوی شد. در پایان نیز، جمع‌بندی تحلیل‌ها به‌صورت نموداری (ر.ک. نمودار ۱) به‌عنوان انگاره‌ی پیشنهادی تحقیق حاضر با عنوان انگاره‌ی کارکرد شیوه‌های اقناع در گفتمان متکدیان در ایران ارائه می‌شود.

## تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

در این بخش موارد زیر بررسی می‌شوند: درخواست‌های مستقیم یا غیر مستقیم متکدیان که می‌تواند به طور کلی ترکیبی از شگردهای زبانی و غیر زبانی باشد که برای ترجمه‌انگیزی در مخاطب در جهت اقناع وی به‌کار می‌رود. شگردهای زبانی شامل کاربرد دعا، نفرین، قسم، شعر و داستان‌سرایی و موارد مشابه می‌باشد. نحوه‌ی ادای این درخواست‌ها و محتوای آنها، کاربرد عوامل غیرزبانی مانند ظاهرسازی شامل ظاهر ژولیده و نامرتب با لباس‌های مندرس و نظایر آن، صحنه‌سازی مثلاً علیل‌نمایی و مریض‌نمایی که می‌تواند خود متکدی باشد یا همراه کردن فرد یا افراد مریض یا علیلی از خانواده با خود، موقعیت‌مداری (زمانی و مکانی) یعنی تکدی‌گری در زمان‌ها و مکان‌های خاص که افراد در موقعیت حسی ویژه هستند و زودتر برای کمک و صدقه برانگیخته می‌شوند. به‌طور کلی انگاره‌ی ذهنی در مخاطبان وجود دارد که می‌گوید: «گدایی/اگر ننگیت دارد، برکت دارد» به این معنا که تکدی‌گری هرچند شغلی پست است اما پردرآمد است. لذا متکدیان با ادعان به این امر، اولاً در بسیاری موارد از برگزیدن تکدی‌گری به‌عنوان یک حرفه ابایی ندارند و از طرف دیگر می‌کوشند تا مخاطب را قانع کنند که چاره‌ای جز تکدی‌گری ندارند، امری که در ذهن مخاطب نکوهیده، ننگ و پست در نظر گرفته می‌شود. در ادامه طی جداولی این درخواست‌ها به‌عنوان پراکتیس‌های گفتمانی تحلیل شده و ارتباط آن با باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های جامعه ذکر می‌شود.

جدول ۱. شگردهای مورد استفاده درخواست‌های متکدیان

ردیف	شگرد تکدی‌گری
۱	قلندرم، درویشم، دردیرم، الله بده خیرم، گر خیر نکنی ناامید می‌شوم، درویش در دیرم ... گر هست بکن خیرم ..... گر نیست نمی‌خواهم .... درویش دردیرم ..... (درخواست مستقیم+ دعا + موزون خوانی)
۲	من آمده‌ام به عذرخواهی ..... ناامید نکن ما را الهی (درخواست غیر مستقیم+ دعا + موزون خوانی)
۳	خیرم کن خدا به تو عوضش را می‌دهد. ای صاحب‌خانه، درویشم، بچه‌های کوچک و سر و نیم‌سر دارم. اگر لباس داری، اگر پول و پله‌ای داری، اگر گندم و غله‌ای داری. به یاد الله بده، دوریش و بی‌کسم. خدا دستت را از دنیا کوتاه نکند، یتیمم، غریبم، آواره‌ی این شهر عجیبم، به من مستحق کمک کن ..... (درخواست مستقیم +داستان‌سرایی)
۴	خدا، انشالله سفید بخت شوی، خدا بچه‌هایت را در پی بختشان کند، بخت با تو و اولادت یار باشد، سفره خالی نبینی، خدا سایه شوهرت را از سرت کم نکند. خدا شوهر و فرزندان را زوال نیاورده، محتاج به هیچ کس نشوی. (درخواست غیر مستقیم + دعا)

۵	من پیر زنی بی‌سرپرست هستم، وسایل دست‌ساز زیادی دارم، برای گذراندن عمر، از همین‌ها نان می‌خورم، بخر خیر کن، نخر هم خیر کن تا خیر از زندگی و جوانیت ببینی، جای دوری نمی‌رود، من را راضی کن تا خدا تو را راضی کند ... ای آسوده، تو که سفره بی‌نان ندیدی، ای آسوده، تو که گریه طفلان ندیدی. <b>(درخواست مستقیم + داستان سرایی + دعا + موزون خوانی)</b>
۶	اگر خیر و خیرات دارید، اگر زکات دارید، اگر قربانی کرده‌اید و قربانی دارید (روز عید قربان) بده که ما محتاجیم. بچه مریضی دارم، پول بیمارستان و دکتر و دوا ندارم، در طلبیدن ننگ نیست، در ندادن هم جنگ نیست، اگر نمی‌دهی هم لعن و نفرین برایت نیست، بده و پاداشت را از خدا بگیر. <b>(درخواست مستقیم + موقعیت‌مداری (زمانی) + داستان سرایی + دعا)</b>
۷	زیارت کربلا نصیب شما شود، حضرت فاطمه نگهدارت باشد، خدایا به روز بد گرفتار نشوی، خدایا درد و غم نبینی خدا بچه هایت را چراغ دلت کند، علی یار و نگهدارت باشد، دستگیر آخرت شود، خدا بهشت را برایت بخواهد. <b>(درخواست غیر مستقیم + دعا)</b>
۸	به من عاجز بی‌نوا کمک کنید، نابینا هستم، علیم، اما مجبورم با این سن کم خرج تمام خانواده ام را بدهم. چون مادرم مریض است. پدرم زندان هست. خواهر و برادرهای کوچک‌تر از خودم دارم. قد و نیم‌قد. کمک کنید. <b>(درخواست مستقیم + داستان سرایی)</b>
۹	دختر بچه‌ها و پسر بچه‌هایی که معمولاً در خیابان‌ها و چهارراه‌ها می‌ایستند و گل و بادکنک می‌فروشند، اسپند دود می‌کنند و یا حتی شروع می‌کنند به تمیز کردن ماشین‌ها تا نظر دیگران را به خود جلب کنند. <b>(درخواست غیر مستقیم + صحنه سازی)</b>
۱۰	افرادی که نسخه‌هایی تاریخ گذشته را به همراه دارند و به عابران نشان می‌دهند و برای گرفتن دارو درخواست کمک می‌کنند. پول دارومو ندارم، کمک کنید. <b>(درخواست مستقیم + صحنه سازی)</b>
۱۱	فردی از شورای محل برگی برای تایید احتیاج خود تهیه نموده و همیشه با خود همراه دارد، در کنار خیابان پارچه‌ای پهن می‌کند و آن برگ تأییدیه را کنار خود روی پارچه قرار می‌دهد. <b>(درخواست غیر مستقیم با صحنه سازی)</b>
۱۲	گروهی شب‌های جمعه که قبرستان‌ها شلوغ است به قبرستان‌ها می‌روند، آنها با دعا کردن برای مرده‌ها (خدا به قبرش نور ببارد، دستش را از این دنیا کوتاه کرده در آن دنیا کوتاه نکند، گناهانش مثل برگ درخت بریزد، روحش را شاد کند، او را با معصومین محشور کند، عمرش باقی عمر عزیزانش باشد) برای خود کسب درآمد می‌کنند. <b>(درخواست غیر مستقیم + دعا + موقعیت‌مداری (مکانی))</b>
	بچه‌ها در این موقعیت معمولاً بدون آنکه چیزی بگویند سرقبر نشسته و شروع به فاتحه‌خوانی می‌کنند. <b>(درخواست غیر مستقیم + موقعیت‌مداری (مکانی))</b>
۱۳	گروهی برای عیادت به بیمارستان می‌روند و با دعا برای مریض درخواست کمک می‌کنند. <b>(درخواست مستقیم + دعا + موقعیت‌مداری (مکانی))</b>
۱۴	بعضی دیگر هم در فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها جلوی مسافران را می‌گیرند و با دعاهایی (دعا می‌کنم به سلامت برسی، سفری بی‌خطر و بی‌بلائی داشته باشی، بیمه فاطمه زهرا باشی، علی یار و نگهدارت باشد) از مسافران درخواست پول می‌کنند. <b>(درخواست مستقیم + دعا + موقعیت‌مداری (مکانی))</b>
۱۵	گاهی زن‌های باردار همراه با دو یا سه بچه قد و نیم‌قد دیگر، در اماکن عمومی می‌نشینند و با جملاتی از عابران درخواست کمک می‌کنند: نه خواهری، نه مادری، نه یاری، نه یآوری، دارم بچه بزرگ کنم، خدایا ..... <b>(درخواست غیر مستقیم + داستان سرایی + صحنه سازی)</b>
۱۶	مردی کنار عابر بانک به صورت مکرر می‌نشست، بدون گفتن چیزی، با نگاه به کسانی که پول از عابر بانک برمی‌داشتند می‌فهماند که پول می‌خواهد. <b>(درخواست غیر مستقیم + صحنه سازی)</b>
۱۷	هیچ وقت نداری نبینی. من بچه دارم فقر نبینی، از خدا برات میاد، کمک کن. <b>(درخواست مستقیم + دعا)</b>
۱۸	مردی زخم پایش را نشان می‌داد. <b>(درخواست غیر مستقیم + ظاهر سازی)</b>
۱۹	برا شادی روح پدر و مادرت یه پول کمک به من بکن (شب نیمه شعبان). <b>(درخواست مستقیم + دعای موقعیتی (زمانی))</b>
۲۰	دختر جوانی بدون کلام با اشاره و دراز کردن دستش بسمت رهگذران کمک می‌خواست. <b>(درخواست غیر مستقیم + صحنه سازی)</b>

۲۱	شمار غریب مردم، رحم کنه، خدا شما را سرگردون بیمارستانا نکنه، سالم بشه، درد و عذاب نبینی (درخواست غیر مستقیم+دعا)
۲۲	خدا بچه‌ها شمار نگه دره، سرو سامون شمار از هم نزنه به کمکه بکنه . (درخواست مستقیم +دعا)
۲۳	دست مارا بگیره، تا خدا دست شما بگیره، خدا دستگیر آخرت شما کنه (تکرار همین عبارت) (درخواست مستقیم+ دعا)
۲۴	صدقه بده تا هم تو این دنیا و اون دنیا پاداش ببینی. (درخواست مستقیم)
۲۵	مردی با عینک و عصای نابینایی در دست، اظهار نابینایی می‌کرد، دستش دراز بود. (درخواست مستقیم+ ظاهر سازی)
۲۶	مردی زمزمه می‌کرد منو مسخره می‌کنند که معتاده ولی نمی‌دونن رنگ زرد من به خاطر زجریه که می‌کشم ومردم کمک نمی‌کنه. شما به چیزه بده. (درخواست مستقیم +داستان سرایی)
۲۷	لباس خوب که دارم از همسایه قرض گرفتم، آشنا نبینه ابروم نره، بچه‌هام ناراحت نشن. (درخواست غیر مستقیم+داستان سرایی)
۲۸	مردی حالت چلاق راه می‌رفت و کمک می‌خواست: پول ندارم، کارت بانکی ندارم، پول نقد ندارم، کارت خوان دارم تو کیسه‌ام. (به اطراف نگاه کرد و کارت‌خوان را در آورد). (درخواست غیر مستقیم+ ظاهر سازی (تکدی‌گری غیرستی))
۲۹	پول دارو حداقل بده (یه نسخه دستش بود)، نمیدونه غربیی سخته، کسی ندشته بشی. (درخواست مستقیم+ صحنه سازی)
۳۰	بچه‌ی من را کمک کنید تا به چیزی فقط بخرم بخوره، گشنه نمونه تا نفسش راست شه. (درخواست مستقیم +داستان سرایی)
۳۱	بی‌کس و کارم و جوابگو ما را نیست. چکار کنیم؟ (درخواست غیر مستقیم (جمله‌ی پرسشی))
۳۲	مردی آمد جلو فقط احوال پرسى کرد، حال و احوال پرسید. گفت: کرایه اتوبوس ندارم. (درخواست غیر مستقیم+ صحنه‌سازی)
۳۳	شوهرم زندونه، یک قابلمه بده، ظرف بده برا بچه‌هام غذا درست کنم. (درخواست مستقیم+ داستان سرایی)
۳۴	در مسجد یه زن نشسته بود، یه بچه ضعیف یه ساله کنارش بود. بچه‌اش از شیشه‌ی شیر ی که آب داشت، می‌خورد. زن اشک می‌ریخت و می‌گفت: یا الله از تو می‌خوام نزار به جز تو به کس دیگه ای رو بندازم بچم گشنه، من چیزی نخوردم به درک، خدا تو ارحم الراحمینی به بچم رحم کن. (درخواست غیر مستقیم+ صحنه سازی + دعا + موقعیت‌مداری (مکانی))
۳۵	زنی با بچه‌ای در بغل و دو دختر بچه دیگر در کنارش، بیرون رستورانی می‌ایستد و بدون هیچ گونه درخواست کلامی منتظر دریافت کمک از مراجعه کنندگان به رستوران می‌باشد. (درخواست غیر مستقیم+ صحنه سازی)
۳۶	گدای با سابقه و قدیمی در شهرکه مرد بسیارکم بینا است که هر روز در خیابان ها با توجه مناسبت ایام موزون خوانی می‌کند. درایام عزاداری ائمه روضه‌خوانی و در ایام جشن و تولد ائمه مداحی می‌کند. اخیرا بجای این که خودش روضه یا نوحه‌خوانی کند از ضبط صوت کوچک همراهش برای پخش این موارد استفاده می‌کند. (درخواست غیر مستقیم+ موزون خوانی + موقعیت‌مداری (مکانی و زمانی))
۳۷	گروهی از گدایان نیز علاوه بر حضور در مکان‌های پرجمعیت مثلا قبرستان ها و پارک ها، تکدی‌گری هفتگی و منظم در طول هفته با مراجعه‌ی مستقیم به درب خانه‌ها دارند. معمولاً هر صبح جمعه هر کدام به محله‌ی خاصی می‌روند و درخواست صدقات هفتگی صاحب‌خانه را می‌کنند. (درخواست مستقیم+موقعیت‌مداری مکانی و زمانی)

زیمباوه است (ر.ک. دراما و همکاران، ۲۰۲۱ و اولسون، ۲۰۰۹) و کاملاً متفاوت است از نحوه‌ی درخواست‌های تکدی‌گری در لندن. همان‌طور که تحقیق ویلمسن (۲۰۲۰) نشان می‌دهد درخواست‌های متکدیان در مترو لندن معمولاً به این صورت است که متکدی ابتدا خود را به‌نام معرفی می‌کند و سپس مشکل اقتصادی که غالباً بی‌خانمانی می‌باشد

همان‌گونه که تحلیل داده‌های فوق نشان می‌دهد، درخواست‌ها یا مستقیم می‌باشند و یا غیر مستقیم. درخواست‌های مستقیم در قالب یک جمله امری می‌باشد که در هیچ موردی با واژه‌ی *لطفاً* که برای مودبانه ساختن درخواست می‌باشد همراه نشده‌اند. از این جهت، نحوه‌ی درخواست مشابه با کشورهای درحال توسعه مانند اندونزی و



نمی‌باشد. لذا داشتن کارت‌خوان را به‌عنوان مزیت شگرد تکدی‌گری خود عنوان می‌کند تا مخاطب نتواند بهانه‌ای برای همراه نداشتن پول نقد داشته باشد. علاوه بر این نوع تکدی‌گری نوین، نوع دیگری نیز بعد از ایام همه‌گیری کووید ۱۹ و گسترش کاربرد فضای مجازی در حال شکل‌گیری است که می‌توان آنرا تکدی‌گری مجازی نامید. در این نوع تکدی‌گری افراد متکدی مستقیماً یا از طریق افراد آشنایشان در کانال‌های اینترنتی داستان‌پردازی کرده و در پایان با دادن شماره حساب در خواست کمک می‌کنند. این‌گونه درخواست‌ها می‌تواند با لحاظ کردن مؤلفه‌ی موقعیت‌مداری در موقعیت‌های زمانی و مکانی خاص مؤثرتر باشد. موضوع این داستان‌ها تفاوتی با داستان‌پردازی‌های حضوری نمی‌کند. در تکدی‌گری مجازی سایر شیوه‌ها کاربرد کمتری دارد. در هر حال، همان‌طور که ذکر شد علاوه بر شیوه‌های دعا، اورادخوانی، شعرخوانی به‌صورت موزون (موزون خوانی با لحن غمگین)، قسم و نفرین به‌عنوان یک شیوه‌ی اقناع مخاطب از اهمیت برجسته‌ای در این گفتمان برخوردار است. لذا در جدول زیر به‌صورت مجزا ارائه می‌شوند:

را شرح می‌دهد و درپایان مودبانه درخواست کمک می‌نماید. اما در ایران، درخواست حالت دستوری و امری دارد، آن‌چه که در گفتمان متکدیان این جملات امری را تبدیل به خواهش و تمنا می‌کند بیشتر عوامل فرازبانی و غیر زبانی می‌باشد، مثل اظهار آن همراه با عجز و ناله و ندبه و یا ظاهرسازی و صحنه‌سازی مؤثر. درخواست‌های غیرمستقیم غالباً همراه با صحنه‌سازی و ظاهرسازی می‌باشند. مثلاً متکدی که با ظاهر علیل و داشتن نسخه‌ای در دست کنار عابرانک می‌نشیند و دستش را دراز نگه می‌دارد. یا ممکن است این درخواست‌ها با داستان‌سرایی و یا جمله‌ی پرسشی نیز ادا شوند که از مخاطب درخواست راه حل برای رفع ناتوانی و مشکلات مطرح شده‌ی خودشان می‌کنند. درخواست مستقیم و غیرمستقیم هم‌چنین بدنبال دعهای موقعیتی (مکانی و زمانی) نیز مطرح می‌شوند. آنچه در این داده‌ها قابل توجه است استفاده یک متکدی از کارت‌خوان می‌باشد که نشان می‌دهد که تکدی‌گری از نظر متکدی حرفه و شغل محسوب می‌شود، و لذا متکدی بدنبال ظاهرسازی برای ترحم‌انگیزی که روند غالب و سنتی تکدی‌گری در ایران است نیز

جدول ۲. استفاده از قسم و نفرین در درخواست‌های متکدیان

ردیف	قسم یا نفرین
۱	تو را به جان فرزندان، تو را به روح مردگانت، تو را به حق علی، تو را به حرمت قرآن، در راه خدا، پولی بده که به نان شبم محتاجم. (درخواست مستقیم + قسم خانوادگی و مذهبی)
۲	بده به یاد فاطمه زهرا، ما را به یاد الله خیر کن ... کم خیر باش، بی خیر نباش، ما را ناامید نکن بده به یاد حسین، بده به یاد حضرت معصومه، خدا به تو عمر با عزت بدهد. (درخواست مستقیم + قسم خانوادگی و مذهبی)
۳	شوهرم خیر نبیند، خاک ته کوچه‌ها شه، دهل در گردن بگرده، هر کس هم خیر نکنه و رحم نداشته باشه، خیر نبیند، همیشه آب و نان سواره باشه و او پیاده. (درخواست غیرمستقیم + نفرین)
۴	زنی با اظهار این که داروهای دخترم تو تا کسی مونده باید دوباره بخرم، گفت: تورو خدا به کمک بکنه بتونم دوباره بخرم. (درخواست مستقیم + قسم به خداوند)
۵	شما را بخدا کمک کنه پول کرایه‌ی برگشت به روستا خود را ندارم. (درخواست مستقیم + قسم به خداوند)
۶	شما را بخدا کمک کنید، اگه بتونه از آشناها تون برای من پول جمع کنید. (درخواست مستقیم + قسم به خداوند)
۷	مردی جلو آمد چند قبض آب و برق دستش بود نشون می‌داد و می‌گفت: تو رو خدا کمک کنید زن و بچم گناه دارند. (درخواست مستقیم + قسم به خداوند)

نامشروع و حرام است (ر.ک. صدری و همکاران، ۱۳۹۸)، قسم مذهبی مخصوصاً به خداوند به‌کرات در این گفتمان به‌عنوان شیوه‌ی اقناع مخاطب به‌کار می‌رود. نه تنها مخاطب را به خدا و ائمه‌ی معصومین قسم می‌دهند که براحتی خودشان نیز برای مستندسازی داستان‌هایشان به

هرچند گدایی با به‌کارگیری لفظ جلاله‌ی «الله» مانند «تو را بخاطر بخدا/...»، تکدی درقبال قرآن خواندن در مجالس ترحیم، گدایی در صفوف نماز جمعه زمان ایراد خطبه‌ها، گدایی بقصد ثروت‌اندوزی و رشد اقتصادی و نیز گدایی برای کسانی که نیرو و توانایی کار دارند در اسلام

مقابل ۶ مورد قسم و ۱۵ مورد دعا دیده شد. از آن‌جا که توجیه تکدی‌گری از ویژگی‌های مهم گفتمان متکدیان است، سناریوی **توجیه و تشریح** در این گفتمان مشهود است و چون یکی از مهمترین ابزار توجیه در این گفتمان، داستان‌سرایی می‌باشد، لذا در جدول ۳ به‌عنوان نمونه و مثال، به برخی از این داستان‌ها و روایت‌ها با ذکر موضوع داستان اشاره می‌شود.

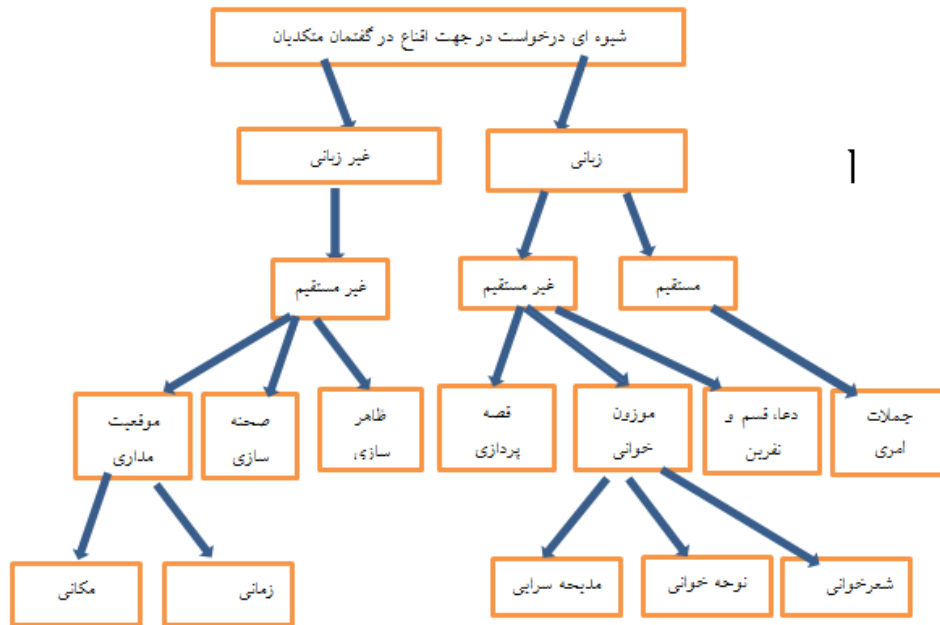
خداوند و ائمه قسم می‌خورند. علاوه بر قسم‌های مذهبی، قسم‌های خانودگی یعنی قسم به جان عزیزان هم به‌کار می‌رود. هم قسم به‌جان عزیزان خود متکدی و هم قسم به‌جان عزیزان مخاطب. نفرین کاربرد کمتری دارد چراکه باور عموم بر این است که نفرین قبل از این که در گیرنده بگیرد در فرستنده‌ی نفرین می‌گیرد. به‌طور کلی نفرین بیشتر ایجاد دافعه می‌کند تا جاذبه، لذا به‌عنوان شگرد اقناع کم کاربرد است. در داده‌های تحقیق یک مورد نفرین در

جدول ۳. استفاده متکدیان از داستان‌سرایی

ردیف	داستان
۱	بچه‌های کوچکی دارم که با هم تفاوت سنی بسیار کمی دارند، هیچ درآمدی برای سیر کردن شکم‌هایشان و خرج تحصیل و مدرسه آنها ندارم. شوهرم علیل و بیمار است. <b>(زن سرپرست خانواده و شوهر مریض)</b>
۲	داخل بیمارستان مردی عقدنامه‌ای دستش بود می‌گفت که این دستتون باشه، شما پول بیمارستان و عمل دخترمو بدین، وقتی پول شما رو برگردوندم، عقدنامه رو به من بدین. به من قرض بدین. ولی عمل دخترم واجبه. <b>(پدر و هزینه‌ی عمل جراحی دختر)</b>
۳	یکی از بچه‌هایم را برای درمان به این شهر درندشت آوردم. نه پناهی نه خوراکی نه لباسی. دکترها فرزندم را برای معالجه قبول نمی‌کنند. چون پول بیمارستان ندارم. حالا می‌خواهم به روستای خودمان برگردم. حتی پول برای برگشتن ندارم. اگر بمانم جایی ندارم با بچه بیمارم بروم. محض رضای خدا پول کرایه‌ام را بدهید. تا به خانام برگردم. خدا اگر مریضی داری، شفا بدهد. <b>(پدر + هزینه‌ی درمان فرزند + در راه ماندگی)</b>
۴	زن بیوه ای هستم، یتیم داری می‌کنم، خدایا خیر ببینی و یتیم داری نبینی، کمرم شکست، از عهده مخارج بچه‌هایم برنمی‌آیم. پول نان شبشان را ندارم، خدایا سفره خالی نبینی، کیسه بی‌پول نداشته باشی. خدایا شرمنده روی عیال و مهمان نشوی، خدا تو را شرمنده فرزندان نکند. <b>(زن بیوه و سرپرست خانواده)</b>
۵	مرد مریض و بیمار دارم، خودم هم ضعیفه‌ای بیکار و بی‌کس هستم، اگر می‌توانی من را خیر کن، در نزد خدا کمک‌هایت گم نمی‌شود، در آن دنیا به کارت می‌آید، انشاءالله که دستگیر آخرت می‌شود. <b>(زن سرپرست خانواده و شوهر مریض)</b>
۶	بچه مریضی دارم، پول بیمارستان و دکتر و دوا ندارم، در طلبیدن ننگ نیست، در ندادن هم جنگ نیست، اگر نمی‌دهی هم لعن و نفرین برایت نیست، بده و پاداشت را از خدا بگیر. <b>(پدر + هزینه‌ی درمان فرزند)</b>
۷	به مادرم کمک کن. تو رو خدا کمک کن، اجاره خونه نداره صاحب خونه بیرونمون کرده. <b>(دختر جوان + کمک به مادر)</b>
۸	شمار بخدا کمک کنه پول کرایه‌ی برگشت به روستا خود را ندارم. <b>(در راه ماندگی)</b>
۹	مردی می‌گفت از هیچ کاری رو گردون نیستم، هر کاری می‌کنم حتی فاضلاب هم خالی می‌کنم. اما حیف توان ندارم، پام تو چاه فاضلاب خیس شده، درد میکنه، شبا از درد نمی‌تونم بخوابم. <b>(علیلی و از کار افتادگی)</b>
۱۰	چهار بار پسرمو عمل کردم، اول پول دارو نداشتم باز عفونت کرد. دکتر گفت: پیشرفت کرده مریضی، نمی‌دونم چکار کنم؟ پارتی ندارم. <b>(پدر + هزینه‌ی درمان پسر)</b>
۱۱	نون آور خونه مریضه، چشو آب سیاه آورده. پرتوه (زمین گیره). من چه خاکه ور سر خو کنم؟ <b>(زن سرپرست خانواده و شوهر مریض)</b>
۱۲	به من عاجز بی‌نوا کمک کنید، نابینا هستم، عليلم، اما مجبورم با این سن کم خرج تمام خانواده‌ام را بدهم. چون مادرم مریض است. پدرم زندان هست. خواهر و برادرهای کوچک‌تر از خودم دارم. قد و نیم‌قد. کمکم کنید. <b>(پسر نوجوان سرپرست خانواده)</b>

۱۲ هم، پسر نوجوانی که تظاهر به مریضی می‌کند دلیل تکدی‌گری خود را سرپرست خانواده بودن ذکر می‌کند. لذا فرهنگ نفقه و الزام مرد برای تامین خانواده از طریق کار و تلاش موجب می‌گردد تا متکدیان مرد غالباً با شگرد ظاهرسازی، خود را ناتوان و از کارافتاده جلوه دهند و یا ناتوانی خود را در درخواست‌هایشان مؤکد سازند. نمودار ۱. با توجه به تحلیل‌های این تحقیق ارائه می‌شود، در این انگاره، انواع شیوه‌های اقناعی در گفتمان متکدیان تحقیق حاضر ارائه شده است.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود بیشتر موضوعات این روایات ناتوانی در درمان افراد خانواده می‌باشد چه از سوی مرد علیل و مریض یا مسن سرپرست خانواده و چه از سوی زن بیوه یا زن دارای همسر علیل و از کارافتاده که سرپرست خانواده می‌باشد. لذا سرپرست خانواده بودن در این روایات مورد تاکید می‌باشد. مردان با صحنه‌سازی و ظاهرسازی، عدم توانایی خود برای کارکردن را توجیه می‌کنند و زنان نیز متأسفانه زن بودن خود را دلیل عدم توانایی برای انجام کار اقتصادی و کسب درآمد عنوان می‌کنند. هم‌چنین در مورد



نمودار ۱. انگاره‌ی تحقیق برای انواع شیوه‌های اقناعی درخواست در گفتمان متکدیان

تحلیل و بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که درخواست‌های مستقیم یا غیرمستقیم متکدیان به طور کلی ترکیبی از شگردهای زبانی و غیرزبانی است که برای ترحم‌انگیزی در مخاطب در جهت اقناع وی به کار می‌رود. شگردهای زبانی شامل کاربرد دعا، نفرین، قسم، شعر و داستان‌سرایی و موارد مشابه می‌باشد. این درخواست‌ها با محتوای مطالب تأثیربرانگیز عمدتاً به صورت موزون‌خوانی ادا می‌شوند و با لحنی سوزناک با آوای کشیده‌ی /ây/ در آغاز کلام همراه است که بر تأثرانگیزی کلام می‌افزاید و نیز صداهای آه‌مانندی در پایان گفته‌های‌شان همراه با لرزش و ضعیف‌سازی صدای‌شان. کاربرد عوامل غیرزبانی مانند ظاهرسازی عمدتاً به صورت ظاهری ژولیده و نامرتب با لباس‌های مندرس، صحنه‌سازی مثل علیل‌نمایی و

## بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل گفتمان در پی آن است تا آگاهی بالاتری را از انگیزه‌های مخفی در خودمان و دیگران ارائه دهد و لذا ما را با پرسیدن سؤالات هستی‌شناختی و نه وجودی به حل مشکلات عینی قادر سازد. نکته قابل تأمل در مورد گفتمان‌شناسی این است که جواب‌های قطعی برای یک مشکل خاص ارائه نمی‌دهد؛ بلکه ما را قادر به درک شرایط پشت پرده‌ی یک مسأله خاص می‌سازد و باعث می‌شود که اصل مشکل را با اذعان به این امر که راه حل آن در فرضیات آن قرار دارد، بفهمیم فرضیاتی که وجود آن مشکل را امکان‌پذیر می‌سازند. با روشن ساختن این فرضیات و هدف تحلیل گفتمان می‌توانیم مشکل را از جایگاه بالاتری بررسی کنیم و دیدگاه جامع‌تری را در ارتباط با آن مشکل به دست آوریم.

قرارگیرند و مخاطب را به دادن کمک مجاب نمایند. فرکلاف (۲۰۰۳) نیز در آنچه که یک خردمرجع راهنما<sup>۱</sup> می‌نامد، سؤالاتی را مطرح می‌کند که در تحلیل گفتمان انتقادی می‌توان از آنها بهره گرفت، یکی از سؤالات، مرتبط با نوع سناریوی به‌کاررفته در متن می‌باشد که مشخص‌کننده‌ی جهت تفاوت در متن می‌باشد. در گفتمان متکدیان، سناریوی **توجیه و تشریح** مشهود است. سناریویی که متکدی بکار می‌برد تا بر تفاوت خود با مخاطب غلبه کند و نیز بر نگرش منفی مخاطب نسبت به تکدی‌گری.

ون‌لیون و وداک (۱۹۹۹) به روش‌های مجازسازی در گفتمان اشاره می‌کنند که عبارتند از: ارجاع به منبع قدرت، مثلاً سنت، رسم، قانون یا شخصی که نوعی اقتدار سازمانی دارد؛ منطقی‌سازی از طریق مجازسازی با ارجاع به کاربرد عمل نهاده‌شده و به دانش مجازسازی اجتماعی که به آن اعتبار شناختی می‌دهد؛ ارزیابی اخلاقی که مجازسازی با ارجاع به نظام‌های آموزشی است و داستان‌سازی<sup>۲</sup> که مجازسازی از طریق داستان‌ها برآورده می‌شود. در گفتمان متکدیان تأکید بر صدقه به‌عنوان رویکردی که مورد توافق طرفین است یعنی مجازسازی با ارجاع به مذهب و نیز سنت کمک به دیگران و همدلی در بین ایرانیان و گاهی اوقات رسوم مذهبی و ملی مثلاً اعیاد و ایام خاص که در آن تکدی‌گری رواج بیشتری دارد و به‌نوعی اعتبار شناختی می‌یابد. این امر در موقعیت‌مداری این گفتمان و نیز در دعاها و داستان‌پردازی‌های متکدیان نمود می‌یابد. ون‌دایک (۲۰۰۸: ج ۹۱) نیز «کنترل ذهنی» را به‌عنوان یکی از روش‌های کنترل و سلطه‌مورد بحث قرار می‌دهد. به‌ادعان وی، چنانچه کنترل کردن گفتمان مهم‌ترین شکل قدرت باشد که اساساً افراد را از نظر ذهنی برای بازتولید سلطه و سلطه‌ی مفروض کنترل می‌نماید، لذا در نظریه‌ی گفتمان‌شناسی انتقادی، منظور از کنترل ذهنی چیزی بیش از تنها کسب عقاید درباره دنیا از طریق گفتمان در ارتباطات می‌باشد. مثلاً دریافت‌کنندگان معمولاً اعتقادات، دانش و نظریات را می‌پذیرند مگر این‌که با عقاید و تجربه شخصی‌شان ناسازگار باشد. چنانچه این نظریات از یک منبع معتبر، مطمئن و قابل اعتماد مانند دانشمندان، متخصصان، افراد حرفه‌ای، یا رسانه‌های قابل اعتماد باشد تمایل به پذیرفته‌شدنش بیشتر می‌شود. در گفتمان متکدیان دیدیم که استفاده از شگردهای به‌کاررفته برای کنترل ذهنی مخاطب

مريض‌نمایی که می‌تواند خود متکدی باشد یا همراه کردن فرد یا افراد مریض یا عییلی از خانواده با خود، موقعیت‌مداری (زمانی و مکانی) یعنی تکدی‌گری در زمان‌ها و مکان‌های خاص که افراد در موقعیت حسی ویژه هستند و زودتر برای کمک و صدقه برانگیخته می‌شوند. آنچه در این گفتمان از منظر فرانش متن قابل توجه است کاربرد ترکیبی این شگردها و تکرار درخواست می‌باشد مثلاً متکدی که در قبرستان یک درخواست مستقیم را همراه با دعایی مرتبط با لحنی اندوهگین مرتباً تکرار می‌کند. مانند «صدقه بده تا هم تو/ این دنیا و اون دنیا پادش بینی».

هم‌چنین در گفتمان متکدیان دو رویکرد کلی دیده می‌شود، اول **بازنمایی** زبانی و غیرزبانی یک مشکل، ناتوانی یا نقص و سپس **توجیه** آن. مشکلات با توجه به درک متکدیان از احساسات خانوادگی و مذهبی افراد مخاطب مطرح می‌شوند. ایرانیان مسلمان در چهارچوب فرهنگی خود برای رفع مشکلات و جلوگیری از پیشامدهای ناگوار به فرهنگ صدقه دادن به افراد فقیر، گرسنه، ناتوان، از کارافتاده، در راه مانده و زنان و کودکان بدسرپرست و بی‌سرپرست باور دارند و این موضوع در گفتمان متکدیان بخوبی بازنمود می‌شود. از طرفی چون فرهنگ کار نیز از ارزش ویژه‌ای برخوردار است، متکدیان از کارافتادگی خود را به شیوه‌های زبانی و غیرزبانی توجیه می‌کنند تا فرد کمک‌دهنده را مجاب به کمک نمایند. از آنجا که تکدی‌گری یک نوع کنش متقابل اجتماعی است که یک سوی آن متکدی است که تقاضای کمک دارد و سوی دیگر، افرادی هستند که به تقاضای متکدی پاسخ مثبت می‌دهند، لذا متکدیان با کاربرد آگاهانه‌ی شیوه‌های متعدد با لحاظ کردن مؤلفه‌های مذهبی و خانوادگی هم بصورت مستقیم در قالب ساخت‌های قسم و درخواست مستقیم و هم غیر مستقیم در قالب شگردهای توجیهی، دلیل‌آوری و مباحثه بصورت ضمنی درخواست‌هایشان را مطرح می‌کنند. لذا با کنش‌های کاربردشناختی بیانی و غیربیانی سعی در کم کردن فاصله با مخاطب و آگاهی دادن به مخاطب در مورد کمبودهایشان دارند (توجیه تکدی‌گری)، چون بخوبی از این امر آگاهند که تکدی‌گری در ذهن مخاطب‌شان امری نکوهیده می‌باشد و نیز به فاصله‌ی قدرتی خودشان با مخاطب‌شان از نظر مؤلفه‌های اجتماعی و اقتصادی. لذا گفتمان متکدیان آکنده از شیوه‌هایی است که از قدرت کلامی و غیرکلامی بهره می‌گیرند تا در سوی برتر کشمکش قدرت و روابط قدرتی در این کنش اجتماعی

1. mini reference manual

2. Mythopoeia

امر را می‌توان در مفهوم «متقاعدسازی» (persuasion) و سنت دوهزار ساله‌ی علوم بلاغی مشاهده نمود. در پایان پیشنهاد می‌شود که مدل ارائه شده در این تحقیق، در گفتمان متکدیان در سایر جوامع زبانی نیز بررسی شود تا تصویر کامل‌تری از این گفتمان در زبان فارسی بدست آید. علاوه بر این، تحلیل گفتمان متکدیان با توجه به مؤلفه‌های اجتماعی مانند سن و جنس نیز در تحقیقی مستقل، می‌تواند نتایج درخوری داشته باشد. هم‌چنین تکدی‌گری مجازی باب تازه و روبه‌رشدی است که تحقیقات مستقلی را می‌طلبد.

سلیمی، زهرا. (۱۳۹۸). بررسی گفتمان متکدیان در زبان فارسی. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه پیام نور.

شکوری، علی. معتمدی، حمید. (۱۳۹۱). مطالعه علل اقتصادی- اجتماعی مؤثر بر پدیده تکدی‌گری؛ مطالعه موردی در شهر مشهد، مجله مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، ۱ (۳): ۳۹-۷۰.

صدری، سید محمد. امیرپور، حیدر. علی پور، حسن. (۱۳۹۸). تکدی در آموزه‌های عرفانی و فقه. عرفان اسلامی (ادیان و عرفان)، ۱۵ (۶۰): ۱۷۴-۱۹۱.

صمصام، حمید. معینی زاده، مهدیه. (۱۳۹۵). شگرد و روش اقناع آن در مثنوی، کنگره بین‌المللی زبان و ادبیات، مشهد. <https://civilica.com/doc/581945>

عزیزی، سیروس. مؤمنی، نگار. (۱۳۸۹). زبان‌شناسی حقوقی؛ رویکردی برای شناسایی و تحلیل زبان مخفی. فصلنامه علمی ترویجی کارآگاه، ۱۲: ۱۳۸-۱۵۲.

ضیایی، ثریا. نوری، سولماز. رادفر، حمیدرضا. (۱۳۹۹). نظریه اقناع رسانه‌ای و بازنمایی آن در عملکرد اطلاعاتی کتابخانه‌ها. رسانه و فرهنگ. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۰ (۱): ۷۹-۱۰۰.

فتحی، شاهین. (۱۳۸۰). بررسی ویژگی‌های متکدیان شهر تهران. وزارت کشور، استانداری تهران، معاونت سیاسی- امنیتی.

فیجانی، معصومه. فلاحی، محمدهادی (۱۳۹۴). اقناع مخاطب: رمز موفقیت یک سخنرانی (بررسی شیوه‌های اقناع در سخنرانی برخی از سخنرانان مشهور). مجموعه مقالات سومین همایش ملی زبان‌شناسی و آموزش زبان فارسی؛ چشم‌انداز پژوهش‌های زبانی در قرن ۲۱، ۱ (۸):

به‌گونه‌ای بکارمی‌رود تا آنها را مجاب به پذیرش سازد، علی‌رغم این‌که نگاه مثبتی به پدیده تکدی‌گری نداشته باشند. علاوه بر این، همان‌طور که ون دایک (همان: ۹۲) اذعان داشته است دریافت‌کنندگان ممکن است دانش و عقاید لازم را برای به چالش کشیدن گفتمان‌هایی که با آن مواجه می‌شوند نداشته باشند که این امر نیز به‌نوبه‌ی خود پذیرش آن گفتمان را تسهیل می‌سازد. انتظار می‌رود که تحلیل‌های ارائه‌شده در این تحقیق بتواند در بالابردن دانش عمومی جامعه مرتبط با گفتمان تکدی‌گری و شیوه‌های اقناع مخاطب در این زمینه سودمند باشد، چراکه در یک بافت خاص، معانی و اشکال معینی از گفتمان تأثیر بیشتری بر ذهن افراد می‌گذارد که این

## منابع

احمدی، محمد. (۱۳۹۳). شیوه‌های اقناع مخاطب در متون فارسی براساس کلیله و دمنه، منطق الطیر، گلستان و بوستان. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم.

ادهمی، جمال. ترکمان، مهدی. دارابی، خدیار. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تمایل متکدیان شهر تهران به ترک تکدی‌گری. پژوهش نامه علوم اجتماعی، ۴ (۱): ۱۲۳-۱۴۴.

اسلامی، شعیب. امیر کاوه، سعید. (۱۳۹۵). روش‌های اقناع مخاطب در نهج البلاغه. فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، ۲۲ (۳): ۱۷۵-۲۱۴.

برزگر، زهرا. پورنجف، حیران. جوادی فر، شراره. مصلح‌پور، فرح (۱۳۹۴). تجارب متکدیان از تکدی‌گری و راه‌های کاهش و درمان آن در جامعه. کنفرانس بین‌المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی،

<https://civilica.com/doc/388115> بینگر، اتولر. (۱۳۷۶). ارتباطات اقناعی. ترجمه‌ی علی رستمی. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

دهخدا، علی اکبر. (۱۳۶۴). لغت نامه. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

خالدی، حامد. (۱۳۹۲). اقناع و متقاعدسازی چه تفاوتی با هم دارند و در چه مواردی بکار می‌روند؟ <http://hamed157.blogfa.com/post/10>

سراج زاده، سیدحسین. آقایی هیر، توکل. خضری، نشمین. (۱۳۹۶). تبریز، شهر بدون گدا: مطالعه جامعه‌شناختی مواجهه شهروندان با پدیده تکدی‌گری، مسائل اجتماعی ایران (دانشگاه خوارزمی)، ۸ (۱): ۲۷-۴۷.

- ۲۶۵-۲۸۳. میرآزادی، شیوا. (۱۳۹۲). بررسی شیوه های اقتناع مخاطب و روش‌های استدلال‌آوری در آثار سعدی. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه لرستان.
- نصرتی نژاد، فرهاد. اخوان بهبهانی، علی. دیپهول، منصور. (۱۳۹۱). تکدی‌گری در ایران: رویه‌ها، روندها و علت‌ها. مجله مطالعات ناتوانی، ۲(۲): ۴۵-۵۴.
- Adriaenssens, S., & Hendrickx, J. (2011). Street-level informal economic activities: estimating the yield of begging in Brussels. *Urban Studies*, 48(1), 23-40.
- Bloor, M., & Bloor, T. (2007). *The practice of critical discourse analysis: An Introduction*. London: Hodder Arnold.
- Darma, D., Malawat, M., & Ridwane, M. (2021). Delineating subjective experiences in the Mardika Market: Self-management of beggars' identities in Moluccas, Indonesia. *Technium Social Sciences Journal*, 26, 607-615.
- Fairclough, N. (1992). Intertextuality in critical discourse analysis. *Linguistic and Education*, 4, 269-293.
- Fairclough, N. (2000). Language and neo-liberalism. *Discourse and Society*, 11 (2): 147-148.
- Fairclough, N. (2003). *Analyzing discourse, textual analysis for social research*. Rutledge: Taylor Francis group.
- Firth, J. R. (1934) Personality and Language in Society. in *Papers in Linguistics*. Fourth Printing. 1964. Oxford: Oxford University Press.
- Halliday, M. A. K., & Mathiessen, C. M. I. (2004). *An introduction to functional grammar* (2<sup>nd</sup> Ed.). London: Edward Arnold.
- Hayati, A. M., & Maniati, M. (2010). Beggars are sometimes the choosers!. *Discourse and Society*, 21(1), 41-57.
- Khan, J. H. (2013). Problem of beggars: A case study. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, 2, 120-174.
- کامکار، مهدیس. (۱۳۸۲). سیاست اجتماعی چیست؟. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۲ (۱۰): ۱۱-۳۰.
- مجدد، امید. غلامی شعبانی، شفق. (۱۳۹۸). روش‌های اقتناع مخاطب در گلستان سعدی. زبان و ادبیات فارسی (دانشگاه خوارزمی)، ۲۷ (۳۱): ۱۷۹-۱۹۳.
- McGregor, S. I.T. (2004). *A critical discourse analysis- A primer*. <http://www.kon.org/archives/forum/151/mcgregorcda.html>
- Martin, J. R., & Wodak, R. (2003). *Re/reading the past: Critical and functional perspectives on time and value*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Matiza, V. (2021). *A discursive analysis of begging discourse by the visually impaired in Zimbabwe*. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/348972299>.
- Olaosun Ibrahim E. (2009). Panhandlers as rhetors: Discourse practices of peripatetic beggars in southwestern Nigeria. *California Linguistic Notes*, XXXIV(2), 1-18.
- Thomas, I., Wareing, S., Singh, I. J., Peccei, S., Thornborrow, J., & Jones, J. (2004). *Language, society and power* (2<sup>nd</sup> Ed.). London: Routledge publication.
- Van Dijk, T. (2008b). Critical discourse analysis and nominalization: Problem or Pseudo- problem? *Discourse & Society*, 19(6), 821-328.
- Van Dijk, T. (2008c). *Discourse and power*. New York: Palgrave Macmillan.
- Willmsen, R. (2020). A critical discourse analysis of discursive representations of begging and homelessness on the London overground. *European Journal of Homelessness*, 14(2), 297-281.
- Wodak, R., & Van. Leeuwen, T. (1999). Legitimizing immigration control: A discourse-historical analysis. *Discourse Studies*, 1(1):83-118.



#### COPYRIGHTS

© 2022 by the authors. Licenses PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)