

شیوه‌های اقناع مخاطب در کشف‌المحجوب هجویری در آینه نقد رتوریک

فاطمه سادات طاهری*

سعیده بیرجندی**

چکیده

کشف‌المحجوب هجویری یکی از قدیمی‌ترین کتاب‌های عرفانی فارسی است که همواره از جنبه‌های مختلف به‌ویژه تعلیم مبانی عرفانی اهمیت داشته و دارد؛ توجه به این اثر تا اندازه بسیاری تحت تأثیر قدرت نویسنده در اقناع مخاطب است. مقاله حاضر با هدف بررسی روش‌های اقناع مخاطب در کشف‌المحجوب هجویری با تکیه بر نقد رتوریک و به روش کیفی و با کاربست شیوه توصیفی تحلیلی نوشته شده و به دنبال پاسخ به این پرسش است که هجویری از کدام شیوه‌ها برای اقناع مخاطب استفاده کرده و کدام‌یک از عناصر موجود در کشف‌المحجوب بر پذیرش خواننده اثرگذار بوده است؟ نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که هجویری با به‌کارگیری روش‌هایی مانند ارائه مطالب اخلاقی و انسانی، استفاده از زبانی آشنا، سبکی دوسویه و تعاملی، استدلال، استشهاد و استناد، استفاده از داستان و حکایت و نیز استفاده از صنایع ادبی مانند تمثیل، تشبیه، کنایه و استعاره، برای اقناع مخاطب خود بهره برده است.

کلیدواژه‌ها: اقناع مخاطب، کشف‌المحجوب، هجویری، تصوف، نقد رتوریک.

* استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه کاشان، نویسنده مسئول / taheri@kashanu.ac.ir

** دانش‌آموخته دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه کاشان / birjandi@grad.kashanu.ac.ir

۱. مقدمه

انسان‌ها در ارتباطات خود همواره می‌کوشند تا اندیشه‌ها و باورهای خویش را با استفاده از روش‌های مختلف به مخاطب القا کنند و بر ذهن و روان مخاطب اثر بگذارند. استفاده از روش‌های مختلف اقناع، به‌ویژه در متون ادبی، کاربردهای بسیاری دارد. در متون عرفانی نیز به‌عنوان بخشی از آثار ادبی، روش‌های مختلف اقناع دیده می‌شود؛ زیرا عارفان نیز به‌عنوان افرادی که به سرنوشت و سعادت بشر اهمیت می‌دادند و همواره به‌دنبال راهنمایی و هدایت انسان‌ها بودند، در آثار و کلام خود به طرق مختلف می‌کوشیدند تا بر ذهن مخاطبان‌شان تسلط یابند و آن‌ها را اقناع کنند.

یکی از مباحث مهم در حوزه ارتباطات، اقناع یا همان متقاعد کردن مخاطب است و انسان به‌عنوان یک موجود اجتماعی در ارتباط خود با دیگران، ناگزیر روش‌های متفاوت اقناع مخاطب را به کار می‌گیرد. در حقیقت باید گفت که بشر همواره برای اثرگذاری و مجاب کردن افرادی که با آن‌ها ارتباط داشته از روش‌هایی برای اقناع استفاده کرده است. این مفهوم بنا به گفته کرم‌پور و همکارانش از اساسی‌ترین مفاهیم «نفوذ اجتماعی» به شمار می‌رود (۱۳۹۴: ۲۳) و در تأکید همین معنا، امیرکاوه و اسلامی، آن را بخش جدایی‌ناپذیر زندگی انسان توصیف کرده‌اند (۱۳۹۵: ۱۷۵). در میان آثار ادبا و نویسندگان، تلاش‌هایی برای دستیابی به این نفوذ دیده می‌شود؛ زیرا آن‌ها همواره به‌دنبال انتقال مفاهیم خود به دیگران و اثرگذاری بر آن‌ها بوده و هستند. در این میان، عارفان نیز در آثار و کلام خود به اقناع مخاطب توجه داشته‌اند. هدایت مردم و حل مشکلات آن‌ها دغدغه بسیاری از عارفان بوده است. آن‌ها برای این منظور از روش‌ها و تکنیک‌هایی استفاده کرده‌اند تا بتوانند بر ذهن و روان مخاطب تأثیر حداکثری بگذارند. از جمله این عرفا می‌توان به علی بن عثمان هجویری، عارف قرن پنجم هجری (احتمالاً ۴۲۱-۴۶۵) در اثر عرفانی معروف خود کشف‌المحجوب اشاره کرد. برای بررسی اقناع مخاطب در آثار عرفانی، یکی از بهترین شیوه‌ها نقد رتوریک است؛ زیرا منتقدان رتوریک، بیشتر متونی را بررسی می‌کردند که نه برای لذت، بلکه به‌منظور هدایت و تغییر افکار و باورها یا برانگیختن مخاطب به وجود می‌آمدند

(احمدی، ۱۳۹۴: ۳۴۱). مقاله حاضر با روش کیفی (تحلیلی توصیفی) روش‌هایی را که هجویری برای مجاب کردن (اقناع) مخاطب در اثر خود کشف المحجوب استفاده کرده است، بررسی می‌کند. برای این منظور، پس از مطالعه کتاب مذکور و پیدا کردن موارد مورد نظر مندرج در آن، موارد مذکور با روش‌های اقناع، تطبیق داده شد. هدف این مقاله شناسایی روش‌های اقناعی کشف المحجوب است؛ بنابراین مقاله حاضر در پی پاسخ‌گویی به این پرسش است که هجویری برای اقناع مخاطب خود، چه روش‌هایی را به کار برده است؟ که برای این منظور از بیشتر روش‌های پیشنهادی متولی برای اقناع مخاطب در کتاب افکار عمومی و شیوه‌های اقناع استفاده شده است. روش پیشنهادی متولی با اقناع بلاغی و نقد رتوریکی هم‌راستا است. فرض اصلی مقاله این است که استفاده از آیات، روایات، استدلال و پرسش و پاسخ از شیوه‌های اقناعی هجویری در کشف المحجوب است.

۱-۱. ضرورت انجام پژوهش

کشف المحجوب یکی از کتاب‌های معروف در حوزه عرفان و به زبان فارسی است. این کتاب مملو از تعالیم اخلاقی و عرفانی است که نویسنده به‌عنوان راهنما به مخاطبان خود و خوانندگان اثرش ارائه داده است. هجویری در جای‌جای اثرش کوشیده تا به بهترین روش، مخاطب خود را اقناع کند. بررسی روش‌هایی که نویسنده در این کتاب برای مجاب کردن مخاطبان خود و نفوذ بر جان و ذهن آن‌ها به کار گرفته، افزون بر شناخت بیشتری که از این کتاب به دست ما می‌دهد، ما را با نگرش ذهنی و جهان‌بینی نویسنده آشنا می‌کند.

۲-۱. پیشینه تحقیق

در زمینه اقناع مخاطب و نیز در زمینه کشف المحجوب هجویری تاکنون پژوهش‌های بسیاری انجام شده است که در این قسمت به پژوهش‌های نزدیک به موضوع مقاله حاضر اشاره می‌شود:

نحوی و دهقانی (۱۳۸۹) در مقاله «بررسی ساختار متن در کشف المحجوب» معتقدند که نثر کتاب مذکور در قسمت‌های مختلف، متفاوت است و با موضوع کلام، ارتباط

مستقیمی دارد و در عین حال، نثر این کتاب دارای انسجام و یکپارچگی است. در این مقاله، اشاره‌ای به مسئلهٔ اقناع مخاطب نشده است.

حقیقی (۱۳۹۲) در مقالهٔ «بررسی تأویل اقوال مشایخ در کشف المحجوب هجویری»، سازوکارهای تأویلی سخنان مشایخ مانند صبغه‌های ذوقی، خیالی و استدلالی در تفاسیر و میزان پایبندی مؤلف به ظاهر متن را بررسی کرده است.

مؤذنی و احمدی (۱۳۹۳) در مقالهٔ «درآمدی بر جایگاه فرایند اقناع در فن خطابه و مطالعات ادبی» بیان کرده‌اند که پایه‌های نظری اقناع را نخستین بار ارسطو پی ریخت، اما این مباحث به تدریج مورد توجه نظریه‌پردازان بلاغت قرار گرفت و اندکاندک نوع خاصی از بلاغت، تحت عنوان رتوریک مطرح شد که هدفش توضیح و تبیین کلام اقناعی مخیل بود.

شاگردی (۱۳۹۷) در مقالهٔ «اقناع مخاطب در حدیقه سنایی با احتجاج به آیات و احادیث» روش‌هایی را که سنایی با استناد به قرآن و احادیث، برای اقناع مخاطب خود در اثر مذکورش به کار گرفته، بررسی کرده و نتیجه گرفته که سنایی در موضوعات مختلفی دینی و اخلاقی، برای اثبات سخن خود و تأثیر بیشتر بر مخاطب، از قرآن و احادیث کمک گرفته است.

سیادی‌نژاد، امیری و ذکائی (۱۳۹۷) در مقالهٔ «شگردهای زبانی متنبی در اقناع از منظر پراگماتیسم» به این نتیجه رسیده‌اند که متنبی در انتقال انگیزه‌ها و عواطف به مخاطبان خود از ابزارهای زبانی اقناع، مثل تکرار و روش‌های هارمونی شعری مانند توازن و تصریح استفاده کرده است.

با توجه به پیشینهٔ تحقیق چنین می‌نماید که تاکنون پژوهشی به بررسی روش‌ها و تکنیک‌های اقناع مخاطب در کشف المحجوب هجویری نپرداخته است.

۲. مفاهیم نظری

۱-۲. نقد رتوریکی

نخستین بار افلاطون در رسالهٔ گورگیاس (Gorgias) اصطلاح رتوریک (Rhetoric) را به

کار برده و از آن پس این واژه در معنای «خطابه» کاربرد داشته است. به دلیل توجه بسیار نظریه‌پردازان به مباحث زیبایی‌شناسی و بررسی و طبقه‌بندی مجازها و صنایع بدیعی اندک‌اندک در غرب باستان خطابه به سمت وسوی بلاغت سوق یافت و دانشمندان قرن بیستم، خطابه را به‌عنوان دیدگاهی کلاسیک دربارهٔ ارتباطات انسانی در نظر گرفتند. می‌توان گفت نظریه‌های رتوریک (سستی و جدید) دربارهٔ عملکرد زبان به‌عنوان ابزار ارتباط سخن می‌گویند و بدین سان درک انسان از ارتباطات را افزایش می‌دهند. در واقع نظریه‌پردازان خطابه در دوران کلاسیک و نظریه‌پردازان ارتباطات در دوران جدید، هرکدام با توجه به جهان‌بینی خود به درک فرایند ارتباط کمک کرده‌اند و امروزه رتوریک فرایندی است که انسان‌ها در آن برای برقراری ارتباط با یکدیگر از سمبل استفاده می‌کنند (نک: احمدی، ۱۳۹۷: ۱۸-۱۷).

عده‌ای این نقد را تحلیل کلامی اقناع می‌دانند و فقط به خطابه‌ها و موعظه‌ها می‌پردازند. در مقابل عده‌ای دیگر ابعاد رتوریک همهٔ انواع کلام را مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهند (قهرمانی و حسینی، ۱۳۹۶: ۱۲۶).

با گسترش معنای رتوریک، رویکردی انتقادی موسوم به نقد رتوریک (Rhetorical criticism) پدید آمد که گاه نقد ارتباطات (Communication criticism) نیز خوانده می‌شود (نک: احمدی، ۱۳۹۷: ۱۸). مباحث رتوریک اندک‌اندک به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخه‌های نقد ادبی تجدید حیات کرد و به این شکل، نقد رتوریک به وجود آمد (قهرمانی و حسینی، ۱۳۹۶: ۱۲۶).

نقد رتوریک به‌عنوان جریان انتقادی که ارتباطات انسانی را ارزیابی می‌کند، تمام مصنوعات انسانی (Artifacts)^۱ را در بر می‌گیرد و به بررسی متنی خاص یا ژانری خاص منحصر نمی‌شود، بلکه تمام ارتباطات انسانی اعم از ادبی و غیرادبی و تصویری و غیرتصویری را فرامی‌گیرد. در واقع تمامی اشکال ارتباط اعم از خطابه، مقاله، مکالمه، شعر، رمان، داستان، برنامهٔ تلویزیونی، فیلم، هنر، معماری، بازی، موسیقی، رقص، تبلیغات، مبلمان و چیدمان داخلی، تظاهرات عمومی و طرز پوشش، مصنوعات هستند که می‌توان آن‌ها را

در نقد رتوریک تحلیلی کرد. نقد رتوریک و شاخه‌های مختلف آن فضایی را فراهم می‌کند تا صاحب‌نظران، ارتباطات انسانی را ارزیابی و زوایای تازه‌ای از شیوه‌های ارتباطی را کشف کنند (نک: احمدی، ۱۳۹۷: ۱۷-۱۹).

فهم چگونگی عملکرد کلام برای ایجاد تغییر در فرستنده، گیرنده یا محیط ارتباط و اصلاح کلام اقناعی، اهداف عام نقد رتوریک هستند و فنون تحلیل و معیارهای رایج برای ارزیابی ارتباط اقناعی، ابزارهای مورد نیاز هنرهای عملی در نقد رتوریک هستند.

ناقد رتوریک به سرشت اجتماعی واقعیت و رابطه متقابل زبان و کنش انسانی توجه می‌کند و به هر نظریه و روشی که انگیزه گویندگان، پاسخ مخاطبان، ساختارهای کلامی و تغییرات محیط را - که شامل رفتار و باور مخاطبان می‌شود - توضیح می‌دهد، دقت می‌کند. در نقد رتوریک فقط متون ادبی بررسی نمی‌شوند، بلکه این نوع نقد طیف وسیع‌تری از آثار اعم از گفتمان عمومی (دعای حقوقی، رساله‌ها، گفتارهای سیاسی و سخنرانی‌ها) و متون ادبی را بررسی می‌کند. هدف منتقد رتوریک از نقد متون ادبی، بررسی چستی این آثار نیست، بلکه به دنبال بررسی آن است که آثار ادبی، جهان بیرون از اثر را چگونه تغییر می‌دهند (مکاریک، ۱۳۸۵: ۳۶۶-۳۷۰). ناقدان رتوریک در قرن بیستم سه دوره سستی، گذار و معاصر را پشت سر گذاشته‌اند و بین رتوریک کلاسیک و نوین تمایز قائل شده‌اند؛ مثلاً خطابه را از نظر تقسیم‌بندی به مقدمه، پیشینه و چکیده، تقسیم‌بندی موضوعی، استدلال‌له، استدلال‌علیه و نتیجه بررسی می‌کنند؛ اما ناقدان رتوریک نوین به دلیل اهمیت بسیار انگیزه گوینده و اثرگذاری کلام او بر مخاطب، جنبه‌های نمادین زبان، مسائل برون‌زبانی پاسخ مخاطب، نیت مؤلف، کفایت زبان برای انتقال نیت‌ها و تغییر رفتار را ارزیابی می‌کنند (نک: همان: ۳۷۰-۳۷۱).

از آنجا که مباحث رتوریک (بلاغت حاصل پیوند با خطابه) برای تحلیل آثار ادبی و غیرادبی روش واحدی نداشتند و پیروان آن از یک مکتب تحلیلی و تفسیری واحد تبعیت نمی‌کردند، بیشتر منتقدان رتوریک معتقدند برای ارزیابی آثار ادبی و غیرادبی همواره باید انواع شیوه‌های اقناع مخاطب را بررسی کرد (نک: احمدی، ۱۳۹۶: ۷۳).

این متقدمان افزون بر تأکید بر پیوند خطابه و ادبیات به ماهیت اقناعی این دو فن نیز توجه ویژه‌ای کردند و اساس کارشان را بر پایه اقناع نهادند (نک: مکاریک، ۱۳۸۵: ۳۳۴-۳۶۶). پیروان نقد رتوریکی نشان دادند که فرایند اقناع به‌عنوان برجسته‌ترین عامل موفقیت در خطابه در ادبیات نیز اهمیت دارد؛ از این رو در کنار آثار اخلاقی و تعلیمی‌ای که به زبان ادبی نوشته می‌شوند و نویسنده آشکارا قصد اقناع مخاطب را دارد، تقریباً در تمام قالب‌ها و گونه‌های ادبی دیگر - البته با سطوح متغیر - بین آثار ادبی و خطابه به‌گونه‌ای همسویی وجود دارد؛ چنان‌که بالاترین سطح آن در آثار تعلیمی و کمترین اندازه آن در آثار غنایی دیده می‌شود (نک: دیکسون، ۱۳۸۹: ۶۹).

۲-۲. اقناع

درباره طبیعت و ماهیت اقناع، دیدگاه‌ها متفاوت است. بسیاری از افراد معتقدند که در هر گفتمانی به‌نوعی اقناع وجود دارد (مؤذنی و احمدی، ۱۳۹۳: ۹۵). اقناع مصدر عربی بر باب «افعال» و از ریشه «قنع» است که در معجم اللغة عربی معاصر در توضیح آن نوشته شده است: «اقنعه بالحجة و الدلیل جعله یطمئن و یسلم بما اراده له - اقنعه بصدق نیاته/ برآیه - یکسب او یضم شخصاً الی صفه بالاقناع» (عمر، ۱۴۲۹ق: ذیل قنع): او را با حجت و دلیل قانع کرد، او را مطمئن کرد و به آنچه برای او اراده کرده بود، تسلیم کرد - او را با نیت راستین یا تصمیم خود قانع کرد - شخصی را به دست آورد و به گروه خود ملحق کرد و نویسنده فرهنگ معاصر عربی فارسی برای اقناع معانی تشویق، تحریک، اجبار، متقاعدسازی نظریه یا عقیده از روی اطمینان را نوشته است (آذرنوش، ۱۳۹۸: ذیل قنع) و فرهنگ آکسفورد در تعریف این واژه، آن را فرایند مجاب کردن دیگران معنا کرده است (۱۳۹۳: ذیل Persuasion). بسامد و کاربرد این اصطلاح در علوم ارتباطات، جامعه‌شناسی، تبلیغات و روان‌شناسی اجتماعی، بسیار بالاست و تاکنون تعاریف زیادی نیز از این اصطلاح، ارائه شده است. متولی آن را «بسندگی، پذیرش و اشباع» و دستیابی به رضایت و نیز روشی برای نفوذ بر ذهن افرادی خاص و راضی نمودن اشخاص معرفی کرده است (۱۳۸۴: ۱۴۹). به‌طور کلی، اقناع نوعی فرایند ارتباطی با هدف نفوذ در گیرنده پیغام به شمار

می‌رود؛ یعنی پیغامی به شخصی به‌عنوان یک گیرنده داده می‌شود و توقع می‌رود که آن پیغام در گیرنده، اثر کند (مرادی، ۱۳۸۴: ۲۱).

فتح‌اللهی و کاملی، ارتباط اقناعی را تلاشی فعال و آگاهانه دانسته‌اند که هدف اصلی آن، تغییر دادن باور، نگرش و رفتار انسان‌هاست (۱۳۹۴: ۷۸). برخی از صاحب‌نظران برای اقناع مفهوم منفی در نظر گرفته‌اند، این در حالی است که اقناع دو حالت کلی و دو کاربرد دارد؛ کارکرد نخست آن، استفاده از اقناع برای اجبار و تحمیل مسئله‌ای به مخاطب است و دیگری استفاده از این شیوه به منظور آگاهی‌بخشی و هدایت افراد است (امیرکاو و اسلامی، ۱۳۹۵: ۱۷۷)؛ بنابراین براساس پیام و هدف و شیوه استفاده‌شده گوینده، اقناع می‌تواند بار معنایی مثبت یا منفی داشته باشد. از مجموع تعاریف ارائه‌شده، می‌توان اقناع را این‌گونه معرفی کرد: اقناع تلاشی است برای راضی کردن دیگران و وادار کردن آن‌ها برای پذیرش مطلبی. در حقیقت هدف از این تلاش، نفوذ کردن در ذهن مخاطب و سلطه بر اندیشه اوست. اما سؤال مهم اینجاست که این اثرگذاری و نفوذ چگونه انجام می‌شود. متولی، مشکل عمده بشر در تمام تاریخ را دستیابی به اقناع آسان دیگران دانسته است (۱۳۸۴: ۶۹).

به‌طور کلی، شیوه‌های اقناع به دو دسته تقسیم می‌شود: نخست، اقناع علمی و منطقی و دوم: اقناع بلاغی که در آن، مدعا ضرورتاً با دلیل و برهان ثابت نمی‌شود. در ادبیات، اقناع بلاغی کاربرد دارد. اقناع بلاغی، تنها اقناع محض نیست بلکه تشویق و ترغیب و برانگیختگی را نیز در بر می‌گیرد (احمدی، ۱۳۹۴: ۳۴۲). در واقع اقناع بلاغی، اقناع مورد بررسی نقد رتوریک است که - همان‌طور که پیش‌تر گفته شد - اغلب در متونی که با هدف تعلیم و هدایت مخاطب ایجاد می‌شوند، قابل بررسی است.

۲-۳. روش‌های اقناع مخاطب

برای جلب توجه و نظر مخاطب و در نهایت اقناع او، باید روش‌هایی را به کار برد. روش‌هایی که بر اساس آن، شخص «می‌تواند حتی تفکر و اندیشه مخاطب را با نوعی جبر و تحمیل همراه سازد» (امیرکاو و اسلامی، ۱۳۹۵: ۱۷۷). روش‌های اقناع مختص به

دوران معاصر نیست و در میان نویسندگان قدیمی نیز تلاش‌هایی برای اقناع مخاطب دیده می‌شود. هر نویسنده از روش‌های خاصی برای این منظور استفاده کرده است. متولی یکی از نویسندگان معاصر در این حوزه است. وی در کتاب *افکار عمومی و شیوه‌های اقناع*، روش‌های اقناع را بدین شرح برمی‌شمارد:

۱-۳-۲. اظهار هدف و نیت خیر: به این معنا که مبلّغ در ارتباطاتش نیت و هدف درست و خیری داشته باشد و بتواند آن نیت خیر را به مخاطب نشان دهد (۱۳۸۴: ۱۵۱)؛ به بیان دیگر، هدف مبلّغ یا شخصی که به دنبال اقناع مخاطب خود است، باید همراه با صداقت و راستی باشد و این صداقت را به مخاطب نیز منتقل کند؛

۲-۳-۲. نگرشی چندوجهی: یعنی نگرشی که نه سیاه باشد نه سفید. متولی معتقد است که «مطلق‌انگاری» و «تک‌وجهی» سزاوار انسان عاقل نیست و این امر در مجاب کردن مخاطب، تأثیر معکوس می‌گذارد (همان: ۱۵۷)؛

۳-۳-۲. صداقت: راستی، درستی و صداقت، موجب می‌شود تا پیغام ارسال شده به راحتی بر دل و جان مخاطب، مؤثر واقع شود و نیز موجب اعتمادسازی و تقویت اطمینان آن‌ها می‌شود (همان: ۱۶۳)؛

۴-۳-۲. صراحت: به این معنا که سخن، شامل مجموعه‌ای پراکنده از موضوعات مختلف نباشد به شکلی که در انتهای بحث، مخاطبان چیزی به دست نیاورند؛ یعنی سخن باید دارای شفافیت و وضوح کامل باشد (همان: ۱۶۶)؛

۵-۳-۲. منفعت: متولی معتقد است که اصل اساسی متقاعدسازی، منفعت‌طلبی است و تمام انگیزه‌ها و عوامل محرک انسان، تحت‌الشعاع همین موضوع است (همان: ۱۶۸)؛

۶-۳-۲. مرغوبیت و حقانیت: به‌طور کلی مرغوبیت و حقانیت در گفت‌وگو به این معناست که آیا شخص سخنران، نسبت به پیامی که به دنبال انتقال آن به دیگران و مجاب کردن آن‌هاست، دارای اعتبار و لیاقت کافی هست یا خیر (همان: ۱۷۲)؛

۷-۳-۲. دوسویه و تعاملی: به این معنا که پیام مورد نظر مبلّغ، باید در فضایی همراه با پرسش و پاسخ باشد و گوینده امکان پرسیدن سؤالات مختلف را به مخاطب بدهد (همان: ۱۷۲)؛

۸۳-۲. ترتیب و تنظیم: یعنی مطلب باید دارای نظم و دسته‌بندی منظمی باشد (همان):

؛(۱۷۷)

۹۳-۲. اخلاقی و انسانی بودن پیام: به این معنا نیست که پیغام مورد نظر، لزوماً حاوی پند و اندرز باشد، بلکه پیغام باید اخلاق‌مدارانه و سزاوار شأن انسان باشد (همان: ۱۸۱)؛

۱۰-۳-۲. به‌کارگیری زبان آشنا در انتقال پیام: یعنی زبان به‌گونه‌ای باشد که مخاطب با آن، آشنایی داشته باشد و مفهوم را درک و فهم کند. زبان مبلّغ نباید زمخت و خسته‌کننده باشد و نیز طوری نباشد که مخاطب، برای درک آن نیاز به تفکر طولانی داشته باشد (همان):

؛(۱۸۲)

۱۱-۳-۲. مطالب باید مستند و مستدل باشد؛

۱۲-۳-۲. استفاده از ابزار مناسب: شخص باید برای انتقال پیامش به مخاطب و

اثرگذاری هرچه بیشتر بر او از ابزارهای مناسب استفاده کند؛

۱۳-۳-۲. پیام باید معقول و منطقی باشد؛

۱۴-۳-۲. پیام باید فراکلیشه‌ای باشد؛

۱۵-۳-۲. پیامی که مبلّغ به‌دنبال انتقال آن است، باید جذابیت داشته باشد؛

۱۶-۳-۲. گوینده باید مهارت مخاطب‌شناسی داشته باشد (۱۸۵-۲۰۳).

مقاله حاضر برای بررسی شیوه‌های اقناعی کشف‌المحجوب از روش‌های پیشنهادی کاظم متولی در کتاب *اقناع‌سازی و ارتباطات اجتماعی* که با نقد رتوریک هم‌خوانی دارد، استفاده کرده است. باید یادآوری شود که در این پژوهش با توجه به ویژگی‌های متن کشف‌المحجوب، از همه این روش‌ها استفاده نشده است و تغییراتی در این روش‌ها اعمال شده است؛ بنابراین از میان روش‌های متولی، هدف و نیت خیر، صداقت، صراحت، ترتیب و تنظیم، دوسویه یا تعاملی، اخلاق انسانی، زبان آشنا، مستدل و مستند و منشأ مشروع، مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ از سوی دیگر، استفاده از داستان و حکایت و صنایع ادبی نیز که به‌عنوان روش‌های ادبی اقناع مورد بررسی نقد رتوریک است، در نظر گرفته شده است. در

تحلیل شیوه‌های شانزده‌گانه فوق در کشف المحجوب، برخی از موارد تحت یک دسته‌بندی قرار گرفته است؛ به همین دلیل در مجموع، شیوه‌های اقناع مخاطب در کتاب مذکور در ده دسته‌بندی بررسی شد.

۳. بررسی شیوه‌های اقناع مخاطب در کشف المحجوب در آیینة نقد رتوریکی

در این بخش روش‌هایی که هجویری در کشف المحجوب برای مجاب کردن مخاطبان خود به کار گرفته است، بر اساس نقد رتوریکی بررسی می‌شود.

۳-۱. هدف و نیت خیر گوینده

هجویری در ابتدای کتاب خویش از هدف و غرض اصلی خود در نگارش این اثر، سخن گفته و بیان کرده است که پس از استخارت برای تألیف کشف المحجوب، «اغراضی که به نفس بازمی‌گشت را از دل ستردم» (۱۳۹۳: ۷) و سپس در صفحه بعد، این سخن را توضیح می‌دهد که منظورش آن بوده که چون هر کاری که غرض نفسانی داشته باشد و برآمده از جان و دل نباشد، به دشواری و انحراف دچار می‌شود، او نیز برای نگارش این اثر، دل خود را از هر امر مادی پاک گردانده است (همان: ۸) تا به این واسطه، اثرش را از انحراف بازدارد. او همچنین هدفش از نگارش این کتاب را به جا ماندن اثری از خود پس از مرگش نوشته است. وی در جایی از کتابش در بیان هدف نگارش این اثر می‌گوید که به دنبال آن بوده که کتابش همچون صیقلی باشد برای دل‌های گرفتار در زشتی که اندکی از نور حق در آن‌ها موجود است، به امید آنکه به برکت مطالعه این کتاب، آن زشتی و گمراهی از دل‌های ایشان برداشته شود (همان: ۹). در بخش مقدمه کتاب نیز، نویسنده خطاب به ابوسعید هجویری تأکید می‌کند که این کتاب را برای تعلیم به او و سایر خوانندگان نگاشته است (همان: ۲۸). با توجه به اینکه نویسنده چندین بار به هدف و نیت خیر خود در نگارش آن اثر اشاره کرده، نمی‌توان در هدف وی تردید کرد؛ همچنین همین موضوع که نویسنده در جای‌جای اثرش بر درستی هدف خویش تأکید نموده، ضمن اینکه صداقت وی را می‌رساند، موجب اثرگذاری بیشتر کلام وی بر جان خواننده و همچنین تأثیر مثبت بر ذهن و نگرش مخاطب در پذیرش سخنان نویسنده می‌شود.

۲-۳. صداقت و صراحت داشتن گوینده

صداقت و صراحت، دو عامل تأثیرگذار مجزا و مستقل در باب اقناع مخاطب هستند که در اینجا به دلیل قرابت مفهومی شان، با هم بررسی می‌شوند.

یکی از عوامل مهمی که صداقت هجویری را نشان می‌دهد، حضور او در کتاب است؛ به این معنا که حضور نویسنده و اظهار نظرهای او را در سراسر کتاب به وضوح می‌توان دید؛ چنان‌که گویا خود در کنار مخاطب ایستاده و از ابتدا تا انتها او را همراهی می‌کند. این موضوع باعث اعتماد مخاطب و مجاب کردن هرچه بیشتر وی می‌شود و نشان‌دهنده صداقت او نیز هست: «مرا که علی بن عثمان الجلابی ام وفقنی الله وقتی واقعه‌ای افتاد و بسیار مجاهدت کردم امید آن را که واقعه حل شود نشد...» (هجویری، ۱۳۹۳: ۴۱) و «من که علی بن عثمان الجلابی ام وفقنی الله می‌گویم که اندر آن زمانه مر ملامت را فعلی می‌بایست مستنکر و پدید آمدن به چیزی به خلاف عادت» (همان: ۳۹). نکته قابل توجه دیگر اینکه برخورد و تعامل هجویری با مخاطب در کتابش، معلم‌گونه است (نحوی و دهقانی، ۱۳۸۹: ۱۵۳) و این را می‌توان از استفاده مداوم وی از عبارات و کلماتی مانند «بدان که» (هجویری، ۱۳۹۳: ۴۰ و ۵۱) و «بنگر» (همان: ۵۵ و ۹۸) متوجه شد. از سوی دیگر، سبک هجویری به گونه‌ای است که علاوه بر حضور نویسنده، حضور مخاطب را نیز در این کتاب می‌توان احساس کرد. او در بسیاری از موارد، خوانندگان خود را مخاطب قرار می‌دهد؛ به گونه‌ای که گویا آن‌ها را در مقابل خود می‌بیند: «اکنون من کشف حجاب ابواب معاملات و حقایق اهل تصوف با براهین ظاهر... بیان کنم تا طریق دانستن مقصود بر تو آسان شود...» (همان: ۱۶۱). این موضوع خود، مبین صداقت نویسنده و موجب اعتمادسازی است که در زمینه اقناع مخاطب بسیار ضروری می‌نماید.

همچنین کشف المحجوب، دارای وضوح و صراحت کافی است، به طوری که تمام بخش‌های کتاب، دارای وحدت معنایی هستند و مؤلف کوشیده تا هر مطلب را با انواع مثال‌ها، آیات، احادیث، داستان‌ها و روایات به خوبی تبیین و تحلیل کند و پس از آن در پایان هر بخش، نتیجه‌گیری نیز کرده است و به این ترتیب، مطالبش را برای فهم و درک بهتر

مخاطب جمع‌بندی نموده است؛ مثلاً در پایان باب فقر می‌گوید: «پس اینجا اهل مقامات، مسکین را صوفی خوانند و این اختلاف به اختلاف فقها رضی الله عنهم متصل است. به نزدیک آن که فقیر مجرد بود و مسکین صاحب بلغه، فقر فاضل‌تر از صفوت و به نزدیک آن که مسکین مجرد بود و فقیر صاحب بلغه، صفوت فاضل‌تر از فقر» (همان: ۳۷)؛ بنابراین چنان‌که بیان شد، کشف المحجوب دارای صراحت کافی است و مطالب، چه در هر فصل و چه در پایان فصول، به‌خوبی و همراه با وضوح، برای مخاطب توضیح داده شده است.

۳-۳. نظم و ترتیب در پیام

کشف المحجوب به‌عنوان کتابی که حاوی پیام‌هایی است که هجویری در پی انتقال آن‌ها به مخاطب است، بر اساس نظم خاصی مرتب شده است. نیکلسون ترتیب مطالب این کتاب را تا حدود زیادی بر پایه‌ی *اللمع سراج طوسی* دانسته است (۱۳۸۴: ۲۳). این کتاب از یک مقدمه و چند باب تشکیل شده و در پایان باب‌ها نیز سه بخش در معرفی مشایخ صوفیان، فرقه‌های تصوف و کشف حجاب‌ها آمده است. همچنین ساختار همه‌ی باب‌های این کتاب با یکدیگر یکسان است؛ بدین صورت که نویسنده، هر باب را با آیه یا حدیث یا داستانی مرتبط با موضوع آن باب، آغاز کرده و پس از آن، وارد شرح مطلب شده است (نک: هجویری، ۱۳۹۳: ۱۶-۵۶). نحوی و دهقانی معتقدند که با وجود استقلال هریک از این بخش‌ها، همه‌ی آن‌ها از لحاظ محتوا با هم در ارتباطند و پرسش ابوسعید هجویری و پاسخ مؤلف به او در مقدمه‌ی کتاب، همچون هسته‌ای مرکزی، تمام بخش‌های این کتاب را از ابتدا تا انتها به هم پیوند داده است و در واقع، همه‌ی بخش‌های کتاب، به‌نوعی پاسخ همان پرسش ابوسعید است (۱۳۸۹: ۱۴۹-۱۵۰). این نظم موجود در سرتاسر کتاب، موجب می‌شود که مخاطب در حین مطالعه، دچار آشفتگی نشود و با اثری مرتب و دسته‌بندی شده رو به رو شود.

۳-۴. اخلاقی و انسانی بودن پیام

هرآنچه هجویری در اثر مورد بررسی‌اش بیان کرده، دارای بُعد اخلاقی و انسانی است. این موضوع را می‌توان به‌وضوح در لابه‌لای کشف المحجوب دید. هجویری همواره به‌دنبال هدایت مردم و بیان موضوعات اخلاقی در شأن انسان و جایگاه او بوده است؛ بنابراین

مطالبی که در اثرش آورده نیز همگی دارای بار اخلاقی است. نمونه‌های بسیاری از این مطالب را می‌توان در کتاب وی دید، از جمله: «بر تو بادا علم آموختن و اندر آن کمال طلبیدن و کمال علم بنده جهل بود به علم خداوند، عزّ اسمه، باید که چندان بدانی که بدانی که ندانی...» (هجویری، ۱۳۹۳: ۲۸). همچنین نگاهی به عناوین ابواب و بخش‌های کتاب نیز، این گفته را تأیید می‌کند. اخلاقی بودن مطالب، موجب جلب اعتماد مخاطب به آن‌ها و گوینده آن‌ها می‌شود (متولی، ۱۳۸۴: ۱۸۱) و کشف‌المحجوب نیز از این ویژگی برخوردار است.

۵.۳ به‌کارگیری زبان آشنا

هجویری کتاب خود را به زبان فارسی و برای استفاده فارسی‌زبانان نوشته است. در واقع این کتاب، «نخستین متن مستقل صوفیانه به زبان فارسی است» (حقیقی، ۱۳۹۲: ۱۹۳) و ثاقبی جلال، زبان این کتاب را بسیار پخته توصیف کرده و معتقد است که چون این کتاب، آخرین اثر مؤلف است، در نهایت پختگی زبانی و فکری نگاشته شده است (۱۳۹۴: ۱۲۴). البته زبان هجویری، زبان مردم قرن پنجم هجری قمری است و باید با زمان خود وی مقایسه شود؛ از سوی دیگر هجویری کتابش را برای علاقه‌مندان به تصوف نوشته است؛ بنابراین توقع می‌رود که مخاطبان و خوانندگان این اثر تا حدودی با تصوف و عرفان، آشنایی داشته باشند. زبان هجویری، آنقدر آشنا و واضح است که پس از گذشت قرن‌ها، همچنان به‌وضوح درک می‌شود. مقطع ذیل، بخشی از کشف‌المحجوب هجویری است: «راه به خدا چه چیز است؟ گفت: اگر ورا بشناسی، راه بدو هم بدانی. آنگاه بگفت: من می‌پرستم آن را که ورا نشناسم و تو می‌عاصی شوی در آن که ورا می‌بشناسی» (هجویری، ۱۳۹۳: ۶۱). موضوع دیگری که به روانی زبان این کتاب کمک کرده، آن است که نویسنده در بسیاری از موارد، وقتی که جمله یا عبارتی را به عربی آورده است، آن را به فارسی نیز ترجمه کرده تا مطلب برای افراد ناآشنا به زبان عربی نیز واضح گردد: «این عمرو بن عثمان از وی روایت کند که او را گفتند: "ما مالک؟" قال: "الرضاء عن الله و الغناء عن الناس." مال تو چیست؟ گفت: مال من رضا به خداوند تعالی و بی‌نیازی از خلق وی» (هجویری، ۱۳۹۳: ۵۸). چنان‌که مشاهده می‌شود،

وی کوشیده تا با ترجمۀ عبارات عربی، فهم آن را برای مخاطبش ساده‌تر کند؛ بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که کشف المحجوب نه‌تنها دارای زبانی آشنا و قابل فهم برای مخاطب است بلکه نویسنده، خود نیز به روان‌سازی هرچه بیشتر زبان اثرش تأکید داشته است.

۳-۶. دوسویه و تعاملی

هجویری مطالب خود را در قالب کتاب ارائه داده است با این حال، سبک او به‌گونه‌ای است که مخاطب، خود را در محفلی علمی احساس می‌کند؛ زیرا هجویری در سراسر کتابش، مطالب را به‌صورت پرسش و پاسخ بیان کرده است؛ برای نمونه، وی در مبحث روح، پس از آنکه نظر خود را در یک جمله بیان کرد که «اندر هستی، روح علم ضروری است»، آیه‌ای از قرآن را دربارهٔ روح آورده، سپس حدیثی از حضرت رسول (ص) نقل کرده و بعد، اقوال مختلفی از گروه‌های نظریه‌پرداز گوناگون ارائه داده است: «گروهی گفتند الروح هو الحیوة الذی یُحیی به الجسد... گروهی از متکلمان نیز بر این‌اند و بدین معنی روح عرضی بود... و گروه دیگر گفتند: هو غیر الحیوة و لا یوجد الحیوة الا معها.. و باز جمهور مشایخ و بیشتری از اهل جماعت بر آن‌اند که روح عینی است» (هجویری، ۱۳۹۳: ۱۵۸). پس از ذکر همهٔ این اقوال، او به مجادله و مباحثه می‌پردازد و با شیوه‌ای پرسش و پاسخی و تعاملی، بحث خود را پیش می‌برد: «اگر گویند که مراد ما بدین قول، قدیمی همیشه بود است، گوئیم به خود قائم است یا به غیر؟ اگر گویند: قدیم قائم به نفس است. گوئیم: خداوند عالم است یا نه خداوند عالم است؟ اگر گویند: نه وی است، اثبات قدیمین باشد و این معقول نیست» (همان: ۱۵۹). بدین ترتیب نویسنده کوشیده تا مطلب مورد نظر خود را با انواع روش‌ها از جمله استناد به آیات و احادیث و نقل نظرات دیگران و سپس ایجاد فضای پرسش و پاسخی در کتابش به‌خوبی به مخاطب خود منتقل کند. این شیوهٔ تعاملی و پرسش و پاسخی موجب می‌شود که خواننده در این کتاب، مجالی برای حضور خود پیدا کند. در ضمن، ابعاد مختلف موضوع نیز بیشتر و بهتر مورد واکاوی قرار می‌گیرد. همچنین شیوهٔ تعاملی و پرسش و پاسخی، ذهن خواننده را نیز بیشتر به چالش می‌کشانند و او را به دنبال کردن بحث، ترغیب و تشویق

می‌کند.

۷-۳. مستدل و مستند بودن پیام

هجویری در جای جای کتاب خود، به منظور استدلال آوردن یا اثبات مسائل از آیات و روایات کمک می‌گیرد؛ برای مثال، وی در ابتدای باب اثبات علم، این باب را ابتدا با آیه‌ای از قرآن «إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ» (فاطر: ۲۸) آغاز کرده و بلافاصله پس از آن، دو حدیث از پیامبر اسلام (ص) درباره اهمیت علم و علم‌آموزی ذکر کرده است (۱۳۹۳: ۱۲). هجویری تقریباً در هر پاراگراف، برای توضیح و تبیین هرچه بیشتر مطلبش و اثبات آن، آیات و احادیث بسیاری درباره موضوع مورد بررسی‌اش آورده است؛ برای نمونه در ادامه همین موضوع اهمیت علم و دانش، به موضوع علم غیر مفید یا مضر می‌پردازد و آیات و احادیثی در زمینه نكوهش آموختن علم مضر و غیر سودمند می‌آورد (همان: ۱۲). در بسیاری از مواقع نیز، وی آیات و اشعاری را لابلای کتابش ذکر کرده است؛ مثلاً درباره اهل بیت (ع)، قصیده میمیه فرزدق (م. ۱۱۰ق) را که در مدح امام سجاد (ع) سروده، با ذکر نام شاعر آورده است (همان: ۴۸).

غیر از آیات قرآن و احادیث پیامبر (ص)، روایات شفاهی، جزو منابع اولیه کشف المحجوب هستند. هجویری مطالبی را نیز از اشخاص دیگری با ذکر منبع نقل کرده است؛ برای نمونه، وی در باب علم از چندین شخصیت از جمله محمد بن الفضل البلخی (م. ۳۱۹ق)، ابوعلی ثقفی (م. ۳۲۸ق)، یحیی بن معاذ (م. ۲۵۸ق) و ابوبکر وراق ترمذی (م. ۲۸۰ق) سخنانی نقل کرده است. نقل روایات مختلف با ذکر اسامی راوی، یکی از شیوه‌های اقناعی هجویری است که آن را در سرتاسر کتاب خویش رعایت کرده است؛ مثلاً در باب فقر، سخنانی از برخی بزرگان و عارفان، مانند شبلی (م. ۳۳۴ق)، بشر حافی (۱۵۰-۲۲۷ق)، ابوالحسن نوری (م. ۲۹۵ق) و جنید (۲۱۵-۲۹۸ق) نقل کرده است (همان: ۲۰). از آثار متصوفه که هجویری در کتاب خود از آن‌ها یاد کرده، می‌توان به اللمع اثر ابونصر سراج طوسی (م. ۳۷۸ق) و کتاب تاریخ المشایخ ترمذی اشاره کرد (هجویری، ۱۳۹۳: ۲۹). همه این موارد نشان‌دهنده آن است که هجویری توجه خاصی به مستدل بودن کلام خویش داشته

است و می‌کوشیده تا کلامش را با آیات و احادیث و منابع دیگر، تقویت کند تا بدین شیوه، تأثیر بیشتری بر مخاطبش بگذارد.

۸.۳ ذکر داستان و حکایات

یکی از راه‌های اقناع مخاطب، داستان گفتن برای اوست (صالحی، ۱۳۹۰: ۴۰)؛ یعنی ذکر داستانی که با مطلب مورد نظر گوینده تناسب داشته باشد. داستان، روایتی تخیلی است (نک: شمیسا، ۱۳۸۷: ۳۶۳ و ۳۶۴) که به دلیل برخورداری از جنبه حقیقت‌نمایی، برای مخاطب باورپذیر و در عین حال جذاب است؛ پس می‌تواند در اقناع او بسیار مؤثر باشد. اصطلاح عام روایت - که می‌تواند داستان، قصه، حکایت و حتی افسانه را در بر داشته باشد - معادل «Narrative» انگلیسی است که به هر اثر منظوم یا مشور که دارای حادثه، شخصیت، نقل‌گفتار و اعمال شخصیت‌ها (کنش) باشد، گفته می‌شود (نک: داد، ۱۳۸۷: ۲۵۳). نکته قابل توجه اینکه داستان‌ها و حکایاتی که در این تمثیل‌های روایی بر پایه تشبیه بنا شده‌اند و با ایجاد همانندی بین موضوع مورد نظر نویسنده و اندیشه‌ها و باورهای مخاطب، پذیرش و اقناع مخاطب را تقویت می‌کنند.

از آنجا که برابری و اشتراک مفهومی در روایت و مقصود گوینده موجب ایجاد «برقراری رابطه معنوی و مساوی میان حکایت ظاهری و اولیه با معنای ثانوی» (همان: ۱۶۵) می‌شود، تمثیل در ادبیات داستانی به حکایتی گفته می‌شود که تمام عناصر داستانی و حتی گاه محیط ظاهری در داستان فقط به معنای خودشان حضور ندارند، بلکه برای بیان نظم ثانوی و منظم بین اشیا، مفاهیم و حوادث در داستان وجود دارند و حتی شخصیت‌های انسانی در تمثیل‌های روایی، چهره‌های آدم‌گونه و تشخیص‌یافته از مفاهیم انتزاعی هستند (نک: همان: ۱۶۴-۱۶۷). از آنجا که معانی ثانوی در حقیقت، نیت مؤلف و اغراض پنهان او را نشان می‌دهند و اهداف فرستنده پیام اقناعی را که با اسلوبی خاص و به شیوه‌های متفاوت جلوه‌گر می‌شود، نمایان می‌سازند (نک: احمدی، ۱۳۹۴: ۳۴۳) و داستان و روایت‌های تمثیلی به سبب ویژگی‌های خود از این قابلیت برخوردارند، هجویری و دیگر عرفا برای تأثیر بر مخاطب و پذیرش وی با به‌کارگیری داستان و حکایت‌های تمثیلی می‌کوشند به اقناع خواننده و پذیرش

وی دست یابند که اوج این هنر را در مثنوی معنوی مولانا می توان دید.

در دوران هجویری، حکایت پردازی، جایگاه خاصی در میان متصوفه داشته است. آن‌ها از داستان به عنوان ابزاری برای بیان اندیشه‌های عرفانی و صوفیانه خود استفاده می کردند (وثاقتی جلال، ۱۳۹۴: ۱۲۵)؛ از این رو در کشف المحجوب، تعداد زیادی داستان دیده می شود. هجویری برای تبیین و تفهیم اندیشه‌های خود و باورپذیری و تغییر رفتار مخاطب، حکایات‌های کوتاه مرتبط با موضوع مورد بحثش را می آورد؛ مثلاً در توصیف صفای قلب مؤمن در اثر یاد و ذکر خداوند، حکایتی از پیامبر (ص) و یکی از یاران ایشان به نام حارثه آورده است (هجویری، ۱۳۹۳: ۲۴). یا در جای دیگر درباره توصیه به متصوفه برای پوشیدن مرقع، حکایتی را از دو درویش عراقی که یکی صاحب مشاهدت و دیگری صاحب مجاهدت بود، نقل کرده است (همان: ۳۲). یا مثلاً در باب «الصحبة فی السفر و آدابها»، حکایت کوتاهی به نقل از شیخ ابومسلم فارس بن غالب الفارسی، درباره سفر یکی از صوفیان و ملاقات وی با شیخ نقل کرده و در ضمن بیان این حکایت، آداب سفر را نیز آموزش داده است؛ از جمله اینکه مسافر باید حافظ سنت باشد و هنگامی که به مقیمی رسد به او سلام کند (همان: ۲۰۷). نمونه این گونه حکایات را در سراسر کشف المحجوب، می توان دید (نک: همان: ۳۰ و ۳۱). هدف هجویری از بیان این روایات، اثبات کلام خویش به منظور اقناع مخاطب است.

۹-۳. استفاده از فنون و صناعات ادبی

چون اقناع، امری ذهنی است که با عقاید قلبی و نگرش انسان‌ها ارتباط دارد (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۹۶) و «فرایندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی، غیرکلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً برای تغییر رفتار و وادار کردن آن‌ها به عملی معین تحت تأثیر قرار می دهد» (بینگر، ۱۳۶۷: ۱۰)؛ برخی از سخنوران از مفهوم دوم بلاغت یعنی به کارگیری فنون بیان و صناعات ادبی برای دستیابی به درک درست مخاطب و انگیزش و اقناع وی استفاده می کنند؛ در واقع آن‌ها با استفاده از عناصر موسیقایی کلام و زبان خیالی به دنبال اقناع مخاطب - که یکی از ویژگی‌های ذاتی زبان ادبی است - هستند (نک:

زرین کوب، ۱۳۸۹: ۵۶). اکثر این شاعران و نویسندگان به منظور اثرگذاری بیشتر بر مخاطب و برانگیختن وی برای پذیرش سخنان خود، فنون و صناعات ادبی مثل تشبیه، استعاره، کنایه و تمثیل را به کار می‌گیرند تا علاوه بر آراستن کلام، موجب درک سریع‌تر، درست‌تر و ماندگارتر مخاطب شوند؛ همان طور که در قرآن کریم و احادیث و روایات معصومان (ع) به هدف درک آسان‌تر مقصود، تشبیه، تمثیل و ارسال‌المثل به کار رفته که افزون بر جذابیت متن، روشنگر راه خواننده نیز هستند (نک: علوی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۵).

تشبیه یکی از پرکاربردترین ارکان بیانی در کشف المحجوب است که هجویری برای تبیین بهتر و مؤثرتر مقصود خویش و اثرگذاری بیشتر بر خواننده و اقناع او به کار برده است. او نیز همچون دیگر ادبا و نویسندگان عرفانی برای تبیین دیدگاه‌های خود و توضیح اصطلاحات عرفانی و اقناع مخاطب فنون بلاغت را - که زمینه مورد مطالعه پیروان نقد رتوریکی است - به کار گرفته است. هجویری از میان فنون بیان (تشبیه، استعاره، مجاز و کنایه) بیشتر از تشبیه استفاده کرده است: «آن‌که از صفت خود فانی و به صفت دوستان باقی بود، دوست آن است و احوال ایشان به نزدیک ارباب معانی، چون آفتاب عیان است...» و «زیرا آن‌که غیب بر او صورت گیرد، او حاضر نباشد... اندر دنیا و عقبی، فانی گردد و اندر جوشن انسانیت ربانی...» (هجویری، ۱۳۹۳: ۲۳). بنا بر نظر منتقدان رتوریکی، به جز استفاده از صنایع بدیعی و بیانی، دو شیوه دیگر اقناع یکی اغراض ثانویه کلام است و دیگری صنایعی که ایجاد موسیقی کلامی می‌کنند (نک: مکاریک، ۱۳۸۵: ۳۶۹). این هر دو مورد در سخنان هجویری به وضوح قابل مشاهده است؛ چنان‌که در دو جمله بالا که برای تبیین بهتر مقصود خویش از فن تشبیه کمک گرفته، هدف وی در در جمله نخست، ترسیم روشن و واضح بودن احوال دوستان نزد ارباب معانی است. از این رو آشکار بودن احوال سالکانی را که به فنا رسیده‌اند در نزد ارباب معانی به خورشید تشبیه کرده و در جمله دوم برای تبیین اینکه انسانیت می‌تواند چونان سپری مستحکم، انسان را در پناه خود حفظ کند، آن را به جوشن همانند کرده است؛ همچنین در جایی دیگر گفته است: «مستصوف به نزدیک صوفی از حقیری چون مگس بود» (همان: ۲۴). او در این مثال، حال مستصوف یعنی آنکه برای

اغراض دنیوی خود را به صوفیان همانند کرده، از شدت حقارت به مگس تشبیه کرده است؛ همچنین وی در جای دیگر در توصیف این افراد نوشته است: «چون کسی بیگانه بود، مرقعه وی رقعۀ ادبار بود و منشور شقاوت یوم النشور» (همان: ۷۶). به کارگیری تشبیه در این مثال‌ها به‌منظور بیان معانی ثانوی بوده است. معانی ثانوی، نیت و اغراض پنهان مؤلف را نشان می‌دهد؛ مثلاً در مثال بالا، پست و شقی نشان دادن صوفیان ظاهری و هشدار در خصوص وجود چنین افرادی می‌تواند از اهداف مؤلف باشد که در قالب تشبیه آمده است. هجویری همچنین در ترسیم و توصیف حال دنیا می‌گوید: «دنيا، دار محنت است و ویرانه مصیبت و مفازۀ اندوه و پتیارۀ فراق و گهوارهٔ بلا» (همان: ۳۳) به کارگیری این تشبیهات به‌منظور تأکید بر بدی دنیا و مذمت آن است؛ یا در توصیف امام علی علیه‌السلام از عبارت «غریق بحر بلا و حریق نار و لا» (همان: ۴۴) استفاده می‌کند تا با تشبیه بلا و آزمایش الهی به دریا و دوستی و محبت به آتش ضمن تبیین جایگاه بلا و ولا و ارزش آن‌ها در رستگاری و معرفت الهی، عظمت آن حضرت را نیز نشان دهد. نقد رتوریکی بر گروهی از صنایع که موجب افزایش موسیقی کلام می‌شود، هم تأکید می‌کند (احمدی، ۱۳۹۴: ۳۴۲). پیروان این نوع نقد بر این باورند که این‌گونه صنایع در ایجاد کنش و انگیزش و افزایش قدرت اقناعی کلام مؤثرند؛ مثلاً از نظر آن‌ها کلام مسجع تأثیر بیشتری نسبت به کلام هنجار دارد. در کلام هجویری چنین ویژگی‌ای به‌وضوح دیده می‌شود؛ به‌خصوص در مثال بالا. باید گفت که هجویری نثر مسجع و موزون‌گویی خود را زمانی به کار می‌گیرد که از اولیا و مشایخ سخن می‌گوید (نک: هجویری، ۱۳۸۹: ۱۵۸۸). او مطالب مربوط به ایشان و معرفی آن‌ها را با عباراتی مسجع و غالباً متناسب با احوال و حالات آن‌ها آغاز می‌کند که زیبایی و اثربخشی کلامش را دوچندان می‌کند و به تعظیم مشایخ نزد مخاطب و ترغیب وی به پذیرش سخنان و اقوال ایشان می‌انجامد؛ زیرا تأثیر سخن مسجع به مراتب بیشتر از سخن معمول و مرسوم است.

همچنین هجویری برای بیان گونه‌های «سُکر» نیز از فن تشبیه استفاده می‌کند: «اما سُکر بر دو گونه باشد: یکی به شراب مودت و دیگری به کأس محبت» (همان: ۱۲۶) و در ادامه همین موضوع برای تبیین عظمت «حقیقت» در برابر «سُکر» و «صحو»، حقیقت را به پادشاه و

آن دو را به مهمانی ناخوانده همانند می‌کند و می‌نویسد: «چون سلطان حقیقت روی بنماید، صحو و سکر هر دو طفیلی نماید» (همان)؛ همچنین هجویری برای نشان دادن برتری بایزید بر دیگر عرفا از قول جنید می‌نویسد: «ابویزید اندر میان ما چون جبرئیل است از ملائکه» (همان: ۱۰۷)؛ یا برای ممانعت از ارتکاب شهوات و توصیه به کم‌گویی و سکوت، شهوت را به آتش و سخن گفتن را به شراب تشبیه می‌کند: «آتش شهوت» (همان: ۲۱۹)، «گفتار چون خمر است» (همان: ۲۱۳)؛ یا در عبارت‌های «شما جملگی... چون کشتی‌های روانید اندر دریاها و ستارگان تابنده‌اید» (همان: ۴۵) و «چون متابعان کشتی نوح که بدان نجات یافتند مؤمنان» (همان)، از قول حسن بصری خطاب به امام حسن مجتبی (ع)، بنی‌هاشم را از نظر هدایت و راهنمایی مسلمانان به ستارگان آسمان تشبیه می‌کند و در نجات‌بخشی مردم به کشتی نوح همانند می‌کند. نمونه‌های بالا تعداد اندکی از تشبیهات متعددی است که هجویری در کشف المحجوب به کار برده تا مقصود مورد نظر خویش را به خواننده آسان‌تر منتقل کند و از این راه موجب آمادگی وی برای پذیرش دیدگاه‌های وی شود و همان‌گونه که ملاحظه می‌شود به همین دلیل تشبیهات هجویری در بیشتر موارد از نوع معقول به محسوس و حتی گاهی محسوس به محسوس انتخاب شده است تا ضمن تسهیل درک خواننده، اقناع وی نیز محقق شود.

کاربرد کنایه در کشف المحجوب از نظر بسامد از بین دیگر فنون بیان، بعد از تشبیه دومین جایگاه را دارد، آن‌هم به این دلیل که کنایه از طریق اثبات مفهوم مورد نظر گوینده، پیام او را مؤکدتر، رساتر و قوی‌تر ارائه می‌دهد. هجویری در موارد متعددی از کنایه - که بیشتر در زبان عامه و مردم عادی کاربرد دارد و اتفاقاً مخاطبان هجویری هم از همین گروه‌اند - استفاده کرده تا با ایجاد زبانی مشترک بین خود و مخاطب به اقناع او کمک کند: «گروهی دیگر اندر معاملات، جز تقصیر ندیدند و اندر دل به‌جز خرابی نه» (همان: ۳۳). در این جمله، خرابی دل کنایه از غفلت و دوری دل از یاد خداوند. وی در جای دیگر می‌گوید: «منهم: جگر بند مصطفی و ریحان دل مرتضی، و قره عین زهرا، ابومحمد الحسن بن علی کرم الله وجهه» (همان: ۴۵). در این عبارت «جگر بند»، «ریحان دل» و «قره العین» هر سه کنایه از

فرزند عزیز هستند؛ همچنین هجویری در توصیف طلا و نقره برای نشان دادن فریبندگی ثروت دنیا خطاب به آن‌ها می‌نویسد: «با زر زردروی و یا سیم سفیدکار، به‌جز مرا فریبید که من به شما مغرور نگردم» (همان: ۱۴۵) که اولی کنایه از ناتوان و رنجور و دومی کنایه از منافق و خیانتکار است؛ همچنین در توصیف عالم غافل می‌نویسد: «اگر کونین اندر پله ترازوی وی نهند، پدیدار نیاید» (همان: ۵۹) که کنایه است از اینکه از شدت خودخواهی و جهل، هیچ‌کس و هیچ‌چیز را قبول ندارد؛ همچنین در عبارت «این معنی، کبریت احمر است» (همان: ۵۲)، کبریت احمر کنایه از بسیار نایاب و گران‌بهاست و عبارت «مراد خود را در زیر پای آوریم» (همان: ۲۱۷) که کنایه است از اینکه به امیال و آرزوهای خود غلبه کنیم و همچنین است «آتش شهوت را... بنشانی» (همان: ۲۱۹) که کنایه از غلبه کردن بر شهوت است و... موارد بالا از جمله کنایاتی است که هجویری در کشف‌المحجوب استفاده کرده است. نکته دیگر درباره کنایه‌های هجویری این است که چنان‌که ملاحظه می‌شود، بیشتر کنایه‌های وی از نوع «ایما» هستند که آسان‌ترین گونه کنایه است و افزون بر جذابیت زبان هنری نویسنده به دلیل رواج در بین عامه و آشکار بودن مفهوم آن‌ها، درک معنای آن‌ها دشوار نیست و مخاطب را به زحمت نمی‌اندازد.

هجویری در مواردی نیز از فن استعاره استفاده کرده است که البته از نظر بسامد به هیچ وجه قابل مقایسه با تعداد تشبیه و کنایه‌های او نیست؛ مثلاً در جمله «احوال لباس آفت پوشیده» (همان: ۱۵۰) با استفاده از شخصیت‌بخشی به منظور تبیین امکان خلل‌پذیری احوال عرفانی، آن‌ها را به انسانی تشبیه کرده که لباسی از آفت بر تن کرده‌اند؛ یا در عبارت «از جمله فراز و نشیب طریقت گذشته باشد و ذوق احوال چشیده و شرب اعمال یافته» (همان: ۸۰) برای تبیین دقیق‌تر و روشن‌تر ویژگی‌های پیر و مرشد، طریقت را به مسیر و جاده‌ای پر فراز و نشیب همانند کرده که شیخ باید ناهمواری‌های آن را پیموده باشد و احوال عرفانی را به غذایی تشبیه کرده که مرشد باید طعم آن را چشیده باشد و معاملات عارفانه را نیز به نوشیدنی مانند کرده که پیر باید آن‌ها را نوشیده و از آن‌ها سیراب شده باشد؛ همچنین است ترکیب «مستغرق معنی» (همان: ۱۱۲) در توصیف منصور حلاج که معنویت را به دریایی

تشبیه کرده که حلاج در آن غرق شده است یا در ترکیب «قطب زمانه» (همان: ۱۱۸) که روزگار را به سنگ آسیایی تشبیه کرده که ابوالقاسم کرکائی قطب آن است.

در مواردی نیز هجویری از استعاره مصرحه برای تبیین مقصود خود استفاده می‌کند؛ مثلاً در جایی که می‌خواهد به این موضوع که بعضی از کتب مشایخ به دست ناهلان و جاهلان افتاده اشاره کند، می‌گوید: «چون آن خزانه‌های اسرار خداوند به دست ایشان افتاد» (همان: ۱۰) که در این عبارت، خزانه‌های اسرار خداوند، استعاره از کتاب‌های مشایخ است؛ البته در باب «فی ذکر ائمتهم من الصحابة و التابعین» برای توصیف مقامات و جایگاه مشایخ استعاره‌های مصرحه متعدد و زیبایی را به کار برده است؛ از جمله: «گوهر گنج حیا» (همان: ۹۰) استعاره از عثمان مکی؛ «چراغ امت» (همان: ۹۴)؛ استعاره از امام علی علی (ع)؛ «سفینه تحقیق و کرامت» (همان) استعاره از ذوالنون مصری؛ «فلک معرفت و ملک محبت» (همان: ۱۰۷) استعاره از بایزید؛ «شاهنشاه محبان و ملک الملوک صوفیان» (همان: ۱۱۵) استعاره از ابوسعید ابوالخیر.

هجویری همچنین در بیان اندیشه‌های خویش از تمثیل نیز به‌فراوانی استفاده کرده است؛ تمثیل‌های وی بیشتر از نوع حکایت‌های تمثیلی است که به‌سبب توضیح کافی این موضوع در بخش داستان‌ها و حکایت همین مقاله در اینجا به ذکر یک مثال بسنده می‌شود: «یکی از مدعیان علم، درویشی را گفت: کبود چرا پوشیدی؟ گفت از پیغمبر علیه‌السلام سه چیز بماند: یکی فقر و دیگر علم و سدیگر شمشیر. شمشیر سلطانان یافتند و نه در جای آن کار بستند، و علم علما اختیار کردند و به آموختن تنها بسنده کردند و فقر را فقرا اختیار کردند و آن را آلت غنا ساختند. من بر مصیبت این سه گروه، کبود پوشیدم» (همان: ۳۳). هجویری برای تبیین مطالب خود از ضرب‌المثل نیز استفاده کرده است؛ مثلاً در توصیف جاهلان، آن‌ها را چنان توصیف می‌کند که «مناره از چاه نشناسند» (همان: ۲۱۴) یا درباره اهمیت زمان به مثل «الوقت سیف قاطع» استناد کرده است (همان: ۲۲۰).

۱۰-۳. اثرگذاری بر مخاطب

از منظر نقد رتوریکی و همچنین اقناع، اثرپذیری مخاطب از نویسنده، مهم‌ترین عاملی است

که نشان‌دهنده قدرت اقتناع و نفوذ کلام گوینده یا نویسنده است. بررسی این موضوع درباره کتاب کشف‌المحجوب اهمیت مضاعف دارد؛ زیرا نوشتن این کتاب در پاسخ به پرسش‌هایی است که ابوسعید هجویری از نویسنده خواسته تا آن‌ها را پاسخ دهد و هدف نویسنده نیز همین امر بوده است؛ یعنی هدف اصلی علی بن عثمان از نگارش کشف‌المحجوب، اقتناع پرسش‌گر (ابوسعید هجویری) بوده است. با توجه به اینکه در تاریخ ادبیات و تصوف آشکارا درباره اینکه ابوسعید از پاسخ‌های جامع و مشبع علی بن عثمان هجویری قانع شده و آن‌ها را پذیرفته است یا خیر، مطلبی نقل نشده، برای پرداختن به این موضوع ناچار باید بر اساس درستی شیوه‌های قانع‌سازی هجویری و سکوت ابوسعید و همین‌طور دیگر مخاطبان و خوانندگان این اثر، درباره موفقیت و قدرت کلام نویسنده کشف‌المحجوب قضاوت کرد.

از سوی دیگر برای بررسی قدرت اقتناع‌کنندگی سخنان علی بن عثمان در کشف‌المحجوب، باید به تأثیری که این کتاب بر آثار پس از خود گذاشته است، دقت کرد. افزون بر کم‌نظیری کشف‌المحجوب در میان متصوفه آن‌هم به سبب ارزش‌هایی که دارد و مباحثی و موضوعاتی منحصر به فردی که در دیگر متون صوفیه به آن‌ها پرداخته نشده، اثرپذیری متون صوفیانه‌ای که پس از آن نوشته شده، نشان‌دهنده قدرت اقتناعی این اثر هجویری است؛ مثلاً تذکرة الاولیای عطار که به‌عنوان دومین تذکرة صوفیان شناخته می‌شود، علاوه بر اثرپذیری از سبک و شیوه هجویری به‌عنوان منبع و مرجعی مستند از مطالب متن آن نیز استفاده کرده است. کتاب دیگر فصل الخطاب اثر محمد بن محمد بخاری (م. ۸۳۲) معروف به خواجه پارسا از مشایخ معروف سلسله نقشبندیه است که در جای‌جای آن از کشف‌المحجوب به‌عنوان منبع نوشته‌های خود نام می‌برد. *نفحات الانس من حضرات القدس* از معروف‌ترین آثار عبدالرحمن جامی نیز از دیگر کتاب‌های متصوفه است که کشف‌المحجوب را به‌عنوان مرجع و منبع بخش قابل ملاحظه‌ای از مطالب خود معرفی می‌کند^۲ (نک: هجویری، ۱۳۸۹: ۲۸-۳۲). این موضوع نشان‌دهنده ارزش و جایگاه کشف‌المحجوب در بین متون متصوفه از یک سو و اصالت و قوت و نفوذ کلام نویسنده آن است که هنوز حیات خود را حفظ کرده

و منبع و مرجع آثار ارزشمند و مستند صوفیانه پس از خود شده است و این بقا و تداوم نشانه آن است که نویسنده این کتاب با اقناع مخاطبان خود در سالیان متمادی، آن‌ها را مجاب کرده تا سخنان او را بپذیرند و حتماً این پذیرش به باور و تغییر رفتار و عقاید مخاطبان نیز شده است.

۴. نتیجه‌گیری

با مطالعه و بررسی کشف المحجوب هجویری از منظر نقد رتوریکی مشخص می‌شود که نویسنده در این کتاب از روش‌های متنوعی به منظور اقناع مخاطب استفاده کرده است.

۱. اثبات صداقت گوینده؛ حضور نویسنده در سراسر کتاب کشف المحجوب که به وضوح لمس می‌شود، گواهی بر صداقت او و تلاش وی برای مجاب کردن مخاطب است.

۲. استفاده از لحن خطابی، معلم‌گونه و همراه با وضوح برای اقناع مخاطب؛ چنان‌که گویا مخاطب/خواننده را در حضور خود می‌بیند. این لحن به مخاطب در پذیرش مفاهیم، احساس آرامش و اعتماد می‌دهد. از سوی دیگر، لحن معلم‌گونه و همراه با شفافیت وی، به مخاطب القا می‌کند که گوینده به دنبال انتقال پیامی انسانی است و هدف خیری دارد؛ البته هجویری در مقدمه کتاب خود، بر نیت خیر خود تأکید کرده است.

۳. اثبات سخنان خویش به کمک آیات و احادیث و اقوال مشایخ متصوفه و سایر بزرگان؛ نویسنده در جای‌جای کلام خود هرگاه نیاز بوده، از این شیوه‌ها به همراه شگرد استدلال و برهان استفاده کرده تا با احتجاج و استناد، حقانیت گفته‌های خود را اثبات کند و با وسواس و دقت بسیار، مطلب را تفهیم و تبیین کند.

۴. استفاده از شیوه پرسش و پاسخ؛ هجویری در بخش‌های متعددی از کشف المحجوب، شیوه پرسش و پاسخ را پیش گرفته است و کوشیده تا ابعاد مختلف یک موضوع را با این روش تحلیل کند و به این ترتیب، دوسویه و تعاملی بودن به‌عنوان یکی از روش‌های اقناع در این اثر دیده می‌شود.

۵. ذکر دیدگاه‌های دیگر عرفا و مشایخ دربارهٔ یک موضوع و در نهایت ذکر دیدگاه خود؛ هجویری گاهی برای تشریح یک موضوع، اقوال مختلف را ذکر می‌کند و در نهایت، نظر خود را ابراز می‌دارد و برتری دیدگاه خود را بر دیگران اثبات می‌کند که می‌تواند به مجاب شدن مخاطب کمک کند.

۶. دقت در فصل‌بندی کتاب و انسجام آن؛ هجویری در تبویب و نگارش کتاب خویش دقت بسیار کرده است به گونه‌ای که تمام اجزای کتاب کشف‌المحجوب با یکدیگر مرتبط‌اند و به دلیل برخورداری از انسجام، پراکنده و پریشان به نظر نمی‌رسند.

۷. استنادبخشی به سخن خود از راه ذکر منابع سخنان خویش؛ هجویری با ذکر نام گویندهٔ مطالب مطرح‌شده در کتاب خود، مستند بودن سخنان خود را تبیین کرده تا اقناع مخاطب را تقویت کند.

۸. استفاده از فنون و صناعات ادبی برای جلب توجه مخاطب، نفوذ کلام و وضوح آن؛ استفاده از صناعاتی مانند تشبیه، کنایه، تمثیل و استعاره نیز از روش‌های دیگر هجویری، برای اقناع مخاطب خویش است که در میان صنایع ادبی، بسامد تشبیه‌های هجویری بیشتر از کنایه و استعاره‌های اوست؛ همان‌طور که بسامد فنون بیان نیز نسبت به آرایه‌های بدیعی بیشتر است. هجویری در توضیح حالات و مراتب مشایخ از آرایهٔ سجع استفاده کرده تا کلامش نافذتر و قانع‌کننده‌تر باشد. او از انواع زیبایی‌هایی کلامی نه‌تنها برای آراستن کلامش، بلکه برای بیان نیت و هدف پنهان و معانی ثانویه و اثرگذاری و قدرت اقناع بیشتر استفاده کرده است.

۹. اثرگذاری بر مخاطب؛ بهره‌برداری دیگر متون عرفانی و نویسندگان متصوفه از مطالب کشف‌المحجوب در قرون بعدی نیز یکی از مواردی است که از منظر نقد رتوریکی قدرت اقناع اثر نویسنده و نفوذ کلام وی بر مخاطب خاص (ابوسعید هجویری) و مخاطب عام (علاقه‌مندان به عرفان و متون عرفانی) تا دورهٔ حاضر را مشخص می‌کند و نشان می‌دهد مخاطبان این اثر افزون بر اینکه با مطالعهٔ این اثر آن را پذیرفته و تحت‌تأثیر آن قرار گرفته‌اند، رفتار و باورهایشان نیز دربارهٔ تصوف اسلامی تغییر یافته است و گرچه تاکنون نام نویسنده و

کتاب وی به فراموشی سپرده شده بود.

پی‌نوشت‌ها

۱. آرتیفیکت به تمام آنچه کنش‌های ارتباطی را منتقل می‌کنند، گفته می‌شود که می‌تواند شامل خطابه، ساختمان، آهنگ، فیلم، نقاشی، تبلیغات بازرگانی و متون ادبی باشد (نک: احمدی، ۱۳۹۷: ۴۷ و ۴۸).
۲. برای مطالعه بیشتر نک: مقدمه محمود عابدی بر درویش گنج‌بخش (گزیده کشف المحجوب)، ص ۲۸-۳۲.

منابع

۱. احمدی محمد (۱۳۹۶)، «ماهیت نقد رتوریکی و اهمیت آن در مطالعات ادبی»، بلاغت کاربردی و نقد بلاغی، سال دوم، شماره ۳، ۷۳-۸۷.
۲. — (۱۳۹۴)، «تحلیل رتوریکی مناظره هدهد با مرغان»، مجموعه مقاله‌های دهمین همایش بین‌المللی ترویج زبان و ادب فارسی دانشگاه محقق اردبیلی، ۴ تا ۶ شهریور، ۳۴۱-۳۵۰.
۳. — (۱۳۹۷)، «رتوریک؛ از نظریه تا نقد، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی».
۴. امیرکاوه، سعید و اسلامی، شعیب (۱۳۹۵)، «روش اقناع مخاطب در نهج البلاغه»، نشریه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، شماره ۱۱۰، ۱۷۵-۲۱۴.
۵. آذرنوش، آذرتاش (۱۳۹۸)، فرهنگ معاصر عربی فارسی (بر اساس فرهنگ عربی انگلیسی هانس ور)، تهران: نشر نی.
۶. بینگر، اتولر (۱۳۷۶)، ارتباطات اقناعی، ترجمه علی رستمی، تهران: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
۷. حقیقی، رقیه بایرام (۱۳۹۲)، «بررسی تأویل اقوال مشایخ در کشف المحجوب هجویری»، ادب فارسی، شماره ۱۲، ۱۹۳-۲۱۰.
۸. داد، سیما (۱۳۸۷)، فرهنگ اصطلاحات ادبی، چ ۴، تهران: مروارید.
۹. دیکسون، پیتر (۱۳۸۹)، خطابه، ترجمه حسن افشار، تهران: نشر مرکز.
۱۰. زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۸۹)، نقد ادبی، تهران: امیرکبیر.
۱۱. ساروخانی، باقر (۱۳۸۳)، اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات، تهران: خجسته.
۱۲. شاکر، مینا (۱۳۹۷)، «اقناع مخاطب در حدیقه سنایی با احتجاج به آیات و احادیث»، تاریخ و ادبیات، شماره ۸۲، ۸۳-۱۱۲.
۱۳. شمیسا، سیروس (۱۳۸۷)، انواع ادبی، ویرایش چهارم، تهران: میترا.

۱۴. صالحی، مهدی (۱۳۹۰)، «از قیاسش خند آمد خلق را»، رشد آموزش زبان و ادب فارسی، شماره ۴ (پیاپی ۹۸)، ۴۰-۴۳.
۱۵. صیادی نژاد، روح‌الله، امیری، شهرام و ذکایی، عبدالحسین، (۱۳۹۷)، «شگردهای زبانی (دستوری و آوایی) متن‌بی در اقتناع از منظر پراگماتیسیم»، مجله زبان و ادبیات عربی (دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد)، دوره ۱۰، شماره ۱۸، ۱۱۹-۱۴۷.
۱۶. علوی، سیدحمیدرضا و همکاران (۱۳۹۷)، «بررسی شیوه‌های ارتباطی اقناعی (استنباط از متون اسلامی و متون ادبیات پایداری)»، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، دوره نوزدهم، شماره ۴۲، ۱۴۵-۱۶۴.
۱۷. عمر، احمد مختار عبدالحمید (۱۳۹۷/۴۲۹/م)، معجم اللغة العربية المعاصرة، قاهره: عالم الکتب.
۱۸. فتح‌اللهی، ابراهیم و کاملی، ابراهیم (۱۳۹۴)، «فرایند اقتناع در قرآن کریم»، تحقیقات علوم قرآن و حدیث، شماره ۲۵، ۷۵-۹۹.
۱۹. فرهنگ آکسفورد (۱۳۹۳)، ترجمه ابوالقاسم طلوع، تهران: جنگل.
۲۰. قهرمانی، علی و حسینی، صدیقه (۱۳۹۶)، «مرثیه ابوالبقاء الرندی در آیین نقد رتوریک»، پژوهشنامه نقد ادب عربی، شماره ۱۴، ۱۲۳-۱۵۱.
۲۱. کرم‌پور، زهرا و همکاران (۱۳۹۴)، «اقتناع مخاطب در نهج البلاغه»، پژوهشنامه نهج البلاغه، شماره ۹، ۲۷-۵۴.
۲۲. متولی، کاظم (۱۳۸۴)، افکار عمومی و شیوه‌های اقتناع، تهران: بهجت.
۲۳. مرادی، حجت‌الله (۱۳۸۴)، اقتناع‌سازی و ارتباطات اجتماعی، چ ۲، تهران: ساقی.
۲۴. مکاریک، ایرنا ریما (۱۳۸۵)، دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر، ترجمه مهراں مهاجر و محمد نبوی، تهران: آگه.
۲۵. مؤذنی، علی محمد و احمدی، محمد (۱۳۹۳)، «درآمدی بر جایگاه فرایند اقتناع در فن خطابه و مطالعات ادبی»، پژوهش‌های ادبی و بلاغی، شماره ۹، ۹۳-۱۱۲.
۲۶. نحوی، اکبر و دهقانی، ناهید (۱۳۸۹)، «بررسی ساختار متن در کشف المحجوب هجویری»، بوستان ادب، سال دوم، شماره ۶، ۱۴۷-۱۷۱.
۲۷. نیکلسون، رینولد (۱۳۸۴)، «کشف المحجوب و هجویری»، ترجمه محمود عابدی، مطالعات عرفانی، شماره ۲، ۱۷-۳۶.
۲۸. وثاقتی جلال، محسن (۱۳۹۴)، «شگردهای هجویری برای باورپذیری حکایت‌های شگفت‌انگیز کشف المحجوب»، عرفانیات در ادب فارسی، شماره ۲۵، ۱۲۱-۱۴۱.
۲۹. هجویری، علی بن عثمان (۱۳۹۳)، کشف المحجوب، به کوشش محمود عابدی، تهران: سخن.