[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]

[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]

[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

مقالهٔ علمی ـ پژوهشی

روش‌های اقناع مخاطب در *گلستان* سعدی

امید مجد*

شفق غلامی شعبانی**

چکیده

متون حکمی و تعلیمی بخش وسیعی از ادبیات فارسی را تشکیل می‌دهند. بدون‌شک، 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؛ بدین‌معنا که شاعر یا نویسندهٔ این متون می‌کوشد تا با مجاب‌کردن خواننده از نظر فکری، او را به سمت‌وسویی که دل‌خواه نویسنده است بکشاند. روش تحقیق حاضر کتابخانه‌ای و آماری است. این مقاله با بررسی *گلستان* سعدی، شیوه‌های مختلف «تسخیر ذهن خواننده» را استخراج و استنباط و آنها را ذیل چهار دستهٔ کلی و نُه زیرشاخهٔ فرعی تقسیم کرده است که بیشترین بسامد آماری در روش‌های اقناع مخاطب در *گلستان*، با ۳۰ درصد، از آنِ استدلال و سپس تمثیل با بسامد ۲۶/۶ درصد است که دو بعد استدلالی و ادبی ذهن ایرانیان را نشان می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: متون حکمی و تعلیمی، اقناع مخاطب، ذهن مخاطب، *گلستان* سعدی.

*دانشیار دانشگاه تهران Majdomid@ut.ac.ir

**دانش‌آموختهٔ دکتری دانشگاه الزهراء artavahishte@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۷/۵/۶ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۲۰

دوفصلنامهٔ زبان و ادبیات فارسی، سال ۲۷، شمارهٔ۸۶، بهار و تابستان ۱۳۹۸

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

۱. مقدمه

۱. ۱. بیان مسئله

در گذشته، یکی از اهداف مهم سخنوری و خطابه اقناع مخاطب درباب موضوعی بود که درباره‌اش صحبت می‌شد. منظور از اقناع همراه‌کردن مخاطب با گوینده است تا سخنِ گوینده را تأیید کند.

در معنای لغوی اقناع در *فرهنگ معین* آمده است: «۱. قانع‌ساختن، خرسندکردن. ۲. راضی‌کردن، خشنود گردانیدن» (معین، ۱۳۸۲: ذیل واژه)، اما آن معنایی که در ارتباطات و علوم بلاغی از آن برداشت می‌شود، کمی با معنای لغوی متفاوت است. در علم ارتباطات، اقناع عبارت است از: «نفوذیافتن در مخاطبان، به‌منظور نیل به مقاصد خاصی با بررسی و ارزیابی افکار و احساسات آنها» (حسینی پاکدهی، ۱۳۸۱: ۱۰).

به‌تعبیر دیگر، اقناع فرآیندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی و غیرکلامی و رسانه‌ای، افراد را غالباً جهت تغییر رفتار و وادارکردن آنها به عمل معینی تحت تأثیر قرار می‌دهد. هر چند این فرآیند دربردارندهٔ ویژگی روان‌شناختی آزادی است و ترغیب‌شونده احساس می‌کند موافق میل خود، اهداف و رهنمودهای تعیین‌شده را می‌پذیرد، متضمن نوعی فشار روانی نیز هست که در مسیر ترغیب، میان منطق و استدلالِ منطقی به هیجان‌ها متوسل می‌شود.

ارسطو، فیلسوف یونان باستان، خطابه را معادل شیوه‌های اقناعی می‌داند: «خطابه را می‌توانیم قوهٔ ذهنی درنظرگرفتن وسائل اقناعی موجود در هر قضیه‌ای تعریف کنیم» (ارسطو، ۱۳۷۱: ۲۳).

اقناع، چنان‌که توضیح داده خواهد شد، یکی از مهم‌ترین اهداف خطابه‌ها بوده: «یونانیان، فن خطابه را رتوریقا و ذیفن، یعنی خطیب، را رتور می‌نامیدند و لفظ رتوریک در زبان فرانسه و انگلیسی از همین ریشه است که به معانی و بیان اطلاق می‌شود» (پاشاصالح، ۱۳۸۳: ۱۴).

اهمیت خطابه به‌شیوهٔ اقناعی در یونان باستان به این دلیل بود که قدرت اقناعی سخنوری در میزان قدرت افراد نقش داشت. هر که در همراه‌کردن مخاطبان با خود توانمندتر بود، قدرت بیشتری به‌دست می‌آورد. به‌همین‌دلیل، سوفیست‌ها سعی می‌کردند به هر طریقی، حتی سفسطه، مخاطب را با خود همراه سازند. هر کدام از خطیبان باستانی از شیوه‌های اقناعی مخصوص به خود استفاده می‌کردند، اما هیچ‌کدام فنون و قواعد آن را دسته‌بندی نکردند.

کسی که واقعاً سر و صورتی به این فن داد، ظاهراً یکی از دانشمندان سیراکوس موسوم به کراس بوده است و در حدود ۴۴۶ روش خود را بیان کرد. قواعدی چند به زبان ساده برای تنظیم عرض حال به سبک منظم و مؤثر به رشتهٔ تحریر درآورد و با تهیهٔ استخوان‌بندی دادخواست‌ها، فن سخنوری را بنیاد نهاد (همان، ۱۶).

منظور از فن سخنوری همان شیوهٔ اقناعی سخن بوده که علاوه‌بر ادبیات شفاهی، در ادبیات مکتوب نیز اهمیت ویژه‌ای داشته است. «فن خطابه، همیشه مثال‌هایش را از ادبیات آورده و بسیار از اقوال شاعران و نمایش‌نامه‌نویسان نقل کرده؛ زیرا این مزیت را داشته‌اند که اغلب کوتاه و به‌یادماندنی و شاید "پیشاپیش آشنا" بوده‌اند» (دیسکون، ۱۳۸۹: ۶۰).

بعد از سیراکوس، شاگردانش راه او را ادامه دادند تا اینکه ارسطو کتاب *فن خطابهٔ* خود را نوشت و قواعد فن سخنوری و اقناع را تشریح کرد. او در کتاب *فن خطابه* سه شیوهٔ اقناعی را برشمرده است: «گونهٔ اول به سرشت خطیب بستگی دارد، گونهٔ دوم مربوط به قراردادن شنونده در چهارچوب فکری مشخص است و گونهٔ سوم که به دلیل یا شبه‌دلیل اتکا دارد، در الفاظ خود خطابه مستتر است» (ارسطو، ۱۳۷۱: ۲۴) و به‌دنبال آن، سه ویژگی خطیب با کلام اقناعی را برمی‌شمرد: «پس سه نوع وسیلهٔ مؤثر اقناعی موجود است و کسی که آنها را در اختیار دارد، به‌وضوح باید قادر باشد که: ۱. دلایل منطقی بیاورد. ۲. سرشت و خوی انسانی را که به‌صورت مختلف متجلی می‌شود، دریابد. ۳. احساسات و عواطف بشری را درک کند؛ یعنی بتواند به آنها نام دهد و وصفشان کند و علت به‌وجودآمدن و طریقهٔ برانگیخته‌شدن آنها را دریابد» (همان، ۲۵).

طبق این دسته‌بندی‌ها، سه وسیلهٔ اقناعی کلام مشخص می‌شود که دربارهٔ آن توضیح داده خواهد شد. بعد از گذراندن دورهٔ باستانی یونان و روم، دیگر سخنوری اهمیت پیشین را نداشته است. «پس از دورهٔ رومی‌ها، فن سخنوری وارد مرحلهٔ انحطاط می‌شود» (پاشا صالح، ۱۳۸۳: ۱۹) و سخنوری اهمیت کمتری نسبت به گذشته پیدا می‌کند. به‌ویژه در قرون وسطی ضعف عمده‌ای در سخنوری‌ها تا زمان لوتر، پروتستان‌ها و جنبش‌هایی دیده می‌شود که به گذر از قرون وسطی می‌انجامد. بعد از قرون وسطی، تا زمان حال دوباره در کشورهای مختلف اروپایی و آمریکایی فن سخنوری اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. به‌طور خلاصه، می‌توان گفت در طول تاریخ، بشر برای جلب‌نظر و اقناع مخاطب، بسیار تلاش کرده و در پی آن بوده تا بتواند روش‌های بهتری برای تأثیرگذاری بیابد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

چهارچوب‌های نظری فنون اقناع را نخستین‌بار ارسطو پی‌ریخت و در کتاب *فن خطابه* اصول اولیهٔ اقناع مخاطب را تجزیه و تحلیل کرد. پس از وی، دیگر خطیبان و نظریه‌پردازان چون سیسرون و کوئین‌تلیان در این زمینه تحقیق کردند و نظریهٔ اقناع ارسطو را شرح و بسط دادند (مؤذنی و احمدی، ۱۳۹۳: ۹۳).

کم‌کم، نظریه‌پردازان غربی در زمینهٔ بلاغت به "رتوریک" اهمیت دادند. رتوریک چگونگی استفاده از کلام برای اقناع مخاطب است.

۱. ۲. پیشینهٔ تحقیق

دربارهٔ روش‌های اقناع در منطق و فن خطابه آثار زیادی از قدیم وجود دارد. امروزه، این موضوع بیشتر در علوم ارتباطات و علوم بلاغی تحت عنوان رتوریک دیده می‌شود که مبانی و روش‌های آن در این مقاله آمده است. مقاله‌ای با عنوان «درآمدی بر فرآیند جایگاه اقناع در فن خطابه و مطالعات ادبی» نوشتهٔ علی‌محمد مؤذنی و محمد احمدی در *پژوهشنامهٔ نقد ادبی و بلاغت* چاپ شده که در آن تاریخچهٔ توجه به اقناع و کلام اقناعی شرح داده شده است.

مقالهٔ دیگری با نام «روش اقناع مخاطب در *نهج‌البلاغه*» نوشتهٔ سعید امیرکاوه و شعیب اسلامی، ابتدا دربارهٔ اهمیت اقناع صحبت کرده، سپس، اقناع را به دو دستهٔ کلامی و غیرکلامی تقسیم کرده و در نهایت، اقناع کلامی *نهج‌البلاغه* را بررسی کرده است. این دو مقاله می‌تواند آغازی برای مطالعهٔ کسانی باشد که قصد تحقیق در متون دیگر را با این روش دارند.

اما شیوه‌های اقناعی *گلستان* سعدی تاکنون بررسی نشده و در کتاب‌های بلاغی ادبیات فارسی دربارهٔ اقناع در ادبیات آثار تحقیقی کمی نوشته شده است.

۱. ۳. ضرورت و اهمیت تحقیق

از میان اصول و قواعد خطابه، بیشترین میزان اهمیت مربوط به میزان تأثیرگذاری کلام یا به‌عبارتی قدرت اقناعی آن بوده است و با توجه به اهمیت استفاده از فنون بلاغت و فصاحت در ادبیات، گونه‌های کلام اقناعی در آثار ادبی بسیار یافت می‌شود. «بلاغت به‌معنی رسایی سخن و وسیلهٔ اقناع و ترغیب موضوع فن خطابه است» (پاشا صالح، ۱۳۸۳: ۴۰). ارسطو تا حدی ابزارهای اقناعی را شرح داده است:

> درخصوص اقناعی که به‌وسیلهٔ دلیل یا شبه‌دلیل کسب می‌شود: همان‌طور که در جدل از طرفی استقرا و از طرف دیگر قیاس منطقی یا شبه قیاس منطقی وجود دارد، در خطابه نیز چنین حالت است. «مثال»، «استقرا» است و «قیاس ضمیر»، «قیاس منطقی» و «شبه‌قیاس ضمیر»، نیز «شبه‌قیاس منطقی» است. من قیاس ضمیر را «قیاس منطقی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

خطابه‌ای» و مثال را «استقرای خطابه‌ای» نام می‌گذارم. هرکس که اقناع را به‌موجب دلیل، عملی می‌سازد، در واقع قیاس ضمیر یا مثال به‌کار می‌برد (ارسطو، ۱۳۷۱: ۲۵).

پس روش‌های اقناعی که ارسطو برشمرده، به‌طور خلاصه عبارت است از:

۱. استدلال بر پایهٔ قیاس در علم منطق؛

۲. استقرا یعنی از جزء به کل رفتن که مثال‌آوردن یا تمثیل نیز جزئی از آن است.

علاوه‌بر این دو روش، صورتی از اقناع در ادبیات تعلیمی وجود دارد؛ زیرا بر موضوع اخلاق و زندگی اخلاقی استوار شده است و طبق نظر ارسطو، هم به ذات و سرشت گوینده و شنونده مربوط است و هم افراد دیگر؛ حتی معاصران، آن را جزء شروط کلام اقناعی می‌دانند. «آثار اخلاقی که صریحاً قصد اقناع ما را در مورد فضیلت‌ها دارند و اشعار تعلیمی که به ما عملاً آموزش می‌دهند، انواع ادبی دیگری هستند که ادبیات و خطابه در آنها همکاری می‌کنند» (دیکسون، ۱۳۸۹: ۶۴).

در دوران جدید، علاوه‌بر کتاب‌های بلاغی، کتاب‌های علوم ارتباطات نیز دربارهٔ ویژگی‌های کلام اقناعی نظریه‌پردازی کرده‌اند؛ برای مثال، کاظم متولی ویژگی‌های یک فرآیند ارتباطی اقناعی را این‌گونه برشمرده است:

۱. هدف و نیت خیر ۲. نه سیاه، نه سفید، خاکستری ۳. صداقت ۴. صراحت ۵. منفعت ۶. مستند و مستدل ۷. معقول و منطقی ۸. فراکلیشه‌ای ۹. هم‌ترازی با مخاطب (مخاطب‌شناسی) ۱۰. مرغوبیت و حقانیت ۱۱. دوسویگی و تعاملی ۱۲. تربیت و نظم ۱۳. اخلاق انسانی ۱۴. زبان آشنا ۱۵. ابزار مناسب ۱۶. منشأ شروع ۱۷. آراستگی و پیراستگی (ر.ک: متولی، ۱۳۸۴: ۱۵۱-۲۰۶).

در میان این ویژگی‌ها استدلال، منطق، زبان آشنا، هدف و نیت خیر، صداقت و صراحت، همگی، در کلام ارسطو با زبانی دیگر بیان شده بود. با نگاه به دیگر ویژگی‌ها، مطابقت دقیق آنها با اهدافی که در ادبیات تعلیمی فارسی وجود داشته کاملاً مشخص است.

برخی از فیسلوفان غربی اعتقاد دارند که مسیر رسیدن به هدف در هر مسئله‌ای، از خود آن مسئله اهمیت بیشتری دارد؛ بنابراین، مسیری که در آثار ادبی به اقناع مخاطب منتهی می‌شود دارای اهمیت است. «وبر معتقد بود که تمرکز عقلانیت علمی، عمدتاً، بر ابزارها و شیوه‌ها و به‌طور کلی طریق وصول به نتایج است و نه بر اهداف. لذا می‌توان گفت عقل ابزاری قادر است دربارهٔ شیوهٔ بهتر زندگی‌کردن به ما چیزی بیاموزد» (جاوید، ۱۳۹۰: ۵۲).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

ادبیات تعلیمی نیز با داشتن هدف آموزش مهم‌ترین نکات اخلاقی، علاوه‌بر تأمین نیاز انسان‌ها به شنیدن کلامی هم‌سو با سرشت انسانی، از ابزار استدلال، منطق، استقرا و تمثیل، از نظر بلاغی نیز به اهداف اقناعی خود رسیده و این‌گونه است که این متون چنان تأثیری بر مخاطبان گذاشته‌اند که حتی تمثیل‌های خودساختهٔ نویسندگان این متون، بعدها به‌صورت ضرب‌المثلی مورد اعتماد برای اقناع مخاطبان به‌کار رفته‌اند.

از جمله نویسندگانی که از این روش‌ها بهره برده‌اند سعدی شیرازی است که همواره به‌دنبال اقناع مردم زمان خویش بوده است. در بیان سخن سعدی، انگیزه‌ای چون عقل حکیمانه و اندیشه‌ای عمیق در کار بوده که بر ذهن و دل او حقایق علمی محض را ثبت کرده است. سعدی به‌دلیل برهان استوار و نیروی اقناع و نبوغ بی‌مانندش در بدیهه‌گویی از شیوه‌های مختلف اقناعی فراوان استفاده کرده است و تجلی کامل این امتیاز، در *گلستان* به‌روشنی مشاهده می‌شود. ازآنجاکه آثار سعدی گنجینهٔ ادبی ویژه‌ای محسوب می‌شود و *گلستان* سعدی نیز جایگاه والایی در شناساندن انواع سازوکارهای اقناعی و ابعاد کاربردشناختی آن دارد.

۱. ۳. روش تحقیق

در این مقاله، که به روش کتابخانه‌ای و آماری تدوین شده، روش‌های اقناعی کلام و تسخیر ذهن با تکیه بر *گلستان* سعدی بررسی می‌شوند. این مقاله می‌تواند با پاسخ به این سؤال‌ها راه را برای تحقیق دربارهٔ این شیوه‌ها و شیوه‌های دیگر کلام اقناعی در متون مختلف دیگر به‌ویژه متون ادبیات تعلیمی باز کند:

۱. در *گلستان* از چه شیوه‌هایی برای اقناع مخاطب استفاده شده است؟

۲. از هر کدام از این شیوه‌ها تا چه حد بهره گرفته شده است؟

۲. شیوه‌های کلام اقناعی در *گلستان* سعدی

سعدی، با قدرت شاعری و نویسندگی‌اش، از روش‌های مختلفی برای بیان مفاهیم اخلاقی و تعلیمی بهره گرفته است تا بتواند مخاطب را با خود همراه و موافق سازد. این روش‌ها گاه جنبهٔ روان‌شناختی دارد و گاهی در آنها از شیوه‌های زبانی و کلامی بهره برده شده است.

در *گلستان* سعدی، که یکی از مهم‌ترین کتاب‌های ادبیات تعلیمی فارسی است، بیشتر از دو روش استدلال و تمثیل برای اقناع مخاطب بهره گرفته شده است. گاه این تمثیل‌ها از

دیگران گرفته شده و گاهی محصول کارگاه اندیشهٔ سعدی است و در استدلال‌ها نیز گاهی از شکل ادبی آن یعنی حسن تعلیل استفاده شده است، چنان‌که در ادامه خواهد آمد:

۲. ۱. استفاده از تمثیل

در تعریف تمثیل آمده است: «تمثیل یکی از مباحث منطقی است و نوعی استدلال و استنتاج به‌حساب می‌آید. منطق‌دانان اقسام استدلال را که در آن ذهن از قضایای معلوم به قضیه‌ای مجهول می‌رسد به حصر عقلی سه قسم دانسته‌اند: قیاس، استقرا و تمثیل». (خندان، ۱۳۸۱: ۲۵۳). سعدی از دو نوع تمثیل برای اقناع مخاطب بهره برده است که در ادامه می‌آید:

۲. ۱. ۱. تمثیل بر مبنای رخدادهای تاریخی

در این شیوه، نویسنده یا شاعر با اشاره به آنچه قبلاً روی داده است، مطلب خود را به اثبات می‌رساند. مثلاً، برای اینکه نشان دهد «هنر» برتر از «گوهر» است، به دو مصداق کنعان و ابراهیم (ع) و پدرانشان اشاره می‌کند:

چو کنعان را طبیعت بی‌هنر بود — پیمبرزادگی قدرش نیفزود
هنر بنمای اگر داری نه گوهر — گل از خارست و ابراهیم از آذر
(سعدی، ۱۳۸۱: ۱۸۰)

✳برای باورمندکردن مخاطب به عدم تعجیل در دانستن مطلبی و حکیمانه‌بودن صبر در پرسش، از ماجرای لقمان و داوود بهره می‌برد:

چو لقمان دید کاندر دست داوود — همی آهن به معجز موم گردد
نپرسیدش چه می‌سازی که دانست — که بی‌پرسیدنش معلوم گردد
(همان، ۱۸۵)

✳نکوهش دروغ‌گویی با تمثیل برادران یوسف همراه می‌شود: «دروغ‌گفتن به ضربت لازم ماند که اگر نیز جراحت درست شود نشان بماند، چون برادران یوسف که به دروغی موسوم شدند، نیز به راست‌گفتن ایشان اعتماد نماند» (همان، ۱۸۶).

۲. ۱. ۲. استفاده از تمثیل‌های خودساخته برگرفته از شئون فرهنگی-اجتماعی محیط زندگی

✳بی‌ارجی عالم در جمع جاهلان را به بی‌ارجی قرآن نزد کافران و شاهد نزد کوران تشبیه می‌کند:

عالم اندر میان جاهل را — مثلی گفته‌اند صدیقان
شاهدی در میان کوران است — مصحفی در سرای زندیقان
(همان، ۱۸۰)

✳لزوم همراهی درشتی و نرمی را با تمثیل رگزن به مخاطب می‌قبولاند:

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

درشتی و نرمی به هم در به است چو فاصد که جراح و مرهم‌نه است
(همان، ۱۷۳)

✳بادکردن احمق از شنیدن ستایش با تمثیل بادکردن لاشه همراه است: «احمق را ستایش خوش آید، چون لاشه که در کعبش دمی فربه نماید» (همان، ۱۷۵). «تلمیذ بی‌ارادت عاشق بی‌زر است و روندهٔ بی‌معرفت مرغ بی‌پر و عالم بی‌عمل درخت بی‌بر و زاهد بی‌علم خانهٔ بی‌در» (همان، ۱۸۳).

✳از تمثیل «ناشناخته‌بودن انسان زیر چادر» برای مجاب‌کردن مخاطب به اینکه هر خوش‌زبانی لزوماً درست‌کار نیست استفاده می‌کند: «نه هر که در مجادله چست، در معامله درست:

بس قامت خوش که زیر چادر باشد چون باز کنی مادر مادر باشد
(همان، ۱۷۷)

۲. ۲. استفاده از استدلال‌های منطقی: استقلال منطقی به سه قسم تقسیم می‌شود: نخست مصادره به مطلوب، دوم استفاده از وقایع طبیعی، سوم استدلال‌های بدیع که از ذهن خلاق شاعر یا نویسنده تراوش می‌کند.

۲. ۲. ۱. مصادره به مطلوب

آن است که صاحب اثر برای اثبات مطلب خود موضوعی را پیش می‌کشد که ارتباطی با آن ندارد، ولی با بهره‌گیری هنرمندانه از آن، طوری وانمود می‌کند که گویی سخن دوم اثبات سخن اول است؛ یا اینکه نویسنده موضوعی را اثبات‌شده می‌داند و تنها درصدد اثبات آن سخن ازپیش‌تعیین‌شده برای مخاطب است.

«این مغالطه وقتی صورت می‌گیرد که شخص نتیجهٔ استدلال (مطلوب) را که باید اثبات شود اثبات‌شده فرض کند. تعریف دیگر این مغالطه این است که شخص در مقدمات استدلال، از همان نتیجه‌ای که درصدد اثبات آن است استفاده کند» (خندان، ۱۳۸۱: ۳۴۲).

قضا دگر نشود گر هزار ناله و آه به کفر یا به شکایت برآید از دهنی
فرشته‌ای که وکیل است بر خزاین باد چه غم خورد که بمیرد چراغ پیرزنی
(همان، ۱۸۲)

✳سخن اصلی بر سر آن است که دعا و نفرین تأثیری در مقدرات آدمی ندارد، ولی برای اثبات این موضوع، به یک پدیدهٔ فیزیکی که «خاموشی شمع در اثر وزش باد» است اشاره و بدین‌ترتیب مطلوب را مصادره و مخاطب را اقناع کرده است.

وامش مده آنکه بی‌نمازست گرچه دهنش ز فاقه بازست

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

کو فرض خدا نمی‌گذارد از قرض تو نیز غم ندارد
(همان، ۱۸۱)

سعدی توصیه می‌کند به هر کس نماز نمی‌خواند پول قرض ندهید، حتی اگر گرسنه باشد. او می‌داند که خوانندهٔ متن به‌سادگی چنین پندی را نخواهد پذیرفت؛ ازاین‌رو، با آوردن این استدلال که بی‌نماز قرض خدا را نمی‌دهد پس قرض انسان‌ها را هم پس نخواهد داد، سعی در مجاب‌کردن ذهن خواننده دارد. مصادره به مطلوب این مثال آنجاست که برخلاف ادعای سعدی، هیچ دلیل قانع‌کننده‌ای وجود ندارد که اگر کسی نمازخوان نباشد پول مردم را هم پس ندهد. آیا واقعاً هرکس نماز نخواند قرض مردم را باز نخواهد گرداند؟

✳«زمین را از آسمان نثارست و آسمان را از زمین غبار، کل اناء یترشح بما فیه.

گرت خوی من آمد ناسزاوار تو خوی نیک خویش از دست مگذار
(همان، ۱۸۸)

هدف سعدی آن است که بگوید در مقابل بدی دیگران هم نیکی کن و از ویژگی برخاستنِ غبار از زمین به آسمان مثال می‌آورد؛ بدین‌معنا که زمین را در موقعیتی کاملاً منفی، که کاری جز غبارپراکنی ندارد، قرار داده و آسمان را در وضعیتی کاملاً مثبت که باران خودش را رایگان به زمین می‌بخشد تصویر کرده است. حال آنکه، در عالم طبیعی و واقعی، زمین گاهی غبارافشانی می‌کند اما پیوسته در حرکتی مثبت، آب‌های خود را از طریق تبخیر به آسمان می‌دهد و بارانی که از آسمان فرومی‌ریزد، در واقع، نه بخششی رایگان از آسمان، که بازگرداندن آب خود زمین به اوست. بااین‌حال، قلم شاعر ذهن «مستعد تغییر خواننده» را با همین مثال نادرست قانع می‌کند که "به کسی که با تو بدی کرده نیکی کن" (البته، این مثال می‌تواند با حالت بعدی یعنی استدلال از طریق وقایع طبیعی تا حدودی مشترک باشد).

مثال‌های دیگر: «ده آدمی بر سفره‌ای بخورند و دو سگ بر مرداری با هم به‌سر نبرند» (همان، ۱۷۵). «بی‌هنران هنرمند را نتوانند که بینند، همچنان که سگان بازاری سگ صید را مشغله پیش آرند و پیش‌آمدن نیارند» (همان، ۱۷۸).

۲. ۲. ۲. استدلال از طریق وقایع طبیعی

در این روش، شاعر با استفاده از اتفاقات جهان طبیعت راهی بر اثبات سخن خود می‌گشاید و آن را به خواننده می‌قبولاند.

از آن کز تو ترسد بترس ای حکیم وگر با چون او صد برآیی به جنگ
از آن مار بر پای راعی زند که ترسد سرش را بکوبد به سنگ

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

نبینی که چون گربه عاجز شود درآرد به چنگال، چشم پلنگ؟
(همان، ۶۵)

برای توجیه «لزوم ترسیدن از کسی که از انسان می‌ترسد»، دو دلیل از وقایع طبیعی آورده است: یکی گزیده‌شدن چوپان توسط مار، چون مار از کشته‌شدن خود به‌دست چوپان می‌ترسد و دیگری هجوم‌آوردن گربهٔ ضعیف ولی ناچار به پلنگ قوی.

خامشی به که ضمیر دل خویش با کسی گفتن و گفتن که مگوی
ای سلیم آب ز سرچشمه ببند که چو پر شد نتوان بستن جوی
(همان، ۱۷۱)

پدیدهٔ طبیعی بیت دوم، سندی برای صحت ادعای بیت اول قرار گرفته است.

✳«هر چه زود برآید دیر نپاید.

مرغک از بیضه برون آید و روزی طلبد و آدمیزاده ندارد خبر و عقل و تمیز
آنکه ناگاه کسی گشت به جایی نرسید وین به تمکین و فضیلت بگذشت از همه‌چیز
آبگینه همه‌جا هست ازآن قدرش نیست لعل دشخوار به‌دست آید از آن است عزیز»
(همان، ۱۷۶)

سخن سعدی دربارهٔ آن است که هر چه زود انجام می‌شود، ماندگاری نخواهد داشت و این ادعای خود را با تأکید بر تفاوت بین جوجهٔ ماکیان و بچهٔ انسان اثبات می‌کند. این مثال می‌تواند جزء مصادره به مطلوب هم قرار گیرد؛ چراکه رشد سریع جوجه و چیزی‌نشدن او دلیل قاطعی بر «هر چه زود برآید دیر نپاید» نیست.

نرود مرغ سوی دانه فراز چون دگر مرغ بیند اندر بند
پند گیر از مصائب دگران تا نگیرند دیگران به تو پند
(همان، ۱۸۷)

واقعهٔ طبیعی بیت اول دلیلی برای بیت دوم شده است. سرانجام:

پسندیده است بخشایش ولیکن منه بر ریش خلق‌آزار مرهم
ندانست آنکه رحمت کرد بر مار که آن ظلم است بر فرزند آدم
(همان، ۱۷۳)

زکات مال به در کن که فضلهٔ رز را چو باغبان بزند بیشتر دهد انگور
(همان، ۱۰۸)

زکات اضافهٔ مال و پرداختش واجب است. اگرچه طبق اعتقادات دینی پرداخت زکات موجب برکت و افزونی مال می‌شود، خارج از این باور دینی، دلیل فیزیکی و علمی‌ای بر

صحت آن وجود ندارد. سعدی با تیزهوشی خاصیت مادی و ملموس رز را مصادره به مطلوب کرده و آن را مشبه‌به زکات قرار داده تا سخنش را در ذهن خواننده تثبیت کند.

۲. ۲. ۳. استدلال‌های بدیع

در این روش، صاحب قلم استدلالی را از ذهن نقاد خود بیرون می‌کشد و آن را دست‌مایهٔ اثبات ادعای خود قرار می‌دهد.

شکر خدای کن که موفق شدی به خیر — ز انعام و فضل خود نه معطل گذاشتت
منت منه که خدمت سلطان همی کنی — منت شناس از او که به خدمت بداشتت
(همان، ۱۷۰)

بیت دوم دلیلی است که هوش شاعر آن را انتزاع کرده و برای تثبیت بیت اول به‌کار برده است. توضیح بیشتر اینکه، کسی که به پادشاه خدمت می‌کند باید خوشحال باشد که شاه او را به دربار خود راه داده، نه اینکه بخواهد منتی بر سر پادشاه بگذارد. بر همین قیاس هم بنده‌ای که توفیق کار خیر پیدا می‌کند باید سپاسگزار باشد که خداوند چنین فرصتی را در اختیارش نهاده، نه اینکه بر سر پروردگار منت نهد که فلان کار خیر را برای رضای تو می‌کنم.

✳در سرزنش نادان پرحرف:

خری را ابلهی تعلیم می‌داد — بر او بر صرف کرده وقت، دائم
یکی گفتش که ای نادان چه کوشی؟ — در این سودا بترس از لوم لائم
نیاموزد بهائم از تو گفتار — تو خاموشی بیاموز از بهائم
(همان، ۱۷۷)

شاعر با تشبیه پنهان نادان پرگو به خر، از او می‌خواهد که همانند خر دهان ببندد و سخن نگوید.

۲. ۳. حسن تعلیل

سومین شگرد از شگردهای اقناع ذهن مخاطب، صنعت بدیعی حسن تعلیل است که می‌تواند به دو حالت به‌کار رود:

۲. ۳. ۱. حسن تعلیل با پدیده‌های طبیعت

گر هنرمندی از اوباش جفایی بیند — تا دل خویش نیازارد و در هم نشود
سنگ بدگوهر اگر کاسهٔ زرین بشکست — قیمت سنگ نیفزاید و زر کم نشود
(همان، ۱۷۹)

بیت دوم حسن تعلیلی بر ادعای بیت اول است که مبنای آن پدیدهٔ طبیعی ارزشمندتربودن طلا نسبت به سنگ است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

✳در اثبات برتری فضائل اکتسابی بر اصل و نسب می‌فرماید: «خاکستر نسبی عالی دارد که آتش جوهری علوی است، ولیکن چون به نفس خود هنری ندارد با خاک برابرست و قیمت شکر نه از نی است که آن خود خاصیت وی است» (همان، ۱۸۰).

✳در پرهیز از نرم‌خویی با درشت‌خویان، با حسن تعلیلی دیگر از پدیده‌های طبیعی سخن را در دل مخاطب می‌نشاند:

سخن به لطف و کرم با درشت‌خوی مگوی — که زنگ‌خورده نگردد به نرم سوهان پاک

(همان، ۱۸۶)

۲. ۳. ۲. حسن تعلیل در قالب حکایت روایی بسیار کوتاه

در این نوع از حسن تعلیل، ادعای مطرح‌شده با دلیلی که به‌صورت داستانکی بسیار موجز بیان شده اثبات می‌شود.

✳«درویش ضعیف‌حال را در خشک‌سال مپرس چونی، الا به‌شرط اینکه مرهم ریشش بنهی و معلومی پیشش.

خری که بینی و باری به گل درافتاده — به دل بر او شفقت کن ولی مرو به سرش
کنون که رفتی و پرسیدی‌اش که چون افتاد، — میان ببند و چو مردان بگیر دمب خرش

(همان، ۱۸۲)

در دو بیت شعر، خواننده می‌تواند صحنهٔ درگل‌افتادن خر و حیرانی صاحب بار و مکالمهٔ بیهودهٔ رهگذری را که احوال صاحب بار و خرش را می‌پرسد، ولی کمکی نمی‌کند، در ذهن مجسم کند؛ گویی داستانی را مرور می‌کند.

مثالی دیگر:

حکایت بر مزاج مستمع گوی — اگر دانی که دارد با تو میلی
هر آن عاقل که با مجنون نشیند — نباید کردنش جز ذکر لیلی

(همان، ۱۸۵)

بیت دوم حسن تعلیلی برای بیت اول است و داستانکی موجز را در ذهن خواننده تصویر می‌کند که مجنون در تنهایی نشسته و عاقلی در حال گفت‌وگو با اوست و سخن جز سخن لیلی می‌گوید و... . نمونهٔ دیگر:

چو حق معاینه دانی که می‌بباید داد — به لطف و عافیت آن به که زجر و دلتنگی
خراج اگر نگزارد کسی به طیبت نفس — به قهر از او بستانند و مزد سرهنگی

(همان، ۱۸۹)

بیت دوم تصویر وصول مطالبات دولتی و اجرائیات و بداخلاقی‌های ضابطان را به ذهن متبادر می‌کند.

۲. ٤. استفادهٔ آشکار و پنهان از پیشینهٔ مکتوب باورهای فرهنگی

این شگرد نیز در دو دسته طبقه‌بندی می‌شود: یکی استفاده از آیات و احادیث، و دیگری استفاده از باورهای عمومی جامعه.

۲. ٤. ۱. استفاده از قرآن و حدیث

استفاده از این روش نسبت به دیگر روش‌ها از بسامد زیادی برخوردار است. در این شیوه، استفاده از آیات و احادیث ممکن است آشکار یا پنهان باشد که در سخن سعدی غالباً پنهان است:

نه محقق بود نه دانشمند چارپایی بر او کتابی چند

(همان، ۱۷۰)

اشاره به آیهٔ پنجم سورهٔ توبه: «**مثل الذین حملوا التوراة ثم لم یحملوها کمثل الحمار یحمل اسفارا....**»:

«هر که ترک شهوت از بهر خلق داده، از شهوتی حلال در شهوتی حرام افتاده» (همان، ۱۸۰).

«**کُلّ رئاءٍ شِرْکٌ إنّه مَنْ عَمِلَ لِلنّاسِ کان ثَوابُهُ عَلَی النّاسِ و من عَمِلَ لله کان ثوابُهُ عَلَی الله**»: «هرگونه ریایی شرک است، هرکس برای مردم کار کند پاداشش به‌عهدهٔ مردم است و هر کس برای خدا کار کند ثوابش بر خداست» (مکارم شیرازی، ۱۳۸۰/ ۱۳: ۴۰۷).

✳«دو چیز محال عقل است: خوردن بی‌رزق مقسوم و مردن پیش از وقت معلوم» (سعدی، ۱۳۸۱: ۱۸۲) که اشاره به آیهٔ دوم سورهٔ انعام و اجل مسمی دارد: «**هو الذی خلقکم من طین ثم قضی اجلا و اجل مسمی عنده**»؛ نیز اشاره دارد به آیهٔ ۳۲ سورهٔ زخرف دربارهٔ رزق مقسوم که: «**نحن قَسَمْنا بَینَهُم مَعیشَتَهُم فِي الحَیوة الدُّنیا وَ رَفَعْنا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْض دَرَجات**»: «ما تقسیم کردیم بین آنها معیشت‌ها و وسائل مورد نیاز در زندگی دنیوی را و بعضی را بر بعضی دیگر از حیث مال و جاه برتری دادیم».

✳«به نانهاده دست نرسد و نهاده هر کجا هست برسد» (همان، ۱۸۳) شبیه این سخن امام علی(ع) است: «**و قدّر الارزاق فکثّرها و قلّلها و قسّمها علي الضیق والسعه**»: «خداوند ارزاق را مقدّر ساخته و زیاد و کم نموده و برحسب تنگی و وسعت معیشت آن را تقسیم کرده است» (*نهج‌البلاغه*، خطبهٔ ۹۱).

۲. ٤. ۲. استفاده از باورهای عمومی

✳در اثبات اینکه صاحبان فضیلت از نعمت محروم‌اند گوید:

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

آنکه حظ آفرید و روزی داد یا فضیلت همی دهد یا بخت

(سعدی، ۱۳۸۱: ۱۸۹)

*در نکوهش بدرفتاری با پدر و مادر از نحوهٔ تولد عقرب، که باوری عمومی است، مثال می‌آورد: «کژدم را ولادت معهود نیست، چنان‌که دیگر حیوانات را، بل احشای مادر بخورند و راه صحرا گیرند. حکیمی بشنید و گفت: «دل من بر صدق این سخن گواهی می‌دهد. در کودکی با مادر چنان کرده‌اند، لاجرم در بزرگی چنین مقبل‌اند و محبوب» (سعدی، ۱۳۸۱: ۱۵۸).

*در تفاوت تأثیر تربیت‌پذیری نیز از باور عمومیِ تأثیر تابیدن سهیل سخن می‌گوید:

بر همه عالم همی تابد سهیل جایی انبان می‌کند جایی ادیم

(همان، ۱۵۷)

سهیل ستاره‌ای است درخشان که در ایران در اواخر تابستان دیده می‌شود. قدما خوش‌رنگی برخی میوه‌ها مانند سیب و خوش‌بویی برخی ابزار مانند ادیم را از اثر تابش سهیل می‌دانستند.

۳. نتیجه‌گیری

در متون حکمی و تعلیمی، برای تسخیر ذهن مخاطب و همراه‌کردن او با نویسنده یا شاعر می‌توان از چهار روش کلی و نُه روش منشعب از آن استفاده کرد. اگرچه این قواعد کمابیش در همهٔ متون تعلیمی یکسان‌اند، برای یافتن نتیجهٔ شفاف‌تر، هر شیوه را در بخش‌هایی از متون تشریح کردیم و به‌طور نسبی به این نتیجه رسیدیم که بسامد تقریبی هر شیوه به این میزان است:

* کاربرد تمثیل به‌طورکلی: ۲۶/۶ درصد
* کاربرد انواع استدلال: ۳۰ درصد
* کاربرد انواع حسن تعلیل: ۱۸/۴ درصد
* کاربرد پیشینهٔ مکتوب باورهای فرهنگی: ۲۵ درصد

همچنین، در آمار جزئی‌تر، کمترین روش متعلق به حکایت بسیار کوتاه است که فقط شش‌صدم درصد (۰/۰۰۶٪) روایی داشت و بیشترین بسامد با ۲۰ درصد متعلق به آیات و احادیث است که تأثیر فراوان دین بر اهل قلم را نشان می‌دهد.

از آمار به‌دست‌آمده، می‌توان نتیجه گرفت که سعدی در *گلستان* بیشترین تأثیرگذاری را از طریق استدلال و پس از آن تمثیل انجام داده است و با نگاهی گذرا به متون تعلیمی دیگر، نظیر *کلیله و دمنه*، *مثنوی*، *قابوس‌نامه* و... می‌توان استقرا کرد که استدلال و تمثیل

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]

نقش بسیار مهمی در قانع‌کردن مخاطب داشته است. در علم منطق، قیاس استدلالی مهم‌ترین عامل اقناع مخاطب به‌حساب می‌آید. ایرانیان نیز ناخودآگاه یا خودآگاه از این شیوه به‌خوبی بهره برده‌اند. هر چند علم منطق تمثیل را روش بسیار دقیقی برای این اقناع مخاطب نمی‌داند، گویا ذهن ادبی ایرانیان به تمثیل اهمیت زیادی داده است. بااین‌همه، برای نتیجه‌گیری کلی‌تر و دقیق‌تر، بررسی متون حکمی و تعلیمی ضروری است.

منابع

قرآن کریم

ارسطو (۱۳۷۱) *فن خطابه*. ترجمهٔ پرخیده ملکی. تهران: اقبال.

امیرکاوه، سعید و شعیب اسلامی (۱۳۹۵) «روش اقناع مخاطب در نهج‌البلاغه». *پژوهش‌های اجتماعی اسلامی*. سال بیست‌ودوم. شمارهٔ ۳. پیاپی ۱۱۰: ۱۷۵-۲۱۴.

پاشاصالح، علی (۱۳۸۳) *آداب سخن* (بحث مختصری از اصول فن خطابه در غرب و روش‌های تازهٔ مباحثه از نظر روان‌شناسی). چاپ دوم. تهران: دانشگاه تهران.

جاوید، علیرضا (۱۳۹۰) «فوکو و نقد خرد مدرن». *اطلاعات حکمت و معرفت*. شمارهٔ ۹: ۵۶-۵۱.

حسینی پاکدهی، علی (۱۳۸۱) *مبانی اقناع و تبلیغ*. تهران: آن.

خندان، علی‌اصغر (۱۳۸۱) *کتاب مغالطات*. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

دیکسون، پیتر (۱۳۸۹) *خطابه*. ترجمهٔ حسن افشار. تهران: مرکز.

سعدی (۱۳۸۱) *گلستان*. تصحیح غلامحسین یوسفی. چاپ ششم. تهران: خوارزمی.

شریف، رضی‌الدین (۱۳۸۴) *نهج‌البلاغه*. ترجمهٔ جواد فاضل خوی. تهران: راهروان قلم.

متولی، کاظم (۱۳۸۴) *افکار عمومی و شیوه‌های اقناع*. تهران: بهجت.

معین، محمد (۱۳۸۳) *فرهنگ فارسی*. جلد ۱. چاپ بیست‌و سوم. تهران: امیرکبیر.

مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۰) تفسیر نمونه. جلد ۱۳. چاپ سی‌ودوم. تهران: دارالکتب الاسلامیه.

مؤذنی، علی‌محمد و محمد احمدی (۱۳۹۳) «درآمدی بر فرآیند جایگاه اقناع در فن خطابه و مطالعات ادبی». *پژوهشنامهٔ نقد ادبی و بلاغت*. سال سوم. شمارهٔ ۲: ۹۳-۱۱۱.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-04-20]
[DOR: 20.1001.1.24766925.1398.27.86.7.0]
[DOI: 10.29252/jpll.27.86.179]