



هنر استفاده از شگردهای اقناعی در مثنوی معنوی (مطالعه موردی دفتر ششم)

بیژن افضل نیا^۱؛ حسین اتحادی^۲؛ مصطفی سالاری^۳

چکیده

متفکر، خواه شاعر یا نویسنده، اندیشه‌هایی دارد که به مخاطب منتقل می‌کند؛ اما مخاطب در مقابل این اندیشه‌ها نسبت به باورهای پیشین مخالفت می‌کند، اندیشمند متوسل به ترفندها و شگردهایی می‌شود تا عقیده خود را به حکم یک ادعا به وی بقبولاند و ثابت کند. مولانا، از سخنوران بزرگی است که غالباً در پی انتقال آموزه‌های حکمی و اخلاقی بوده و سعی فراوانی در اقناع مخاطبانانش داشته است. وی ابتدا ادعایی مطرح می‌کند و برای اثبات آن متوسل به شگردهایی می‌شود که این شگردها در پژوهش حاضر به شیوه توصیفی - تحلیلی بررسی شده و تحت عنوان شگردهای اقناع عاطفی و عقلی در دفتر ششم مثنوی گردآوری و تبیین شده است. در نتیجه، پژوهش حاضر، نگرشی نسبتاً بدیع به مثنوی است و تلاشی نو در تحقیقات بین‌رشته‌ای محسوب می‌شود. بر این اساس که شیوه‌های اقناع مخاطب در علوم تربیتی، از دو طریق عاطفی و عقلی، معرفی و شگردها جمع‌آوری، ارائه و مورد بررسی قرار گرفته است.

afzalibizahan@gmail.com

Hossein.ettahadi@gmail.com

M.salari11@yahoo.com

۱. دانشجوی دکتری، گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

۲. استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران.

۳. استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

واژگان کلیدی: مولوی، مثنوی، دفتر ششم، اقناع، شگردها.

مقدمه

انتقال اندیشه‌ها به مخاطب و برانگیختن عواطف و احساسات او از نقطه‌نظری است که یک اندیشمند با اعمال سوبه‌های کلامی در حیطه‌ی زیباشناختی کلام، زبان‌شناختی و سایر علوم زبان‌شناسی به دنبال آن است. در میان انواع گفتمان، توان ارتباطی زبان شعری به‌عنوان یکی از انواع اعجازی زبان و زیباترین نوع گفتمان‌های ادبی مطرح است. زبان شعری‌ای که می‌تواند مخاطب را متقاعد سازد، توأمان از حیث رستاخیزی واژه‌ها و جنبه‌های زیبایی‌شناختی، غنای قابل توجهی دارد. با واکاوی در سروده‌ی شاعر درمی‌یابیم که حوزه‌های محاوره‌ای یا گفتمان شعری او از آبخورهای فکری و ادبی سرشاری چون زنجیره‌های منطقی، معانی قوی و استوار، واقع‌گرایی، خیال‌شگفت و رعایت تأدب و تعاون برخوردار است. از این رو پیش‌فرض مکانیزم‌های اقناعی از ناحیه‌ی ارتباط و پیوستگی متن شعری شاعر با گفتارهای کاربردشناختی زبان و جنبه‌های محاوره‌ای ارتباطی کتاب اوست.

مولانا شاعر عارف در مثنوی اش اشعاری را سروده است که سراسر، حکمت، اخلاق و اندرز است. همچنین به بیان و انعکاس اندیشه‌ها و تفکرات عرفانی پرداخته. از این رو انعکاس این تفکرات در جامعه موجب سازندگی، تعالی، فضائل اخلاقی بوده و هست. از آن جاکه شاعران ایران زمین در انتقال فرهنگ و تمدن ایران و نیز ارتقاء سطح فکری آثار ادبی و فرهنگی این مرزوبوم نقشی پررنگ داشته‌اند، برعهده‌ی نسل جدید است که این سطوح فکری را که باعث توسعه‌ی اندیشه‌ی این مرزوبوم می‌شود، به ورطه فراموشی نیندازند و در گسترش روزافزون آن هرچه بیشتر بکوشند. الیوت در مقاله‌ای که درباره‌ی دانتته نوشته است می‌گوید: «شاعران خادمان زبان خودند». (شمیسا، ۱۳۸۹: ۳۸۲)

«شگرد» در لغت‌نامه و فرهنگ معین به معنای روش، راه و طریق است. (معین، ۱۳۸۷: ۶۶۰) در این تحقیق به معنای «شیوه‌ی اقناع مخاطب» به کار گرفته شده است. اساس کار بر این اندیشه استوار است که بدانیم مولوی برای اثبات ادعاهای فکری خود و اقناع مخاطبان از چه شگردهایی استفاده کرده است؟ و این که آیا بین این شگردها از شگردی خاص بهره بیشتری برده یا نه؟ و بدین وسیله به مشرب‌های فکری او نیز دست پیدا خواهیم کرد.

بیان مسئله

اقناع، عملی است که در آن شاعر، با استفاده از احساس و ذهن در محور مهارت کلامی، ذهن افراد را به جهت انجام رفتار خاصی، تغییر می‌دهد و تحت تأثیر می‌گذارد. شاعر یا نویسنده اندیشه‌هایی دارد که برای بیان و انتقال آن به مخاطب دچار مشکل می‌شود زیرا مخاطب در مقابل این اندیشه‌ها واکنش نشان می‌دهد؛ پس شاعر متوسل به ترفندها و شگردهایی می‌شود تا عقیده خود را به وی ثابت کند. مجموع این شگردها و ترفندها در این مقاله گردآمده که عموماً در ادبیات شامل شگردها و ترفندهایی همچون اقناع عقلی و اقناع عاطفی می‌باشد.

اقناع‌های عقلی در اثبات یک ادعا، شامل استفاده از علوم پزشکی، ریاضی، فلسفه و نجوم است. اقناع‌های عاطفی همچون: تلمیحات قرآنی، حدیث، داستان زندگی پیامبران، امثال حکم، ادبیات عامه، ضرب‌المثل‌ها و حتی تشبیه، استعاره و... است. در واقع مجموع همه این موارد، شگردهایی در اثبات یک ادعا هستند؛ بنابراین مولانا در مثنوی ادعایی را مطرح کرده و برای اثبات آن متوسل به شگردهایی از جمله، اقناع عاطفی و اقناع عقلی می‌شود. شگردهای اقناع عاطفی و عقلی‌ای که در دفتر ششم مثنوی به کار رفته، در این مقاله گردآمده و تبیین شده است.

ضرورت و اهمیت تحقیق

تحقیق در آثار مولانا، به‌خصوص مثنوی معنوی، از دیرباز مورد توجه ادب‌دوستان بوده است؛ اما توجه و پرداختن به شیوه‌ی اقناع به‌وسیله‌ی شگردهای مختلف که در حوزه‌ی معناشناختی زبان و ادبیات فارسی قرار دارد، چندان مورد توجه قرار نگرفته است. مولانای شاعر و عارف، در کتاب مثنوی‌اش، اشعاری را رقم‌زده که سراسر حکمت، اخلاق و اندرز است. همچنین به بیان و انعکاس اندیشه‌ها و تفکرات عرفانی پرداخته است. از این‌رو انعکاس این تفکرات در جامعه موجب سازندگی، تعالی، فضائل اخلاقی بوده و هست.

سوالات تحقیق

اساس کار بر این اندیشه استوار است که بدانیم:

۱- مولوی برای اثبات ادعاهای فکری خود و اقناع مخاطبان از چه شگردهایی استفاده کرده است؟

۲- از کدام شگرد، بیشترین بهره را برده است؟

۳- مولانا از طریق اقناع‌سازی بیشتر در پی ارائه و انتقال چه مضامینی به مخاطبان‌ش بوده است؟

پیشینه تحقیق

در حوزه مثنوی‌شناسی، تحقیقات بسیاری انجام گرفته است؛ اما تلفیق میان رشته‌های تربیتی و علوم ادبی، چندان مورد توجه قرار نگرفته و سخنی از دفتر ششم مثنوی نشده است. به طور کلی:

در کتابی از فرهاد نورایی نسب (۱۳۹۸ / انتشارات طلّیعه سبز) با عنوان شگردهای اقناع در مثنوی دفتر اول و دوم به بررسی شگردهای اقناع عاطفی و عقلی در دفتر اول و دوم پرداخته و مباحث و ابیاتی که مربوط به شگردهای اقناع عاطفی است بررسی شده؛ اما از شگردهای عاطفی و عقلی در دفتر ۶ سخنی گفته نشده است.

در کتابی از مریم حدادی پور (۱۳۹۷ / انتشارات طلّیعه سبز) با عنوان شگردهای اقناع در مثنوی دفتر سوم و چهارم به بررسی شگردهای عاطفی و عقلی در دو دفتر ۳ و ۴ پرداخته و بیشتر شگردهای اقناع عاطفی را بررسی کرده‌اند؛ اما سخنی از دفتر ۶ و انواع شگردهای اقناعی که مولوی چطور به اقناع مخاطب پرداخته است سخنی به میان نیامده است.

در قسمت مقالات:

در مقاله‌ای از مینا شاکر (۱۳۹۷) با عنوان «اقناع مخاطب در حدیقه سنایی» با احتیاج به آیات و احادیث و به بررسی اقناع مخاطب و همراه کردن او با رفتار و باورهای مطرح شده و

به کارگیری اعتقادات مخاطب و بهره‌گیری از عقاید خودش است و مهم‌ترین راه‌های ارتباط با مخاطب را بیان می‌کند که از جمله این موضوعات به موضوعات دینی و اخلاقی مانند توحید، ستایش، مقام امام علی (ع)، سرزنش و... برای اثبات ادعای خود و راستی گفتار و رضایت مخاطب از آیات و احادیث و ضرب‌المثل‌ها که راحتی هضم سخن را برای مخاطب به وجود می‌آورد و مورد قبول قرار می‌دهد. در پژوهش حاضر نیز از نظر جنبه عاطفی (ضرب‌المثل، احادیث، آیات و...) اندیشه مولانا مورد بررسی قرار می‌گیرد.

در مقاله‌ای از امید مجد و شفق غلامی شعبانی (۱۳۹۸) با عنوان «روش‌های اقناع مخاطب در گلستان سعدی» به بررسی گلستان سعدی، راه‌های مختلف تسلط بر ذهن مخاطب را بیان، استخراج و اثبات کرده و آن‌ها را به چهار دسته تقسیم و زیرمجموعه‌هایی را برای آن‌ها بیان کرده است. در بیان اقناع مخاطب به بیشترین شگردی که برای اثبات ادعا استفاده شده اشاره کرده و آن تمثیل است که در دو بعد استدلال و ادب مطرح شده است. در پژوهش حاضر نیز به بررسی شگردهای اقناع مخاطب از طریق تمثیل پرداخته شده است.

در مقاله‌ای از سید مرتضی میرهاشمی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان «بررسی شیوه‌های بلاغی اقناع در ایجاد تعلیق در خسرو و شیرین نظامی» به بررسی مفهوم اقناع و تعریفی از آن در علوم مختلف پرداخته و سپس شگردهای بلاغی را که با آن می‌توان مخاطب را اقناع کرد پرداخته و در داستان خسرو و شیرین شیوه استفاده از بلاغت را در اقناع مخاطب مطرح کرده است. در قسمت‌های مختلف داستان وارد می‌شود و علم معانی و بیان و استفاده از این دو علم برای اقناع مخاطب بیان می‌کند. شگردهای علم معانی اغراض، تشویق، تحذیر و... و شگردهای علم بیان (تشبیه، استعاره) که بیشترین تأثیر را در ذهن مخاطب ایجاد می‌کنند را نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر نیز با استفاده از علم بیان، اندیشه مولانا در اقناع مخاطب بیان می‌شود.

در مقاله‌ای از مینا شاکر و بیژن ظهیری ناو (۱۴۰۰) با عنوان «شگردهای مولوی برای اقناع مخاطب در داستان نخجیران و شیر» به بررسی شگردهای اقناع عاطفی در دفتر اول و فقط به داستان نخجیران و شیر پرداخته شده است و در بررسی داستان چنین بیان شده که به صورت گفت‌وگو و با استفاده از زبان مناظره و استفاده از عقاید (جهد، توکل) برای اقناع مخاطب استفاده کرده است. روش‌های اقناع در این داستان شگرد عاطفی (آیات، احادیث، روایات،

تمثیل و...) است. در این مقاله بررسی و بحثی در مورد بقیه داستان‌ها در دفتر اول و یا حتی دفترهای بعدی نشده و در پژوهش حاضر استفاده از آیات و احادیث و تمثیل به‌عنوان شگردهای عاطفی در دفتر ششم بررسی شده است.

در مقاله‌ای از محمدهادی فلاحی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «بررسی شیوه‌های اقناع و مجاب‌سازی در قرآن کریم» درباره‌ی موضوع قیامت به بررسی شیوه‌های مختلف اقناعی در قرآن پرداخته است؛ این‌گونه که بری اقناع مخاطب و میل به تغییر ذهنیت او در سوره‌های قیامت و واقعه و... به موضوع قیامت پرداخته و با استفاده از الگوی حقیقت‌نمایی و تفسیر شگردهای اقناعی را بررسی کرده است. نتیجه پژوهش نشان داده که استفاده از روش‌هایی مانند طرح پرسش، کنایه، اشارات غیرمستقیم یا تلمیحی در اقناع مخاطب تأثیر بیشتری گذاشته است. خداوند نیز در بیان توصیف جزئیات و تمثیلات سعی در اقناع مخاطب داشته است. در پژوهش حاضر نیز به بررسی روایات و تلمیحات برای اقناع مخاطب در اندیشه مولوی پرداخته شده است.

هدف و روش تحقیق

شیوه‌های اقناع مخاطب، که در علوم تربیتی از دو طریق عاطفی و عقلی معرفی شده، در سه اصل ارائه خواهد شد:

- استفاده و معرفی شگردهای اقناع
- معرفی ادعاهای مطرح شده
- تعیین پربسامدترین شگردها در مثنوی دفتر (۶) استخراج، تحلیل و به خوانندگان تقدیم خواهد شد.

روش اقناع در مثنوی بر دو گونه است: اقناع عاطفی و اقناع عقلی. در این تحقیق، هر ادعایی همراه با روش اقناع آن ذکر شده است. در روش اقناع، بیشتر اقناع‌ها از نوع عاطفی هستند و می‌توان ادعا کرد که مولوی می‌خواسته مخاطبان خود را به‌وسیله عاطفه قانع کند؛

به جز قسمت‌هایی که مربوط به عشق می‌شود و خود به‌وضوح بیان می‌کند که عقل از درک عشق ناتوان است.

شرح عشق و عاشقی هم عشق گفت عقل در شرحش چو خر در گل بخت

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۱۵/۱)

البته شگردهای پررنگ دیگری مثل توکل، قضا و قدر، عشق و قناعت نیز به‌وفور دیده می‌شود که می‌توان گفت بیشتر در جهت اثبات مسائل اخلاقی و انسانی است. در این پژوهش روش تحقیق به‌صورت کتابخانه‌ای و توصیفی و تحلیلی بر پایه متون متعددی بوده که دربارهٔ مثنوی به نگارش درآمده است. شیوه کار بدین صورت است که ابیات مثنوی بیت به بیت مورد مطالعه قرار گرفت و آنچه از ادعای مولانا در ارتباط با اثبات شگردها بیان داشته جمع‌آوری شده و ادعای مولانا در مورد موضوعی بوده مشخص گردیده، استخراج و مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. مفهوم اقناع از دیدگاه نظریه پردازان بزرگ

در مورد اقناع دو دیدگاه متفاوت ارائه شده است:

«عده‌ای بر این باورند که هدف از پیام‌های اقناعی تغییر در رفتار مخاطبان است؛ اما گروهی دیگر بر این اعتقادند که هدف از پیام‌های اقناعی تغییر نگرش مخاطبان است. گروه دوم می‌گویند که پیام‌گذار اقناعی این قدرت را ندارد که در رفتار و زندگی مخاطب تغییر ایجاد کند و یا بر هنجارهای گروهی و وابستگی‌های او تأثیر بگذارد. پیام‌گذار تنها می‌تواند به مخاطب اطلاعات بدهد تا شاید بتواند عقیده و نگرش او را نسبت به چیزی تغییر دهد و یا عقیده و نگرش جدیدی در او ایجاد کند تا در فرصت مناسب از مخاطب بخواهد طبق اهداف و آمال پیام‌گذار عمل و رفتار کند. گروه اول معتقدند که هدف از ارتباطات اقناعی تغییر رفتار است نه تغییر نگرش آنها می‌گویند تغییر نگرش در فرد سخت است اما تغییر رفتار آسان رفتارگرایان

اعتقاد دارند پس از تغییر رفتار در فرد به دلیل فشار شرایط فعالیت اقناعی - انگیزش‌های محیطی فرد در امتداد تغییر رفتار خود برای جلوگیری از ناراحتی روانی که به دلیل تضاد ذهن و عمل دچار آن شده است، ناچار است خود شخصاً به کمرنگ کردن باورهای خود و حتی تغییر آن‌ها اقدام کند که در این صورت منجر به تغییر نگرش می‌شود. « (حکیم آرا، ۱۳۷۷: ۴۷)

این در حالی است که "وفل" (Wocfel) و همکارانش نظریه دیگری در مبحث ارتباطات اقناعی ارائه می‌دهند که متفاوت با دو دیدگاه قبلی است. طبق این دیدگاه، اقناع چندان هم متضمن تغییر نگرش یا رفتار فرد در قبال یک موضوع محرک نیست؛ بلکه در بردارنده تغییر ادراک فرد از آن چیزی است که هدف محرک است و فرد درباره آن نگرش خود را ابراز می‌کند. و فل تغییر ادراک را هدف اصلی پیام اقناعی دانسته که منجر به تغییر نگرش در مورد موضوعی مشخص می‌شود. برای این که به تعریف دقیق تری از اقناع برسیم، ضرورت دارد که نگرش را به عنوان یکی از عناصر اصلی تعریف اقناع، بررسی و تعریف کنیم؛ ویژگی‌های نگرش را شرح و سپس آن را از مفاهیم وابسته چون افکار اعتقادات و ارزش‌ها متمایز کنیم. نگرش‌ها، ارزیابی‌های پایدار از جنبه‌های مختلف دنیای اطراف ما هستند و آمادگی پاسخ‌دهی نسبت به محرک‌های محیطی را فراهم می‌آورند.

وقتی پیام‌گذار اقناعی تشخیص می‌دهد که تجربیات گذشته یک فرد ممکن است در پذیرش تجربیات تازه مؤثر باشند، در تهیه و تنظیم پیام تلاش می‌کند تا نگرش قبلی مخاطب را مد نظر قرار دهد. پس اگر مخاطب به موضوع پیام آشنایی و آگاهی داشته باشد و همچنین نظر وی نسبت به آن موضوع مساعد باشد، پیام‌گذار می‌تواند با تقویت نگرش وی احتمال گذر به مرحله عمل را در مخاطب افزایش دهد. «تنها وجه تمایزی را که می‌توان میان عقیده و نگرش در نظر گرفت این است که عقاید حتماً در راستای نگرش‌ها نیستند. مثلاً فردی می‌تواند از کمونیسم متنفر باشد اما نسبت به گورباچف نظر مساعد داشته باشد». (لرینگر، ۱۳۷۶: ۱۲۵)

با توجه به نظریات و مبانی متعدد بیان شده می‌توان ادعا کرد، مولوی، همه این موارد را در شیوه اقناع خود به کار برده و با علم به این قضایا به بهترین شکل خواننده خود را اقناع کرده است خود را پیام‌رسانی می‌داند که عامه مردم مخاطبان‌ش هستند و آن‌گونه سخن خود را جزیل و شیرین بیان می‌دارد که خواننده هرگز احساس نمی‌کند چند قرن با این شاعر

و تفکراتش فاصله دارد. آن قدر ماهرانه عمل می‌کند تا مبادا رشته ارتباطی او و مخاطبش از هم گسسته شود. نیازها و انگیزه‌های مردم زمانش را در نظر می‌گیرد و به شکلی منطقی و منصفانه کلامش را بیان می‌دارد.

۲. انواع شگردها و روش اقناع آن

۱-۲. در اثبات آسان شدن سختی‌ها

به‌طورکلی مولانا رنج کشیدن را لازمه‌ی بیداری، آگاهی و زمینه‌ی رشد و بزرگ شدن انسان‌ها می‌داند. لذا پیشنهاد می‌کند که نگرش متفاوتی نسبت به رنج و سختی داشته باشیم.

در بیان آسان شدن سختی‌ها برای اقناع مخاطب این چنین می‌فرماید:

با غریب از قصه‌ی آن لب گشود آن چه بعد العسر یسر، او دیده بود

(مولوی، ۱۳۹۳: ۹۰۹/۶)

اقناع عاطفی به روایت آیه ۵ و سوره‌ی انشراح «فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا...» با هر سختی آسانی است. همانا با هر سختی آسانی است» (انشراح / ۵) مولانا می‌فرماید: در هر یک از دشواری‌های زندگی آسانی و آسودگی نهفته است که به آن مبدل می‌شود.

۲-۲. در اثبات اختیار

مولوی در دفتر ششم در قصه‌ی گفت‌وگوی مؤمن سنی به کافر جبری از ابعاد مختلف به اثبات اختیار پرداخته است. وی اختیار را به قدری آشکار می‌داند که نه تنها انسان، بلکه حیوانات نیز از آن آگاهی دارند. در این باره برای اقناع مخاطب خود چنین بیان می‌کند:

ز اختیار همچو پالان شکل خویش اشتری ام لاغری و پشت ریش
آن گزواه گه شود آن سو گشان این گزواه گه شود این سو گران

(مولوی، ۱۳۹۳: ۸۱/۶)

اقناع عاطفی به روایت تمثیل: مولانا با تمثیلی موضوع قوه اختیار را مطرح می‌کند: انسان همانند شتر است و کجاوه‌ای که بر روی شتر است مانند قوه اختیار است. هرگاه بار دو طرف کجاوه داری توازن نباشد کجاوه به سمتی متمایل می‌شود. در نتیجه قوه اختیار انسان نیز مانند کجاوه است و همیشه در جنگ و کشاکش بین عقل قدسی و نفس اماره است و هر لحظه به سویی منتقل می‌شود.

۲-۳. در اثبات ارشاد و مصاحبت انسان کامل

مولانا انسان کامل را به ستارگانی تشبیه می‌کند که هدایتگر انسان‌های سرگشته در وادی حقیقت هستند؛ لذا انسان‌ها باید مطلع و پیرو ارشادهای آنان باشند. انسان کامل به دریای علم و رحمت الهی متصل است، بنابراین دعوتشان که مردم را به جانب پروردگار فرامی‌خوانند، از روی مشاهده و الهام است. مولوی هرچند مکاشفات و الهامات و احوالات اولیای دین را از مقوله وحی می‌شمارد، اما به تأثیر از مفاد آیات قرآن برای وحی انواع و مراتبی قائل است؛ او در نهایت، عالی‌ترین و تجربیدی‌ترین مرتبه وحی را متعلق به انبیای عظام می‌داند.

مولانا در بیان انسان کامل و مصاحبت برای اقناع مخاطب خود این چنین بیان می‌کند:

دامن یعقوب مگذارای صفی دیو گرگ است و تو همچون یوسفی

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۵۷/۶)

اقناع عاطفی به روایت تمثیل و حدیث «إِنَّ الشَّيْطَانَ ذُنْبُ الْإِنْسَانِ يَأْخُذُ الْقَاصِيَةَ وَالشَّادَةَ. هَمَانَا شَيْطَانٌ فِي وَجْهِهِ أَدْمَى مِثْلَ الْبَعِضِ» (متقی، ۱۴۰۹ ق: ۵۸۱/۷) می‌باشد، که یعنی از عنایت و هدایت انسان کامل خارج مشو که

اسیر شیطان خواهی شد.

صحبتِ این خلق را طوفان شناس هر ولی را نوح و کشتیان شناس

(مولوی، ۱۳۹۳: ۵۹۵/۶)

اقتناع عاطفی به روایت تمثیل تلمیح داستان پیامبران (حضرت نوح) است که یعنی، ای سالک اگر می‌خواهی از طوفان و گزند دنیا (مردم دنیا) نجات پیدا کنی، به ریسمان توجه و هدایت انسان کامل چنگ بزن، زیرا آن‌ها مانند کشتی نوح همراه و پشتیبان هستند.

یک قناعت به که صد لوت و طبق سایه‌ی رهبر به است از ذکرِ حق
چشم بشناسد گهر را از حصا چشمِ بینا بهتر از سیصد عصا

(مولوی، ۱۳۹۳: ۹۷۹/۶)

اقتناع عاطفی به روایت تمثیل است. سایه‌ی مرشد از ذکر حق بهتر است. چنان که مثلاً یک قناعت (در خوردن) از انواع و اقسام طعام‌ها بهتر است. چشم بصیرت بین انسان کامل (پیر طریقت) از سیصد عصای خام طریقت بهتر است؛ زیرا انسان کامل گوهر را از سنگ تشخیص می‌دهد.

۲-۴. در اثبات اعمال و نتیجه آن

از دیدگاه مولانا، اعمال دارای تبعات بیرونی و درونی، مادی و معنوی است و قانون طبیعت در این مورد خطا نمی‌کند و گاهی شعاع تأثیر اعمال، به اعقاب نیز می‌رسد. به گفته جلال‌الدین همایی «در مثنوی، عمل انسان هر چند ذاتاً مستلزم حصول نتیجه نیست؛ اما شرط حصول است، پس نمی‌توان به هر دلیلی از عمل امتناع ورزید.» (همایی، ۱۳۶۲: ۷۵۳).

مولانا در بیان اثبات عمل و نتیجه آن دست به شگردمی زند و این چنین بیان می‌کند:

مزدِ روزِ تو نیامد شب به غیر چون عسل خوردی، نیامد تب به غیر

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۳۲/۶)

این جا اقناع عقلی به روایت (طب سنتی) است. اگر کسی عسل بخورد امکان ندارد یک نفر دیگر درجایی دچار طبع شود (بیماری طبع) و این را بدان که پاداش و دستمزد روزانه کسی که کار کرده است را به کسی دیگر نمی‌دهند؛ یعنی که هرکس مسئول اعمال خود است.

قرض تو کردی، ز که خواهی گِرو؟ چون بکاری جو، نروید غیرِ جو

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۳۴/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل است. اگر تو در زمین یک نوع گیاه بکاری مثلاً جو بکاری فقط می‌توانی همان را درو کنی و اگر تو چیزی قرض بگیری چه کسی می‌تواند گرو آن را بگذارد، هیچ‌کس نمی‌تواند و نمی‌گذارد. مسئول اعمال خود هستی و نباید آن را به گردن این‌وآن بندازی.

که فَمَنْ يَعْمَلْ بِمِثْقَالِ يَرَّةٍ توبه کن، مردانه سر آور به رَه

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۳۵/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت آیه ۷ و ۸ سوره‌ی زلزال «فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ»: هرکس به‌اندازه‌ی ذره‌ای نیکی کند پاداش آن ببیند و هرکس به‌اندازه‌ی ذره‌ای بد کند جزای آن. « است. توبه کن، هرکس عملی را به‌اندازه‌ی ذره‌ای انجام دهد جزای آن را می‌بیند.

تخم در خاکی، پریشان کردن است روز کِشتن، روز پنهان کردن است
روز پاداش آمد و پیدا شدن وقتِ بدرودن، گه مِنْجَل زدن

(مولوی، ۱۳۹۳: ۹۱۱/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل و حدیث «الدنیا مزرعه الآخر...» می‌باشد و بیان می‌دارد هر چه از اعمال و احوال و سگال در حیات دنیوی کشته‌ای در آخرت درو خواهی کرد.

۵-۲. در اثبات حرص و آدمیان حریص

مولانا حرص را خصیصه ذاتی آدمی می‌داند که به اقتضای سرشت آدمی، کسی از آن در امان نیست و البته چون همه موارد دیگر آدمی می‌تواند از انسانی طبیعی و بدوی به انسانی آموخته و فرهیخته بدل شود. مطابق دیدگاه مولوی حرص در همگان هست و نوع آدمی توان ایستایی در برابر حرص خود را ندارد. مهم‌ترین اثر حرص که کور و کر شدن و محروم شدن از معرفت عرفانی، قطع رحمت پروردگار، تولید غم، رنج بیهوده و عدم استجابت دعا اشاره دارد. (حسنی حمیدآبادی و یزدان پناه، ۱۳۹۴: ۵۲)

مولانا در بیان حرص و طمع دست به اقناع عاطفی میزند تا مخاطب خود را به این مسئله آگاه کند و چنین بیان می‌کند:

که ز خرمن‌های خوش اعمی بُود مور بر دانه بدان لرزان شود
که نمی‌بیند چنان چاشِ کریم می‌کشد آن دانه را با حرص و بیم

(مولوی، ۱۳۹۳: ۲۴۹/۶)

در این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل است. مولانا با تمثیلی چنین بیان می‌کند: به مورچه توجه کنید، چون دید او نسبت به خرمن‌های زیاد و بزرگ و خوش‌ناچیز است و نمی‌تواند ببیند، پس با حرص و طمع دانه‌ای کوچک را سراسیمه می‌کشد، زیرا آن مورچه خرمن‌بخشنده خداوند را نمی‌بیند. انسان‌های حریص نیز چون عظمت بزرگی دریای بی‌کران

و بخشش الهی را نمی‌بینند مانند مورچه در به دست آوردن دانه و تمام شدن آن لرزان هستند.

۶-۲. در اثبات حفاظت الهی

در مبحث حفاظت الهی که خداوند چگونه حافظ و نگهدار ماست، مولانا اعتقاد دارد که در پشت‌پرده همه‌ی پرده‌های جهان، وجودی کامل هست که دارای همه صفات عالی است؛ و این وجود خود خداوند است؛ و خداوند سرچشمه تمام هستی و زندگی است. خداوند توانای مطلق است.

در اینجا برای بیان اثبات اینکه خداوند در همه حال حافظ ما است این‌چنین از شگرد اقناع عاطفی بهره می‌برد:

وقتِ جمعه بر رعا خط می‌کشید
همچو شیبانِ راعی از گرگِ عنید
نه درآید گرگ و دزد با گزند
تا برون نآید از آن خط، گوسفند

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۲۲۸/۶)

اقناع عاطفی به روایت داستان شیبانِ راعی^۱، شیبانِ راعیِ گِردِ گوسفندانش خطی می‌کشید تا گرگِ بدانان حمله نکند. (حفاظت الهی)

کاندر آن، صرصرِ امانِ آل بود
بر مثالِ دایره‌ی تعویذِ هود
وز برون، مُثله تماشا می‌کنید
هشت روزی اندر این خط تن زنید

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۲۲۹/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت داستان پیامبران است. دایره‌ی حِرزِ هود نبی «ع» که

۱. (ابن عربی شیبانِ راعی را مانند فضیل عیاض و ذوالنون مصری صاحب علم لدنی دانسته است.) «ر.ک. فصوص الحکم، ص ۳۶۱»

خاندانش و یارانش در حریم آن از گزند باد صرصر ایمن بودند پس خداوند از عذاب خود نیز می‌تواند حفظ کند.

۷-۲. در اثبات درک مثنوی معنوی

مولانا در بیان درک مثنوی می‌فرماید: هرچند نمی‌توان تمامی جیحون حقایق الهی را درون خویشتن ریخت و محیط بر علم شد، اما در حد همان تشنگی که دست می‌دهد، می‌توان جرعه‌ای از آن نوشید. وی مثنوی را به جزیره‌ای از سخن تشبیه می‌کند که میان دریای وحدت سر برآورده است. سالکان می‌توانند آن جا به گردش پرداخته در میوه معانی با چشم دل بنگرند تا وقتی که عنایت غیبی در رسد و معانی، صورت کلمه و حروف خود را رها کرده، آن جزیره برآمده از حروف، در دریای الهی فرورود و ساکنانش را غرقه سازد. به این خاطر است که برخی پژوهشگران، عرفان را به «نگاه هنری و جمال شناساند» نسبت به الهیات و دین تعریف کرده‌اند. (شفیعی کدکنی: ۱۳۸۴: ۱۵)

آب جیحون را اگر نتوان کشید

هم زقدر تشنگی نتوان بُرید

(مولوی، ۱۳۹۳: ۳۷/۶)

در این جا اقناع عاطفی در روایت تمثیل است. مولانا در تمثیل چنین بیان می‌کند: ما فقط به اندازه‌ای که بتوانیم تشنگی خود را رفع کنیم از آب رود استفاده می‌کنیم. محتوا و وجود مثنوی مثال آب جیحون است و درک ما از مثنوی مثال رفع تشنگی.

فرجه‌ای کن در جزیره‌ی مثنوی گر شدی عطشان بحر معنوی
 مثنوی را معنوی‌بینی و بس فرجه کن چندان که هر نفس

(مولوی، ۱۳۹۳: ۳۸/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل است. هرگاه تشنه‌ی دریای معارف مثنوی شدی، در جزیره‌ی مثنوی به گشت‌وگذار بپرداز. (مثنوی معنوی: جزیره، معارف ربّانی: دریا) اکبرآبادی می‌گوید: در این جا معانی مثنوی به دریا و الفاظ آن به جزیره تشبیه شده است. (مولوی، ۱۳۸۰، دفتر ششم: ۸)

آب یکرنگی خود پیدا کند باد، گه را ز آب جو چون واگند

(مولوی، ۱۳۹۳: ۳۸/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل است. (باد: عقل حقیقت‌بین، رود آب: معانی مثنوی، کاه: الفاظ مثنوی) هرگاه سالک راه حقیقت بتواند با عقل خود (عقل حق‌بین) بتواند حقیقت مثنوی را درک و از لفظ و معانی بیرون و ظاهری دور شود، می‌تواند حقیقت بی‌رنگ را مشاهده کند. (مولوی، ۱۳۸۰: ۳۳) بحر العلوم گوید: اگر ذوق و وجدان دست گشاید و کاه الفاظ را کنار زند آب اسرار مکشوف شود (مولوی، ۱۳۹۳: ۹/۶)

۸-۲. در اثبات شناخت عارفان ربّانی

ولایت از دیدگاه مولانا یک حیات ثانی، مردن از زندگی طبیعت و زنده شدن به حیات معنوی است. از نظر مولانا سالک باید پیر و مراد و عارف ربّانی را بشناسد تا بتواند از مسیر امیال شهوانی و نفسانی عبور کند و مقصد اصلی برسد. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶۱۵) مولانا می‌فرماید: اولیا با قدرت الهی در عالم وجود تسخیر می‌کنند و به قدرت او تیر از کمان جسته را به کمان بازمی‌آورند. پشیمان شدن آنان پشیمان شدن خداست و درهای عناصر و ارکان و

موالید از این پشیمانی بسته می‌شود و حتی حرف گفته را ناگفته می‌کنند. مولانا در بیان اثبات شناخت عارفان این چنین از شگرد بهره می‌برد:

پیش او جیحون‌ها زانو زند خُم که از دریا در او راهی شود

(مولوی، ۱۳۹۳: ۲۶/۶)

در این جا اقناع عاطفی در روایت تمثیل است. خمره‌ای که توانسته خود را به دریا برساند و در آن حل شود، رودخانه در برابر آن زانو می‌زند. اولیاء‌الله از عظمت و جلال حضرت حق برخوردارند. (خم: ولی‌الله دریا: حضرت حق)

چه عجب؟ در ماهیی دریا بُود دادِ دریا چون ز خُمِّ ما بُود

(مولوی، ۱۳۹۳: ۲۵۲/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل است. انسان کامل که نسخه کامل شده خداوند حق است، مانند کوزه است که می‌تواند از دریا آب بردارد و این آب که مثابه آب حقیقت است را به دیگر سالکان افاضه کند.

نعره‌های لا اُحِبُّ الاَقلین شد صغیر بازِ جان در مَرَجِ دین

(مولوی، ۱۳۹۳: ۷۳۷/۶)

این جا اقناع عاطفی به روایت آیه ۷۹-۷۶ سوره‌ی انعام است که می‌فرماید: «قال: هذا ربی، فلما افل، قال: لا اُحِبُّ الاَقلین...» (گفت این است پروردگار من... من فرو شوندگان را دوست ندارم...) اهل الله فقط به حضرت حق توجه دارند و از ما سوی الله که رو به زوال دارند رخ برمی‌تابند.

پای موسی آبله شد، نعل ریخت
گوسفندی از کلیم‌الله گریخت
پس کلیم‌الله گرد از وی فشانند
گوسفند از ماندگی شد سُست و ماند

مولوی، ۱۳۹۳: ۸۵۶/۶

این جا اقناع عاطفی در روایت داستان پیامبران (موسی (ع) است. انبیاء و اولیا و عارف بالله و مصلحان جامعه نسبت به سرنوشت مردمان دل هستند. بدین سان رمیدگان را به وادی عشق و مشرب صفا بازمی‌آورند. انبیاء و عارفان بالله و کسانی که مصلح جامعه هستند، به سرنوشت انسان‌ها دل سوز هستند.

۹-۲. در اثبات وجود شیطان در دل و قلب کافران

ابلیس و فرزندانش دارای صفاتی ذاتی هستند. مولانا در آثارش حالات و صفات ابلیس و شیاطین را به صور گوناگون مجسم

کرده است. ابلیس و فرزندانش دارای صفاتی ذاتی هستند. مولانا در آثارش حالات و صفات ابلیس و شیاطین را به صور گوناگون مجسم کرده است. مولانا برای اثبات وجود شیطان این چنین دست به شگرد می‌زند و بیان می‌کند:

برگرفت آتش زنه، کآتش زند
چون گرفت آن سوخته می‌کرد پست
این نمی‌دید او که دزدی می‌کشد
می‌ندید آتش‌گُشی را پیش خویش
شرفه یی بشنید در شب مُعْتَمَد
دزد آمد آن زمان پیش نشست
خواجه می‌پنداشت کز خود می‌مُرد
بس که ظلمت بود تاریکی ز پیش

(مولوی، ۱۳۹۳: ۱۱۹/۶-۱۱۸)

این جا اقناع عاطفی به روایت تمثیل است. مولانا تمثیل زیبایی در مورد این که در دل

کافر شیطان و هوای نفس همه چیز او را از بین برده است بیان می‌کند می‌فرماید: دزدی در خانه‌ای رفت صاحب‌خانه خواست آتش روشن کند اما دزد در تاریکی آن را خاموش می‌کرد و صاحب‌خانه فکر می‌کرد که خودبه‌خود آتش خاموش می‌شود.

مولانا این چنین استدلال می‌کند و می‌فرماید: در دل کافر نیز خاموش‌کننده‌ای وجود دارد؛ یعنی هوای نفس در درون دل کافر مانند دزدی است که چراغ روشنایی الهی را هر دم خاموش می‌کند؛ و این باعث ضعف دید باطنی او می‌شود و هیچ‌وقت عامل این خاموشی را نمی‌داند.

نتیجه‌گیری

اقتناع و شگردهای آن در حوزه ادبیات تربیتی به‌خصوص در مثنوی برخلاف آن چه تصور می‌شد دنیای جدید و بدیعی را از اندیشه‌های مولانا پیش رو می‌گذارد تا بکر بودن این اندیشه‌های مولانا را در جهان ادبیات تربیتی و تعلیمی بیشتر نشان دهد.

شاعری بزرگ همچون مولوی در مثنوی برای انتقال اندیشه‌های خود و اثبات ادعای خود دست به شگردهای مختلفی می‌زند که می‌توان تقریباً در سه اصل زیر طبقه‌بندی کرد:

الف: در مثنوی شگردها و تمثیلات قرآن نسبت به بقیه شگردها تأثیرگذارتر است.

ب: مولانا از شگردها و اقتناع‌های عقلی به واسطه‌ی این که کتاب مثنوی کتابی عرفانی است کمتر استفاده می‌کند.

ج: هر قسمتی از اندیشه‌های مولوی که حاوی نکات باریک است، از شگردهای بیشتری بهره برده است.

اما آن چه در این جا مطرح است این است که مولانا در مثنوی، به‌خصوص در دفتر (۶) که مورد بررسی قرار داده شد، بیشتر برای بیان ادعای خود در محور یک موضوع از اقتناع عاطفی به روایت تمثیل استفاده نموده و در ادامه بیشتر از آیات قرآن و احادیث بهره جسته است و این شاید به خاطر مخاطبان مولانا بوده است.

اما نکته‌ی دیگری که قابل ذکر است مولانا در این دفتر از اقناع عقلی کمتر استفاده نموده است. شاید در کل دفاتر مثنوی چنین باشد و این حاکی از این است که اقناع عاطفی به خصوص در روایت آیات در بیان اندیشه‌های مولانا تأثیرگذارتر بوده است.

به‌طورکلی می‌توان گفت بیشتر ابیات مثنوی متوجه عامه مردم است. گویی که مولانا برای بیان اثبات ادعاهای خود در سطح افهام عمومی و اذهان مردم ایراد کرده است تا همگان متوجه اندیشه مولانا شوند

مولانا با استفاده از اقناع عاطفی در روایت تمثیل می‌گوید پس از انبیا باید روایح معنوی را از جانشینان آنان بویید.

در پایان می‌توان گفت شاید مهم‌ترین علت تأثیرگذار بودن کلام مولانا در مسائل دینی و عرفانی این است که او شاعری حساس و جهان‌بین و با دلی پاک و درونی صاف و عشقی سوزنده و حاد و البته کلامی رسا توانسته است اندیشه‌های خود را به‌وضوح و روشنی به مخاطب انتقال دهد.

کتاب‌نامه

- قرآن مجید.
- ۱. ابن عربی، محیی‌الدین. فصوص الحکم. ترجمه محمد خواجوی. چاپ چهارم. تهران: مولی، ۱۳۹۶.
- ۲. حسنی حمیدآبادی، مهناز و یزدان‌پناه، مهرعلی. «بررسی تطبیقی حرص در قرآن و مثنوی مولانا». فصلنامه زبان و ادبیات فارسی. دوره دوم، شماره ۲۴، صص ۷۴-۵۱، ۱۳۹۴.
- ۳. حکیم‌آرا، محمدعلی. «ترغیب و وادارسازی فرایندی برای تغییر نگرش». فصلنامه هنر هشتم. شماره دهم، ۱۳۷۷.
- ۴. شفیعی کدکنی، محمدرضا. دفتر روشنایی: از میراث عرفانی بایزید بسطامی. چاپ دوم.

تهران: سخن، ۱۳۸۴.

۵. شفیع، طاهره؛ و دیگران. «بررسی عناصر عرفان عملی در مثنوی مولانا». ماهنامه علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران. سال پنجم، شماره نهم، صص ۱۶۱۴-۱۶۳۲، ۱۴۰۰.

۶. شمیسا، سیروس. انواع ادبی. چاپ اول. تهران: سیما، ۱۳۸۹.

۷. لربینگر، اتو. ارتباطات اقناعی. ترجمه علی رستمی. تهران: مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌های صداوسیما، ۱۳۷۶.

۸. متقی، علاءالدین علی بن حسام. کنز العمال. تصحیح حیانی بکری. ج ۷. بیروت: مؤسسه الرسالة، ۱۴۰۹ ق.

۹. معین، محمد. فرهنگ فارسی معین. تهران: انتشارات فرهنگ، ۱۳۸۷.

۱۰. مولوی، جلال‌الدین محمد. مثنوی معنوی. شرح کریم زمانی. دفتر ششم. چاپ بیست و دوم. تهران: اطلاعات، ۱۳۹۳.

۱۱. _____ مثنوی معنوی. شرح ولی محمد اکبرآبادی. تهران: چاپ سنگی، ۱۳۸۰.

۱۲. همایی، جلال‌الدین. مولوی‌نامه. چاپ پنجم. تهران: آگاه، ۱۳۶۲.