

The Rhetorical techniques in the Masnavi from the point of view of audience-centered Estedrajat

Seyedmajid Moghim¹  and Alireza Fouladi² 

1 Assistant Professor, Department of Persian Language and Literature Education, Farhangian University, Tehran, Iran. Email: sm.moghimi@cfu.ac.ir

2 Corresponding author, Associate Professor, Department of Persian Language and Literature, University of Kashan, Kashan, Iran. Email: fouladi@kashanu.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received 27 September 2024 Received in revised form 11 November 2024 Accepted 11 Decdmber 2024 Published online 23 December 2024 Keywords: Eloquence, Rhetoric, Estedrajat, Audience, Masnavi-ye-Ma'anavi.	Speaking according to the needs of the audience is one of the most basic elements of the definitions that have come from semantics and in its umbrella term, rhetoric. This function has its roots in the teachings of the art of rhetoric where the purpose of paying attention to the audience is persuasion. Paying attention to moods, characteristics and the mutual influence of the speaker and the audience, which is called the audience-oriented Estedrajat, has been considered in the best way in Mawlawi's Masnavi. Among the things that help to prove this claim and are discussed in the present article with a descriptive-analytical method are: the role of the audience in order to motivate the speaker, paying attention to the specific audience, using emotional expression; engaging the audience with the topics of the speech, expressing the teachings in the simplest form, main and secondary topics in the service of the speech, silence and confidentiality in front of the ineligible audiences, answering potential audience questions, relieving boredom and fatigue from the audience and referring to the story or a discussion that is detailed elsewhere in the Masnavi. After discussing the above topics, this article finally concludes that the creator of Masnavi had a broad understanding and familiarity with the role of the audience in the appeal and acceptability of the orator's words, and along with poetic enthusiasm, he used this rhetorical technique to attract and attract the audience. One of the main secrets of the permanence and immortality of this work, along with Rumi's poetics and skill in compositional expression, goes back to the audience-centered approach.
Cite this article: Moghim, M., & Fouladi, A., (2024)., The rhetorical techniques in the masnavi from the point of view of audience-centered estedrajat. <i>Rhetoric and Grammer Studies</i>, 14 (2). 18-39. DOI: https://doi.org/10.22091/jls.2025.11679.1644	
 © The Author(s) DOI: 10.22091/jls.2025.11679.1644 Publisher: University of Qom	

فن خطابه در مثنوی از دیدگاه استدراجات بر حسب مخاطب

سیدمجید مقیمی^۱ و علیرضا فولادی^۲ 

استادیار گروه آموزش زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. رایانامه: sm.moghimim@cfu.ac.ir
 نویسنده مسئول، دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. رایانامه: fouladi@kashanu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۰ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱ کلیدواژه‌ها: بلاغت، خطابه، استدراجات، مخاطب، مثنوی معنوی.	سخن گفتن به مقتضای حال مخاطب، از اساسی‌ترین عناصر تعریف‌هایی است که برای علم معانی و در معنای گسترده‌تر آن، بلاغت، به دست داده‌اند. این عملکرد، ریشه در آموزه‌های فن خطابه دارد و هدف از این مقدار توجه به مخاطب، اقتاع است. حالات، خصوصیات و ویژگی‌های مخاطب و تأثیر متقابل خطیب و مخاطب بر هم که در فن خطابه «استدراجات بر حسب مخاطب» نامیده می‌شود، در مثنوی به بهترین شکل مورد توجه بوده است. از جمله مواردی که به اثبات این مدعا یاری می‌رساند و در مقاله حاضر، با روش توصیفی-تحلیلی مورد بحث قرار گرفته‌اند، عبارتند از: نقش مخاطب از جهت ایجاد انگیزه در خطیب، توجه به مخاطب خاص، استفاده از بیان عاطفی، درگیر کردن مخاطب با مباحث خطابه، بیان تعالیم به ساده‌ترین شکل، عناوین اصلی و فرعی در خدمت خطابه، سکوت و رازداری در مقابل مخاطب نااهل و نامحرم، پاسخ به اشکالات مقدر مخاطب، رفع ملال و خستگی از مخاطب و اشاره گذرا به داستان یا بحثی که مفصل آن در جایی دیگر از مثنوی آمده است. این مقاله پس از بحث درباره موضوعات بالا، سرانجام نتیجه می‌گیرد که خالق مثنوی، آشنایی و درک وسیعی از نقش مخاطب در گیرایی و مقبولیت سخنان خطیب داشته است و همراه با شور و حال شاعرانه، از این شگرد خطابی در جهت جذب و جلب مخاطب استفاده کرده است و یکی از اصلی‌ترین رموز مانایی و جاودانگی این اثر در کنار شاعرانگی و مهارت مولوی برای بیان انشائی، به مخاطب محوری وی بازمی‌گردد.
استناد: مقیمی، سیدمجید و فولادی، علیرضا. (۱۴۰۳). «فن خطابه در مثنوی از دیدگاه استدراجات بر حسب مخاطب». پژوهش‌های دستوری و بلاغی. دوره ۱۴. شماره ۲۶. صص: ۱۸-۳۹. https://doi.org/10.22091/jls.2025.11679.1644	
© نویسنده گان.	

(۱) مقدمه

ریشه بلاغت چه در غرب و چه در شرق، به دو کتاب فن خطابه و فن شعر ارسطو می‌رسد (شمیسا، ۱۳۷۵: ۱۸). ارسطو در کتاب فن خطابه، راجع به سخنوری و انواع آن و شیوه‌های تأثیر بر مخاطب سخن گفته است (ارسطو، ۱۳۹۳). مباحث فن خطابه در جهان اسلام با نبوغی که شارحان از خود نشان دادند، رشد و نمو گسترده‌ای یافت و ساختاری برای آن ترسیم شد که در اصل یونانی‌اش به این شکل نبود. ساختار خطابه در جهان اسلام دو جزء کلی دارد: عمود و اعوان (طوسی، ۱۳۷۶: ۵۳۳)؛ عمود عبارت است از استدلال اقناعی یعنی قولی که بر حسب اقناع ذاتاً منتهی به مطلوب گردد (حلی، ۱۳۸۸: ۳۸۶) و بدان سبب آن را عمود خوانده‌اند که تکیه، قوام و اعتماد خطابه بر آن است و بار اصلی ایجاد تأثیر اقناعی بر دوش این بخش اصلی است. اعوان نیز «افعال و اقوالی است که خارج از استدلال اقناعی قرار دارد و کمک آن است» (همان: ۳۸۶) و به عمود در فراهم آوردن شرایط پذیرش مستمعان یاری می‌رساند (مظفر، ۱۴۳۳: ۴۷۹). مقدماتی که در اعوان آورده می‌شود، گاهی خود مقتضی اقناع هستند؛ یعنی می‌توانند مانند عمود خطابه تأثیر اقناعی داشته باشند؛ از جمله شهادت که به دو نوع «شهادت حال» و «شهادت قول» تقسیم می‌شود. استفاده از شهادت می‌تواند به تنهایی برای رسیدن به هدف خطابه مورد استفاده قرار گیرد. بخش دیگر اعوان، از اموری شکل می‌گیرد که خود به تنهایی توانایی ایجاد اقناع را ندارند، اما استعداد و آمادگی برای رسیدن به اقناع را فراهم می‌آورند (رک. مظفر، ۱۴۳۳: ۴۷۹-۴۷۸). اعوان در نگاه کلی از دو شیوه حاصل شده است و ایجاد آن یا به صنعت و حيله است و یا بدون صنعت و حيله. آنچه را در خطابه با استفاده از صنعت و حيله سامان می‌یابد، «استدراجات» می‌نامند که خود بر سه بخش است: استدراجات بر حسب خطیب، استدراجات بر حسب سخن و استدراجات بر حسب مخاطب و نیز آنچه بدون صنعت و حيله پیش می‌رود که آن را نصرت می‌نامند، خود بر دو نوع است: شهادت قولی و شهادت حالی (همان: ۲۳۵).

استدراجات بر حسب سخن، از اموری است که زمینه اقناع را فراهم می‌آورد. برای نمونه، آهنگ کلام خطیب می‌بایست متناسب با غرض او باشد (شیروانی، ۱۳۹۰: ۲۳۸). خطیب توانا می‌تواند از زیر و بمی صدا و هم چنین بلند و کوتاه کردن صدای خود در جهت تأثیر بر مخاطب بهره‌برد. استفاده درست و روشمند از این شیوه سبب می‌شود تا مخاطب ارتباط مداوم و مستمری با خطیب داشته باشد. در جایی که حواس مستمعین از موضع اصلی منحرف می‌شود، خطیب می‌تواند با یک نهیب آن‌ها را به مسیر اصلی کلام بازگرداند. در جایی دیگر که به سبب یک‌نواخت شدن کلام احساس کسالت، خستگی و خواب‌آلودگی در مخاطبین به وجود آمده است، خطیب می‌تواند با یک بانگ ناگهانی آنان را از این حالت خارج کند. در جایی که می‌خواهد یک نکته مهم را بگوید کلام را آرام و زیر می‌کند، تا جایی که گویی می‌خواهد راز مگویی را بیان دارد و با این شگرد حتی اگر راز مگویی در کار نباشد، مخاطب ناآگاهانه نسبت به شنیدن این سخن کنجکاو می‌شود و حواسش را بیش از پیش به کلام خطیب جمع می‌کند. استفاده درست خطیب از این شیوه او را قادر می‌سازد در طول زمان خطابه مستمعین را با شوق پای سخن خویش بنشانند. تغییر خطاب یا همان صنعتی که در علوم بلاغی با نام التفات از آن یاد می‌شود، هم می‌تواند زیرمجموعه همین مبحث قرار گیرد؛ زیرا یکی از اهداف تغییر خطاب در خطابه جلب توجه مخاطب است و این دست موارد جای بررسی جداگانه دارند.

استدراجات بر حسب خطیب، پیش از شروع خطبه به خطیب کمک می‌کند تا کلامش تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد و با دو شیوه انجام می‌پذیرد: ۱. اگر موقعیت اجتماعی، علمی، مذهبی و... خطیب شناخته نباشد، بهتر است ابتدا به معرفی خود پردازد و شمه‌ای از برجستگی‌های شخصیت خویش را بازگوید یا دست کم فرد دیگری قبل از شروع خطابه

از محامد و محاسن خطیب پرده بردارد. «بر خطیب است که انواع آنچه را که منسوب به خیر و شر است مهیا کند. آنچه خیر است یا خیر بدنی است از قبیل: نیرومندی، سلامت، زیبایی، نسب، ثروت، فصاحت، شهرت به خوبی و یا خیر نفسانی است؛ از قبیل: علم، هوشمندی، زهد، جود، شجاعت، عفت، خوش رفتاری، اخلاق پسندیده، کسب تجارب و آشنایی با حرفه‌ها، و شر اموری است که در مقابل این امور قرار دارد» (حلی، ۱۳۸۸: ۳۹۶)؛ ۲. خطیب با شکل و شمایل در مجلس حاضر شود که از جهت لباس و صورت ظاهری تناسب مجلس را رعایت کند (محمدآبادی، ۱۳۸۶: ۱۲۸) این دست موارد هم جای مطالعه جداگانه دارد.

آنچه در جستار حاضر، مورد نظر ماست، استدراجات بر حسب مخاطب است و در این جستار بر آنیم شگردهای مولوی را در مثنوی برای رعایت این نوع استدراجات مورد تحقیق قرار دهیم.

استدراجات بر حسب مخاطب، از اموری است که زمینه اقناع را فراهم می‌آورد. خطیب توانا بر زمینه ذهنی مخاطبان خود اشراف دارد و می‌تواند خشم و غضب یا مهر و عطوفت آنان را نسبت به موضوعی برانگیزد. هر چه آشنایی خطیب با ویژگی‌های مخاطبان خود بیشتر باشد میزان موفقیت او نیز در همراه ساختن آنان با عقاید خویش بیشتر است. خطیب می‌تواند با استفاده از عبارات و جملاتی که به مذاق مستمع خوش آید، آنان را بیش از پیش به سوی خود جلب کند (همان: ۱۲۸). ارسطو معتقد است سخنور جدای از گنجاندن استدلال قوی و باورپذیر و معرفی سرشت خوب خود می‌باید مستمعان را در چارچوب فکری صحیحی هم قرار دهد (ارسطو، ۱۳۹۳: ۱۰۳).

نمودار اجزای خطابه



با توجه به گستردگی مباحث خطابه در مثنوی، نمی‌توان تمام اجزای آن را در یک مقاله مورد بررسی قرار داد و در این مقاله، استدراجات خطابی بر حسب مخاطب، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۲) مسأله تحقیق

مسأله اصلی تحقیق حاضر روش‌های توجه مولوی به مخاطبان مثنوی است. بر این اساس پرسش اساسی این تحقیق، این است که در مثنوی از چه شگردها و فنون مربوط به خطابه، جهت جذب مخاطب استفاده شده است؟

۳) پیشینه تحقیق

بررسی و تحلیل آثار ادبی از دیدگاه استدراجات خطابی بر حسب مخاطب، چه در مثنوی و چه در دیگر آثار ادبی پیشینه ندارد.

این مبحث عموماً در علم منطق محل بحث بوده است، حال آن که بسیاری از شاعران و نویسندگان صاحب سبک با فن خطابه و شگردهای آن آشنایی کامل داشته‌اند. با این حال می‌توان پژوهش‌هایی با محوریت مخاطب را در میان پژوهش‌های ادبی سراغ گرفت. در مقاله «جایگاه مخاطب در آفرینش ادبی و نقش وی در تأویل آن» بر عنصر لحن و نحوه خوانش شعر توسط مخاطب تأکید شده است (امینی و کهنسال، ۱۳۸۴)؛ در پژوهشی دیگر با عنوان «رویکرد مخاطب‌مدار مولوی و نقش آن در تکوین قصه‌های هزل‌گونه مثنوی» نویسندگان به دنبال اثبات رویکرد مخاطب‌مدار مولوی در فرایند زایش قصه‌های هزل‌گونه مثنوی بوده‌اند (فاضلی و بخشی، ۱۳۸۷)؛ همچنین مقاله «نقش مخاطب در شکل‌دهی به مثنوی مولوی» تأکید زیاد بر ذکر داستان‌ها و حکایات را متأثر از اهمیت دادن مولوی به نقش مخاطب می‌داند (ضیاء، ۱۳۸۹)؛ ایشانی نیز در پژوهشی با عنوان «تبیین مؤلفه‌های بلاغت ارسطویی در نامه‌های خانوادگی مولانا» نامه‌ها را با رویکرد نقد رتوریک بر مبنای مؤلفه‌های بلاغت ارسطویی بررسی کرده و نتیجه گرفته است که از میان مؤلفه‌های بلاغت ارسطویی، تأثیر بخشی بر مخاطب و اقناع وی از بیشترین فراوانی بهره‌مند است (ایشانی، ۱۴۰۲). چنان‌که ملاحظه می‌شود هیچ‌یک از پژوهش‌های ذکر شده مثنوی را از جنبه میزان، نحوه و مصادیق کاربرد استدراجات خطابی بر حسب مخاطب به‌طور کامل و دقیق بررسی ننموده‌اند و این مقاله به دنبال تحقق همین هدف است.

۴) روش تحقیق

تحقیق حاضر با شیوه توصیفی-تحلیلی پیش می‌رود. در این تحقیق سعی شده است مؤلفه‌هایی که رویکرد مخاطب‌محوری مثنوی را آشکار می‌سازد، احصا و ضمن توصیف آنها به تحلیل کارکرد خطابی‌شان پرداخته شود. استخراج و دسته‌بندی و تحلیل موارد کاربرد استدراجات بر حسب مخاطب در مثنوی می‌تواند نشان‌دهنده میزان توجه و عنایت مولوی از یک‌سو به فن خطابه و از سوی دیگر به مخاطب باشد.

۵) شگردهای استدراجات بر حسب مخاطب در مثنوی

۵-۱) توجه به نقش مخاطب برای ایجاد انگیزه در خطیب

در رابطه با مستمع و مخاطب مشتاق و همراه بسیار بحث شده است و همگان به نقش اساسی و مهمی که مستمع می‌تواند در ایجاد انگیزه در خطیب ایفا کند معترفند. مجالس سرایش مثنوی نیز بسیار از مخاطبان خود تأثیر می‌پذیرفت. در کنار احساس اشتیاق و ذوق شنیدنی که مولوی از حضار انتظار داشت، می‌بایست سکوتی سنگین نیز بر مجلس سیطره می‌افکند تا شاعر بتواند مرغ خیالش را در عرصه‌های مختلف عالم معنا به پرواز دریاورد. بدون وجود سکوت همراه با اشتیاق مستمع، جریان آرام اندیشه و توالی به هم پیوسته برای گوینده ممکن نبود (زرین کوب، ۱۳۷۳: ۲۵۸-۲۵۷). مولوی که به اهمیت و جایگاه والای مخاطب آگاه بود، در جای‌جای مثنوی بدین نکته اشاره کرده است:

ای دریغا مر ترا گنججا بدی	تا ز جانم شرح دل پیدا شدی
این سخن شیری است در پستان جان	بی کشنده خوش نمی‌گردد روان
مستمع چون تشنه و جوینده شد	واعظ ار مرده بود گوینده شد

(مولوی، ۱۳۶۶: ۱۱۸)

مولوی در تفسیر حدیث نبوی «ان الله یلقن الحکمه علی لسان الواعظین بقدر همم المستمعین» نیز به این معنی اشاره می‌کند، هر چه مستمع علاقه و شوق بیشتری برای درک و دریافت سخنان خطیب از خود نشان دهد، انگیزه و اراده خطیب برای ادامه و بسط مباحث فزون‌تر می‌شود (همان: ۱۱۲۴).

نقطه مقابل مخاطب همراه و مشتاق، مستمع و شنونده بی حال و بی ذوق برای درک و کسب معارف الهی است. مولانا به شدت به این مستمعان که در باور وی ناهالان مجالس مثنوی هستند، می تازد و بر نقش مخرب و ویرانگر این قبیل شنوندگان انگشت می نهد و حضور نامحرمان را مانعی سخت در مقابل خود می بیند. این مخاطب ناهل هم می تواند مستمعی بی تفاوت نسبت به کسب معارف آن سری باشد و هم می تواند مستمعی منکر و ستیزه جو باشد که برای ایجاد اشکال و از رونق انداختن مجالس مثنوی در این جمع حاضر شده باشد. ناگفته پیداست که تأثیر مخرب و منحرف کننده مخاطب ستیزه جو به مراتب بیشتر از مخاطب بی تفاوت است:

گرچه ناصح را بسود صد داعیه	پند را اذنی بیاید واعیه
تو به صد تلطیف پندش می دهی	او ز پندت می کند پهلوی تهی
یک کس نامستمع ز استیز و درد	صد کس گوینده را عاجز کند
ز انبیاء ناصح تر و خوش لهجه تر	کی بود که گرفت دمشان در حجر
آن چنان دل ها که بدشان ما و من	نعتشان شدت بل اشد قسوه

(همان: ۸۹۹)

در جایی دیگر با آنکه هنوز شوق و ذوق ادامه مباحث را دارد اما بی حالی و خواب آلودگی مخاطبان چون آب سردی است بر شعله های پر شور و حال سخنان و افکار وی؛ این مخاطبان بی رمق، عنان سخنان او را می کشند:

مستمع خفتست کوتاه کن خطاب ای خطیب این نقش کم کن تو بر آب

(همان: ۶۸۰)

به همان میزانی که نقش مخاطب ناهل ویران کننده است، نقش مخاطب مشتاق، سازنده و جوشاننده معانی است. مولوی نقش حسام الدین در به سخن آوردن و بسط کلامش را بسیار برجسته می داند:

چونک کوتاه می کنم من از رشد او به صد نوعم به گفتن می کشد

(همان: ۷۲۸)

۵-۲) توجه به مخاطب خاص

مولانا علاوه بر اینکه به شیوه ای سخن و شعر گفته که مراعات حال مخاطبان سطح پایین و عامی را هم بکند، اصل سرایش و نگارش مثنوی را وام دار مخاطبان خاص خود می داند. مولوی به جز دفتر اول، در ابتدای همه دفترها از حسام الدین یاد کرده و با عنایت به جایگاه مخاطب خاص خود، او را باعث و بانی جوشش و تراوش ذهنی خود می داند و هم نشینی و مصاحبت بزرگان و کاملانی چون وی را عامل ایجاد انگیزه در خود قلمداد می کند. نبود مریدش چشمه جوشان اشتیاق و شوق سرایش و سخنوری را در وجودش می خشکاند و هیچ گاه در نبود حسام الدین مجالس سرایش مثنوی برگزار نمی گردد (افلاکی، ۱۳۶۲: ۷۶۹). مولوی با اشاره به حسام الدین فاصله ژرف میان مخاطب خاص و عام مثنوی را مشخص می کند، وی چنان مثنوی را سامان داده که از واصلانی چون حسام الدین تا مبتدیان تازه کار راه ناسپرد، همه می توانند بر سر این سفره معنوی حاضر شوند و از نعمات آن خوشه برچینند. وی در این راه پر مشقت انشای مثنوی، خود را وام دار حسام الدین می داند. مولوی چنان شیفته چلبی است که به صراحت بیان می دارد آنچه بر زبان او جاری می شود در واقع خواست و اراده حسام الدین است و آنچه مراد دل وی است از درون من می جوشد و به ظهور می رسد (مولوی، ۱۳۶۶:

۶۲۶). مولانا هدف اصلی خود از سرایش مثنوی را به سبب درخواست حسام‌الدین می‌داند و هر آنچه را از مجرای ذهن و زبانش جاری می‌شود ساخته و پرداخته وجود سراسر الهام مرید خویش قلمداد می‌نماید (همان: ۶۶۳).

حسام‌الدین در نظر مولوی رفتار، منش و گفتاری خدایی دارد و آنچه خواست و اراده اوست، مطابق با خواست خداست. برای مولانا مصاحبت با حسام‌الدین چون حضور در محضر خدا ارزشمند و مقدس است. «از ویژگی‌های عمده حسام‌الدین که موجب شده او نقش مخاطب و طرف گفت‌وگوی مولانا را در آفرینش مثنوی داشته باشد می‌توان به جذبۀ معنوی، بینش متعالی و پیشرفته، جسارت بالا و اعتماد به نفس فوق‌العاده، ذهن تیزبین و استدلال‌جو و حتی توانایی ادبی او اشاره کرد» (بهنام‌فر و ربانی‌خواه، ۱۳۸۹: ۲۵۳). در شروع دوباره مثنوی یعنی شروع دفتر دوم، بیان می‌دارد بدون مکنده‌ای مشتاق شیر مثنوی جاری نخواهد شد و من هم توانایی آن را ندارم. پس عامل اصلی جوشش شعر در سرایش مثنوی نه خود مولوی که کشندگانی اهل، چون ضیاء الحق بوده‌اند (مولوی، ۱۳۶۶: ۲۰۱).

توجه و تأکید بر مخاطب خاص در متون مقدس و مذهبی چندان محل توجه نبوده است مگر قرآن و مخاطب خاص در این کتاب مقدس نیز از جایگاه والایی بهره‌مند است. «در قرآن و مثنوی، مخاطب در سطوح مختلف در سرپای روایت مورد توجه راوی است. شروع روایت قرآنی با خطاب به مخاطب خاص است. بخوان به نام پروردگارت کو آفریده است» (توکلی، ۱۳۹۱: ۲۷۹). با وجودی که افراد زیادی در مجالس انشای مثنوی حاضر می‌شدند و طیفی متفاوت از افراد بوده‌اند، مولانا همیشه جانب احترام مخاطبان خاص خود را داشته است و به گونه‌ای سخن گفته که مراعات جایگاه والای آنان لحاظ گردد. «گاه [که] لحن کلام وی [مولانا] حال تجاهل العارف دارد، معلوم می‌دارد که گوینده در آن احوال، شأن مخاطب یا بعضی حاضران و خاصان مجلس را برتر از آن می‌یابد که با آنها با لحن تعلیم سخن بگوید» (زرین کوب، ۱۳۶۴: ۴۲). مولوی در نی‌نامه و در لفافه و به صورت تلویحی اشاره می‌کند که مفهوم اصلی سخنان من را هر کسی نمی‌فهمد و این نیز اشاره‌ای است محترمانه به مخاطبان و خوانندگان مثنوی. از دیدگاه وی تنها واصلائی چون حسام‌الدین می‌توانند سر کلامش را دریابند. راز سخنان مولانا چیزی جدا از سخنان وی نیست، اما هر کسی قدرت درک و دریافت آن را ندارد. در ابیات زیر، مولوی فهم درست و دقیق مثنوی را فقط در طیفی خاص از مخاطبان محصور می‌نماید، هر چند برای مراعات حال دیگر مخاطبان به صورت کلی سخنش را بیان می‌دارد:

هر کسی از ظن خود شد یار من از درون من نجست اسرار من
سِرِّ من از ناله من دور نیست لیک چشم و گوش را آن نور نیست
(مولوی، ۱۳۶۶: ۱).

مولانا چنان غرق و مبهوت در وجود حسام‌الدین است که نمی‌تواند آن چنان که شایسته ضیاء الحق است، او را بستاید. در ابتدای دفتر پنجم می‌خواهد در مدح و منزلت مریدش داد سخن بدهد که وجود مخاطبان نامحرم و نااهل مانعی است در راه بروز این حرارت، شوق و ذوق. مولوی از اینکه مخاطب عامی توانایی درک و فهم معانی بلند را نداشته باشد و به گمراهی و تباهی کشیده شود نگران است و این نگرانی سبب می‌شود که نتواند آنچه را در دل دارد بر زبان براند. تصویری که مولانا از جایگاه حسام‌الدین ترسیم می‌کند نه در شأن حسام‌الدین، بلکه در حد فهم مخاطبان و مستمعان مثنوی است (همان: ۸۲۰)؛ هم‌چنین مولانا در دفتر پنجم مثنوی بیان می‌دارد: «هر چند من مولانا به علت مقام و قدر والای ولی خدا، توانایی مدح شایسته وی را ندارم و مدحی عاجزانه می‌گویم، اما این بدین معنا نیست که همین مدح ناقص و عاجزانه را رها کنم؛ چرا که همین مدح ناقص نیز درک‌ها را تر و تازه کند» (سلیمانی و موحدی، ۱۳۹۹: ۲۶۹).

البته این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که مولوی در مثنوی متوجه مخاطبین عام خود هم بوده است و در جای جای مثنوی می توان نشانه‌هایی را سراغ گرفت که به سبب خستگی یا خواب‌آلودگی مخاطب عادی از ادامه بحث منصرف شده است. توجه مولوی به طیف وسیع مخاطبان از عام‌ترین تا خاص‌ترین آنها در گرایش به شیوه قصه‌گویی بی‌تأثیر نبوده است. «اشتیاق مخاطب برای شنیدن قصه‌های هیجان‌انگیز ذهن مولانا را به مرور به قصه‌گویی بیشتر مجاب کرده است. براساس شمارشی که در مثنوی صورت گرفت تقریباً همه مواضع گله از مخاطب نیز در جاهایی است که از قصه گفتن دور شده است» (ضیا، ۱۳۸۹: ۶۴)؛ دور شدن از سیاق قصه‌گویی به مذاق مخاطب عامی خوش نیامده و مولوی پیش‌دستانه به این ناخوشی واقف بوده است:

این زمان بشنو چه مانع شد مگر مستمع را رفت دل جایی دگر
(مولوی، ۱۳۶۶: ۲۱۰)

چونک جمع مستمع را خواب برد سنگ‌های آسیا را آب برد
(همان: ۱۵۳)

مستمع خفتست کوتاه کن خطاب ای خطیب این نقش کم کن تو بر آب
(همان: ۶۸۰)

۵-۳) بیان عاطفی و احساسی

یکی از شگردها و هنرهایی که خطیب کارآزموده و متبحر به کار می‌گیرد، استفاده از عنصر احساس و عاطفه در بسط اندیشه‌ها و عقاید خود است. احساس نزدیکی عاطفی و احساسی مخاطب با سخنور بر میزان تأثیر اقناعی خطابه خواهد افزود. ارسطو یکی از وسایل مؤثر اقناعی را استفاده درست و بجا از عنصر عاطفه و احساس می‌داند. وی معتقد است سخنوری می‌تواند از این شگرد اقناعی به درستی استفاده نماید که «احساسات و عواطف بشری را درک کند؛ یعنی بتواند به آنها نام دهد و وصفشان کند و علت به وجود آمدن و طریقه برانگیخته شدن آنها را دریابد» (ارسطو، ۱۳۹۳: ۲۵). ارسطو در فن شعر نیز در تبیین مؤلفه‌های شاعر توانمند می‌نویسد: شاعری موفق است که بتواند «خود را جای خواننده متنش بگذارد و با پیش‌بینی افکار، انتظارات و عواطف مخاطب خود، به نحوی سخن بگوید که مورد پسند مخاطب قرار گیرد و آنچه لازم و مناسب است، بیاورد و از آوردن آنچه با هدف و غرض وی مغایرت دارد، دوری ورزد» (همان، ۱۳۶۹: ۱۴۳). مولانا از همان شروع مثنوی و در نی‌نامه سعی می‌کند با مخاطبان‌ش هم زادپنداری نماید و شنونده را در یک طیف فکری و احساسی جای دهد. در نی‌نامه «در دو بیت پایی تکرار واژه «ما» رابطه کلامی را از خودمحوری دور می‌کند و روند پیوند مولوی با مخاطب شکل می‌گیرد که تا پایان مثنوی ادامه می‌یابد:

شاد باش ای عشق خوش سودای ما ای طبیب جمله علت‌های ما
ای دواى نخوت و ناموس ما ای طبیب جمله علت‌های ما
(کهنسال، ۱۳۹۰: ۲۲۸)

مولوی در داستان حضرت نوح^(ع) و پسرش، به بهترین شیوه ممکن مهر پدری را با احساسی‌ترین واژگان و عبارات نشان داده است. استفاده از واژه عاطفی «بابا» به شکل هوشمندانه در چند جای تکرار شده که بر غنای عاطفی و احساسی متن افزوده است؛ هم چنین دل‌سردی و بی‌تفاوتی کنعان هم نمودی برجسته دارد:

هی بیا در کشتی بابا نشین تا نگردي غرق طوفان ای مهین...
 هین مکن بابا که روز ناز نیست مر خدا را خویشی و انباز نیست...
 گفت بابا سال‌ها این گفته‌ای باز می‌گویی به جهل آشفته‌ای...
 گفت بابا چه زیان دارد اگر بشنوی یکبار تو پند پدر
 (مولوی، ۱۳۶۶: ۴۴۸)

مخاطب در مواجهه با این مناظره می‌تواند لطف، مهر و عطف پدر پیر و مهربانی را درک کند که به فرزندى ناخلف و ناسپاس دچار گشته است. مولوی هنرمندانه احساسات و عواطف روایت‌شنو را هدف گرفته است و مخاطبان نیز تحت تأثیر این جو احساسی قرار می‌گیرند و دلشان با پیرمرد ناصح بر سر لطف و مهربانی می‌آید. در ضمن در جملاتی که از جانب پدر گفته می‌شود، شاهد بسامد بالای مصوت‌های بلند هستیم که خود بار عاطفی متن را افزایش می‌دهد. در داستان موسی^(ع) و شبان هم مولانا بسان نمایشنامه‌نویسی قهار که سطح فرهنگ و سواد شخصیت‌های داستان بر نحوه گفتار آنها تأثیر می‌گذارد، سخن می‌گوید. در این داستان مولوی با ظرافت، شخصیت شبان را با همان لهجه بیابانی و بی‌سواد برای روایت شنو ترسیم می‌کند. این شیوه روایت‌گری با این میزان رعایت نکات زبانی و آوایی تأثیر بسیار عمیق و ماندگاری بر همراهی مخاطب با داستان دارد:

دید موسی یک شبانی را به راه گفت ای گزیننده اله کو همی
 تو کجایی تا شوم من چاکرت چارقت دوزم کنم شانه سرت
 جامه‌ات شویم شپش‌هات کشم شیر پیشت آورم ای محتشم
 دستکت بوسم بمالم پایکت وقت خواب آید برویم جایکت
 ای فدای تو همه بزهای من ای به یادت هی هی و هیهای من
 (همان: ۲۸۱-۲۸۰)

۵-۴) درگیر کردن مخاطب با داستان یا بحث

از جمله تمهیدات مفیدی که سخنور می‌تواند از آن جهت جذب و حفظ تمرکز مخاطب بهره‌برد، درگیر کردن مخاطب با متن مباحث و موضوعات است. هر چه سخنور در کشاندن مستمع به بطن مطلب موفق‌تر عمل نماید، موفقیت او نیز در به یاد مخاطب سپردن مطالب بیشتر می‌شود. استفاده از خطاب‌های مختلفی یکی از شگردهای جذب و جلب مخاطب است که در قرآن نیز حضور پررنگ دارد. «از چشم‌انداز روی‌آوری راوی به مخاطب می‌توان مثنوی را با قرآن مجید سنجید که در قرآن نیز توجه به مخاطب روایت به شیوه‌های متنوع و ممتاز، متن را دارای اسلوبی ویژه و ممتاز ساخته است» (توکلی، ۱۳۹۱: ۸۱-۸۲). اهمیت و برجستگی مخاطب در قرآن را می‌توان در شروع و پایان آن جست. شروع آن به وسیله مخاطبه بنده با خداوند و پایان آن مخاطبه خداوند با انسان. در مثنوی نیز متن با دستوری ارشادی به انسان شروع می‌شود. مخاطب قرار دادن مستمعان به شیوه دوم شخص مفرد بر جذب و جلب حواس مستمع می‌افزاید؛ گویا سخنور در حال سخن گفتن با تک‌تک مخاطبان است. استفاده از این نوع ساختار - با وجودی که سخنور بر این نکته آگاه است که متنش بیش از یک مخاطب خواهد داشت - بدان سبب است که تأثیر اقناعی و احساسی بیشتری بر مخاطب بر جای بگذارد. برای مولوی بسیار مهم است که مخاطب در مواجهه با داستان‌ها و حکایات، خود را با سرگذشت شخصیت‌ها و

پایان عبرت‌انگیز آن بی‌ارتباط نبیند. در جای‌جای نقل روایت تأکید می‌کند که گمان مبرید این سرنوشت و سرانجام تنها برای گذشتگان روی داده و شما از ابتلا به آن مبرا هستید، بلکه باید بدانید که هر لحظه امکان وقوع این حوادث برای هر کسی وجود دارد و با توجه به سنن الهی، انسان در رنج و گرفتاری آفریده شده است!

بشنوید ای دوستان این داستان خود حقیقت نقد حال ماست آن

(مولوی، ۱۳۶۶: ۳۵)

در میانه داستان موسی^(ع) ناگهان جانب داستان را فرومی‌هد و روی به مخاطب می‌گوید: نکند به چشم داستانی سرگرم‌کننده به این روایت بنگری، موسی^(ع) و فرعون حقیقی از دنیا رفته‌اند اما هزاران موسی^(ع) و فرعون در وجود تو نهفته است:

ذکر موسی پند خاطرها شدست کین حکایت‌هاست که پیشین بدست

ذکر موسی بهر روپوش است لیک نور موسی نقدِ تُستِ ای مرد نیک

موسی و فرعون در هستی توست باید این دو خصم را در خویش جست

(همان: ۴۴۴)

مولانا از اسلوب پرسش‌گری بهترین استفادهٔ ابزاری را می‌نماید تا مخاطب را از حالت ایستا درآورد و به او حس مشارکت فعالانه در مباحث بدهد: «از جنبه‌های دیگر پُر رنگ کردن شخصیت و حضور مخاطب در قرآن، بهره‌گیری از اسلوب مؤثر پرسش‌گری راوی در روایت است که در مثنوی نیز از آن استفاده خلاق شده است تا مخاطب را از حالت انفعال در برابر متن بیرون آورد و به گفت‌وگو با متن برانگیزد» (توکل، ۱۳۹۱: ۸۴-۸۳). در نمونه‌های زیر مولوی از این اسلوب استفاده کرده است. در این گونه سؤالات سخنور به دنبال پاسخی از جانب مخاطب نیست، بلکه جواب منفی پرسش به صورت تأکیدی در سؤال مستتر است (استفهام انکاری):

هیچ کوزه‌گر کند کوزه شتاب بهر عین کوزه نز بر بوی آب؟

هیچ کاسه‌گر کند کاسه تمام بهر عین کاسه، نه بهر طعام؟

هیچ خطاطی نویسد خط به فن بهر عین خط، نه بهر خواندن؟

(مولوی، ۱۳۶۶: ۷۶۸)

اوستادان کودکان را می‌زنند آن ادب سنگ سیه را کی کنند؟

هیچ گویی سنگ را فردا بیا ور نیایی من دهم بد را سزا؟

هیچ عاقل مر کلوخی را زند؟ هیچ با سنگی عتابی کس کند؟

(همان: ۹۷۷)

از شگردهای دیگر مولانا برای این منظور، ناتمام گذاشتن پایان قصه‌هاست. قصه نیمه‌تمام رها می‌شود و چگونگی پایان داستان به مخاطب سپرده می‌شود. مولانا آگاهانه از این شیوه در جهت دور نمودن حالت انفعالی از روایت‌شنو بهره می‌برد، اتفاقی که در داستان دژ هوش‌ریا در پایان دفتر ششم شاهد آن هستیم (همان: ۱۲۸۳)؛ از طرفی تأکیدی است بر پایان‌ناپذیری مثنوی و از جانب دیگر بازگذاشتن دست مخاطب است بر انتخاب پایانی دل‌خواه بر این حکایت رمز‌آلود.

۵-۵ بیان مطالب به ساده‌ترین شکل

به‌طور کلی مضامین و موضوعات مطرح در مثنوی را می‌توان در سه دسته گنجاناد: دسته نخست، موضوعاتی که هم از

نظر لفظ و هم معنی در سطح متوسط و نسبتاً عادی است و در این موضوعات روی سخن مولوی با عامه مردم و همه کسانی است که می‌خواهند از این موضوعات بهره ببرند؛ دسته دوم، سخنانی است که خطاب به مریدان خود سروده و قصد تعلیم آنان و بیان اندیشه‌ها و مضامین عرفانی را داشته است که این ابیات، اندکی دشوار و دیریاب است و تا کسی از مقدمات عرفان و اصطلاحات خاص عرفا و بیان این طایفه آگاهی نسبی نداشته باشد، نمی‌تواند به درستی متوجه معنای آنها شود؛ دسته سوم، سخنانی است که مولوی در حالات خاص بی‌خویشی و جنون عارفانه سروده است و در آنها گویی شاعر به مخاطب خاصی نظر ندارد و صرفاً آنها را برای دل خود به اقتضای حال خویش شعر سروده است. بیشتر پیچیدگی‌های اشعار مثنوی مربوط به این بخش از کتاب است (محمدیان، ۱۳۹۸: ۱۶۴۱-۱۶۴۰) با این حال، در هیچ کدام از سه دسته بالا تا حد وسع، جانب سادگی را فرونگذارده است. از ویژگی‌های برجسته سبکی مثنوی دغدغه‌مندی سخنور در اهمیت دادن به فهم و درک مخاطب عامی است. مولوی آگاهانه می‌کوشد تا چنان بسراید که غالب خوانندگان در دریافت پیام شاعر دچار مشکل و ابهام نشوند و در مواقعی که موضوعی انتزاعی و غامض را طرح می‌کند برای تبیین و توضیح ساده آن از رویکرد تمثیلی بهره می‌برد و همین امر باعث شده است که مثنوی نمونه کامل بلاغت منبری شناخته شود (زرین کوب، ۱۳۶۴: ۱۲۴).

مولانا به‌خوبی نحوه برخورد با انواع مخاطب را می‌داند و تأکید می‌کند برای جذب مخاطب باید از پیام تقویت‌کننده‌ای متناسب با خلق، خوی، عقل و خرد مخاطب بهره برد. اگر مخاطب، در سنین کودکی است، باید از واژگان و عباراتی استفاده کرد که در دایره واژگانی کودکان وجود داشته باشد. در تبیین این موضوع از دیدگاه روان‌شناسی رفتاری، تأثیر نوع تقویت‌کننده، بستگی کامل به نوع و سطح نیاز مخاطب دارد و از آنجا که نیازهای مخاطبان هم از نظر نوع و هم از نظر سطح بسیار متفاوت است و حتی در برهه‌های زمانی مختلف برای یک مخاطب نیز این تنوع وجود دارد، ضرورت شناخت ویژگی‌های مخاطب و ایجاد تناسب بین پیام و مخاطب و همچنین دقت در انتخاب تقویت‌کننده‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است (کریمی، ۱۳۹۸: ۹۱-۹۲). در همین زمینه ارونسون جنبه متقاعدکنندگی هر پیام را تحت تأثیر عوامل مختلفی می‌داند که یکی از عوامل مهم، ویژگی‌های مخاطبان است. وی معتقد است هوش، تجربه و عقیده پیشین، جنسیت و برخی ویژگی‌های شخصیتی و نیازهای زیستی، معنوی، اجتماعی و روانی تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر متقاعدکنندگی یک پیام می‌گذارد و فرستنده پیام باید متناسب با این موارد در محتوا و اجرای پیام دقت بیشتر کند و تقویت‌کننده‌های مناسبی را انتخاب و استفاده کند (ارونسون، ۱۳۷۴: ۸۸-۸۹):

چونک با کودک سر و کارم فتاد	هم زبان کودکان باید گشاد
که برو کُتاب تا مرغت خرم	یا مویز و جوز و فستق آورم

(مولوی، ۱۳۶۶: ۷۵۳)

چنان که گذشت، مولوی کوشیده است حتی غامض‌ترین و سخت‌ترین مفاهیم و موضوعات فلسفی و عقلی را در قالب سادگی و برای نمونه از طریق حکایات بیان کند تا هر مخاطبی با هر میزان دانش و آگاهی بتواند درک درستی از این مفهوم انتزاعی به دست بیاورد. در نمونه زیر مسأله باطل بودن دور را در حکایتی کوتاه و آمیخته با طنز اجتماعی به بهترین شکل نشان می‌دهد:

محتسب در نیم‌شب جایی رسید	در بن دیوار مردی خفته دید
گفت هی مستی چه خوردستی بگو	گفت از این خوردم که هست اندر سبو

گفت آخر در سبو واگو که چیست
گفت از آنک خورده‌ام گفت این خفیت
دور می‌شد این سؤال و این جواب
ماند چون خر محتسب اندر خلاب
(همان: ۳۱۲)

گاهی یک نکته نغز را بیان می‌دارد و بعد در شرح آن حکایتی می‌آورد تا مطلب را به درستی برای مخاطب مفهوم سازد:

هست بی حزمی پشیمانی یقین
بشنو این افسانه را در شرح این
(همان: ۳۹۵)

مولانا هرگاه می‌خواهد برای روشن ساختن بیشتر جنبه‌های یک موضوع از مثال و تمثیل استفاده نماید، از نمونه‌هایی استفاده می‌کند که بیشترین قرابت را با زمینه‌های ذهنی مخاطبان عامی داشته باشد؛ مثال و تمثیل‌هایی که در تار و پود زندگی روزمره مردم کوچه و بازار ریشه دارد. بعضی از این نمونه‌ها چنان برای مخاطب دم‌دستی و پیش چشم است که فهم و درک عقلی و انتزاعی به واسطه آن کاملاً آسان می‌نماید:

من جهان را چون رحم دیدم کنون
چون در این آتش بدیدم این سکون
(همان: ۳۹)

رو تو کهگل ساز بهر سقف جان
سقف گردون را ز کهگل پاک دان
(همان: ۲۸۶)

من ز سرگین می‌نجویم بوی مشک
من در آب جو نجویم خشت خشک
(همان: ۳۳۰)

تو مرا باور مکن کز آفتاب
صبر دارم من و یا ماهی ز آب
(همان: ۲۵۲)

علاوه بر استفاده از مثال‌های آشنا و مأنوس، مولوی از نام قهرمانان و شخصیت‌هایی استفاده می‌کند که برای مخاطبان عامی آشناست و در شیوه بلاغت منبری نوعی اظهار تفاهم با عوام و اهل مجلس و قسمتی هم‌دردی و هم‌دلی با آنهاست (زرین کوب، ۱۳۶۴: ۱۲۹).

مولانا همچنین هرگاه در معرض احساسات و غلیان روحی قرار می‌گیرد، رشته سخن گفتن به شیوه ساده و سهل‌الوصول گسسته می‌شود و در بسیاری از این موارد زبان مثنوی عربی می‌شود، ولی شاعر خیلی زود متوجه امکان دیرفهمی مخاطب می‌شود و به سیاق متداول خود باز می‌گردد (مولوی، ۱۳۶۶: ۴۳). در نمونه‌ای دیگر بعد از چند بیت عربی به خود نهیب می‌زند که از جاده ساده‌گویی منحرف شده‌ای؛ پس مراعات حال همه مخاطبان را بنما و به فارسی بسرا! (همان: ۵۷۳).

بیان مطالب در سطح درک و فهم مخاطب به قدری برای مولانا ارزشمند و مهم بوده است که عنوان مثنوی یکی از بخش‌های مثنوی را به حدیث نبوی «کلم الناس علی قدر عقولهم لا علی عقولکم» (مولوی، ۱۳۶۳: ۷۵۳) اختصاص داده و در اهمیت و تبیین آن به طور مفصل سخن گفته است.

در بعضی جای‌ها که مولانا موضوعات و مباحث ژرف عرفانی را مطرح می‌نماید، سعی می‌کند ملاحظه تمام مخاطبان خود را بنماید و بر خود نهیب می‌زند که افشای اسرار الهی بس است و پرده دری بیش از این جایز نیست:

بیش از این با خلق گفتن روی نیست
بحر را گنجایی اندر جوی نیست
پست می‌گویم به اندازه عقول
عیب نبود این بود کار رسول
(همان: ۱۸۸)

گاه مولانا صراحتاً به مخاطب خود گوشزد می‌کند آنچه در توضیح مطالب عرفانی و الهی بیان کردم، تمام آن چیزی نبود که می‌توانستم بگویم و ترسیم نمایم، اما فهم و درک تو در همین حد است و این کم‌کاری و نقص من نیست، بلکه گنجایش و ظرفیت محدود توست که دست مرا در شرح بیشتر بسته است:

اینچ می‌گویم به قدر فهم تست
مُردم اندر حسرت فهم درست
در خور فهم تو گفتم این جواب
فهم کن وز جستجو رو بر متاب
(همان: ۴۸۷)
(همان: ۸۵۸)

واقعیت دیگری که در بیان تعالیم غامض عرفانی، مولانا را رنج می‌دهد احتمال برداشت نادرست و اشتباهی است که ممکن است مخاطب ناپخته از آن بنماید:

زین سبب من تیغ کردم در غلاف
تا که کژخوانی نخواند بر خلاف
(همان: ۳۴)

۵-۶) کاربرد عناوین اصلی و فرعی

کارکرد اصلی داستان‌ها و حکایات در مثنوی کمک به تبیین بهتر و آسان‌تر مفاهیم و موضوعات انتزاعی و پیچیده ذهنی است. این هنر مولوی است که می‌تواند ساختاری داستانی و روایی برای مفهوم درشت و دیرپای ذهنی مهیا کند. از این رو راوی آگاهانه می‌کوشد تا توجه و حواس مخاطب فقط صرف ظاهر داستان نشود و اصل توجه و دقت خود را مصروف به تأویل و تفسیر عرفانی و تعلیمی‌ای بنماید که از آن داستان ارائه می‌شود. به همین دلیل قبل از شروع داستان و روایت‌های بلند، کل داستان را به اختصار در مقدمه مثنوی که بر داستان نوشته، ذکر می‌کند. بامشکی در تحلیل علت آوردن مقدمه‌های مثنوی می‌نویسد: «علاوه بر پیرفت‌بندی و ایجاد انسجام در روایت، عنوان در مثنوی نقش مهم دیگری را نیز ایفا می‌کند و آن اینکه سبب می‌شود روایت شنو بتواند توجه و حواس خود را به بخش غیرداستانی که هدف اصلی راوی است، معطوف کند. به این صورت که راوی از همان ابتدا و در عنوان خلاصه داستان را به روایت‌شنو می‌گوید. این دانش زمینه‌ای از داستان میزان توجه روایت‌شنو به بخش‌های غیرداستانی و تفاسیر را افزایش می‌دهد؛ چرا که روایت‌شنو در لحظات گسست روایی، در رویداد داستانی قطع شده نمی‌ماند و حواس او به دنبال بازگشت سریع به داستان و ادامه آن نیست بلکه خلاصه داستان این ضمانت را به او داده است که تمامی داستان را برای او روایت کند، این گونه در لحظات گسست روایی نگران از دست دادن خط سیر داستان نیست و با آگاهی از چارچوب اصلی داستان در لحظات گسست روایی حواس خویش را در برابر مطالب تفسیری متمرکز می‌کند» (بامشکی، ۱۳۹۱: ۴۸۰).

این مقدمات مثنوی، یادآور صنعت بدیعی براعت استهلال است. در این صنعت شاعر می‌کوشد به شیوه غیرمستقیم عاقبت تلخ یا شیرین داستان را به شکلی که گُل داستان و پایان آن آشکار نگردد، بیان دارد. اما در این گونه عناوین مثنوی، افشا شدن یا مستور ماندن خط سیر داستانی اهمیتی ندارد؛ زیرا، برای وی مهم، نتیجه اخلاقی و عرفانی‌ای

است که می‌تواند وی را در فرایند اقناع مخاطب یاری برساند. آنچه او را از دیگر آفرینندگان آثار عرفانی متمایز می‌کند، خلاقیت خارق‌العاده وی در ساختن تفاسیر از داستان‌هایی است که گاه برای حضار تکراری است و شنیدنش چندان حلاوتی ندارد. حتی در بعضی قسمت‌های روایت که علی‌القاعده میدان قلم‌فرسایی و توصیف و شرح بسیار باز است، چون می‌داند این شرح و توصیف کمکی به هدف بزرگی که در پشت بیان داستان برای او نهفته است، نمی‌کند، به سرعت از این حواشی و زواید - که البته برای فنون داستان‌نویسی بسیار مفید است - می‌گذرد و از اشاره به آن هم واهمه‌ای ندارد. برای نمونه در داستان آن کنیزک که با خر خاتون شهوت می‌راند، وقتی خاتون می‌خواهد کنیز را از سر خود باز کند، با اینکه زمینه قلم‌فرسایی و توصیف مهیاست، به سرعت از آن می‌گذرد و بیان می‌دارد که بیان این حواشی اهمیتی ندارد و باید به دنبال ژرفای نغز داستان بود (مولوی، ۱۳۶۶: ۹۰۰-۸۹۹).

در بعضی جای‌ها که چندین داستان تودرتو می‌آورد، موقعی که می‌خواهد داستان رها شده را دنبال کند، به طولانی‌گردیدن بیان داستان اشاره می‌کند و مخاطب را به یاد داستان نیمه‌تمام می‌اندازد و البته دور از ذهن هم نیست که گاه مخاطبان مجالس مثنوی‌سرایی مولوی، گوشزدی به وی برای بازگشت به آن داستان کرده باشند (همان: ۴۹۷).

۵-۷) سکوت و رازداری در مقابل مخاطب نااهل و نامحرم

رازداری و پرده‌پوشی یکی از اصول اساسی و بنیادین عرفانی است که در میان تمام عارفان و واصلان پذیرفته شده و محترم قلمداد می‌گردد. اگر تعالیم و مضامین ژرف عرفانی بر نامحرمان مکشوف شود، آن مفاهیم دست‌آویزی برای آزار و اذیت و کنایه و طعن به عارفان خواهد گشت. مولوی نیز در مثنوی بدین نکته اشاره کرده است و چون به درستی می‌دانسته اثرش در خارج از یک جمع محدود و خودمانی نشر خواهد یافت، تمام تلاش خود را مصروف می‌دارد تا سخن و حرفی نزنند که اسباب زحمت هم‌کیشان خود را فراهم آورد و گاه حتی از نثار گوشه و کنایه نسبت به این نامحرمان فروگذار نکرده است:

لیک کوته کردم آن گفتار را تا ننوشد هر خسی اسرار را

(همان: ۹۶۰)

ای دریغا ره‌زنان بنشسته‌اند صد گره زیر زبانم بسته‌اند

پای بسته چون رود خوش راهوار بس گران بندیست این معذور دار

(همان: ۶۴۲)

مولوی اسرار عرفانی را چون سرسلطان چندان ارزشمند می‌داند که نباید به دست هیچ نامحرم نااهلی بیفتد و اولین شرط آگاهی از این رموز را رازداری و خاموشی می‌شمارد:

تا نگویی سرسلطان را به کس تا نریزی قند را پیش مگس

گوش آن کس نوشد اسرار جلال کو چو سوسن صد زبان افتاد و لال

(همان: ۳۸۵)

از جمله نامحرمان و نااهلان رموز عرفانی در اندیشه مولوی، دنیاطلبانی هستند که دغدغه معنویت و دین ندارند و فکر و ذکرشان شهوت‌پرستی است. چنین مخاطب حیوان‌صفتی هیچ‌گاه نباید در حلقه کسب تعالیم عمیق عرفانی وارد شود:

این سخن پایان ندارد در کمال
چون حقیقت پیش او فرج و گلوست
پیش هر محروم، باشد چون خیال
کم بیان کن پیش او اسرار دوست
(همان: ۱۰۲۴)

از دیگر نااهلان و محرومان از دیدگاه مولوی، افرادی هستند که از نظر فهم و شعور در سطحی نازل قرار دارند. جر و بحث با نادان هیچ ارزشی ندارد، چون عقل ناقص وی موجب می‌شود تا با هیچ دلیل و برهانی نتوان او را مجاب و اقناع نمود. مولوی در نمونه‌ای دیگر بیان می‌دارد اگر بخواهیم با دلیل و برهان وجود قیامت را حتی برای افراد متوسط الحال ثابت کنیم، هر چه تلاش کنیم به نتیجه‌ای نخواهیم رسید و بنابراین، بهتر است در مواجهه با این دست افراد سکوت اختیار کرد (همان: ۶۹۹). پرهیز از نادان را مولوی با سخنانی از زبان حضرت عیسی^(ع) که در حال فرار از دست احمقی است، مؤکد می‌کند و بیان می‌دارد هم‌نشینی و مصاحبت با احمق نه تنها هیچ حسن و سودی برای انسان ندارد، بلکه دین و دنیای انسان را هم به باد می‌دهد (همان: ۵۱۱-۵۱۰)؛ بعد از ذکر این داستان، فرصتی پیش می‌آید که خود شاعر خطیبانه، سخنانی در مذمت نشست و برخاست با نادانان بیان دارد (همان: ۵۱۱).

البته مولوی همیشه در مواجهه با نامحرمان خاموشی اختیار نمی‌کند و گزنده‌ترین نقدها را نثار کسانی می‌کند که عامدانه و از روی فطرت پست و سرشت ناپاک خود مثنوی را آماج طعنه و توهین خویش قرار می‌دهند. مولانا در جواب قدح بدخواهان و هتاکان به مثنوی، اثر خود را قرآن پارسی می‌داند و بی‌حرمتی به مثنوی را هم سنگ جسارت به قرآن می‌شمارد:

ای سگ طاعن تو عوعو می‌کنی
طعن قرآن را برون شو می‌کنی
(همان: ۵۹۵)

۵-۸) پاسخ به اشکالات مقدر مخاطب

نوع نگاه اغلب متفکران در دوره مدرن و پس از آن نسبت به متن و معنای آن دقیقاً نقطه مقابل دیدگاهی است که از سوی صاحب نظران متقدم بیان شده است. بنابر تعبیر جفری هارتمن، هر متن حاوی معانی متعدد و متغیر است و از این رو هر متنی استفاده‌ای از معناست؛ پس هنگامی که مفسر می‌کوشد تا معنای اصیل متن را به دست آورد، شکست متن آغاز می‌گردد و این همان نظریه شالوده‌شکنی متن است (مختاری، ۱۳۹۱: ۴۵). از دیگر طرفداران هرمونیک مدرن و عدم وجود معنای واحد در متن، رولان بارت است. او در عدم نقش مؤلف در فهم متن تا جایی پیش رفت که نظریه مرگ مؤلف را پایه‌گذاری کرد و در آن عنوان داشت برای فهم یک متن ادبی نباید به دنبال قصد مؤلف بود، این کار امکان ندارد و به فرض امکان هم، کاری بی‌فایده است (نصری، ۱۳۸۹: ۱۳۸).

اما مولوی از آن دست متفکرانی نیست که برداشت متفاوت از آثارش را برتابد و همیشه نگران این بوده است که متن اثرش مطابق رأی مخاطب تفسیر و تحلیل شود. او معتقد است خواننده اثر نباید برداشتی مغایر با آنچه خالق اثر در ذهن پرورانده، داشته باشد و برداشت متفاوت خواننده از متن مساوی است با گمراهی خواننده و به بیراهه رفتن وی. از این روی تمام تلاش خود را به خرج می‌دهد تا خواننده برداشتی مطابق با اصول تعلیمی خالق اثر داشته باشد. در داستان اعرابی و خلیفه بعد از اینکه صورت داستان را بیان می‌کند، به تفسیر و تحلیل تمثیلی از شخصیت‌های داستان می‌پردازد و راه تفسیر به‌رای خواننده را می‌بندد:

ماجرای مرد و زن افتاد نقل	آن مثال نفس خود می‌دان و عقل
این زن و مردی که نفس است و خرد	نیک بایسته‌ست بهر نیک و بد
وین دو بایسته در این خاکی سرا	روز و شب در جنگ و اندرماجرا

(مثنوی، ۱۳۶۶: ۱۳۰)

اثری چون مثنوی با پهنه وسیع و گسترده مخاطب مواجه است و در طول قرون متمادی که از آفرینش این اثر سترگ می‌گذرد، همواره محل بحث و گفتگو و نقد و نظر میان اهل علم و فضل بوده است و می‌توان در تمامی این قرون شاهد حضور حامیان و منتقدان فاضل و عالم بود. نبوغ ذاتی مولوی، او را به صرافت انداخته بود که این اثر محل مناقشه و تضارب آرای فراوانی قرار خواهد گرفت و متن اثر به نحوی است که می‌تواند محمل مناسبی برای ایجاد چنین مناقشاتی باشد؛ بنابراین در تبیین موضوعات و مباحث هرگاه احساس می‌کرد که بحثی امکان ایجاد اشکالات و ابهاماتی را در ذهن مخاطب دارد، خود پیش‌دستی نموده و در متن اثر، پاسخ آن اشکالات احتمالی و مقدر را داده است. «در اکثر موارد برای آنچه ممکن است مخاطب در فهم مدعای او اشکالی پیدا کند و یا آن را درخور تردید بیابد، قصه‌ای می‌آورد تا مثالی از آنچه مستمع درباره آن تردید یا اشکالی دارد پیش چشم او بگذارد» (زرین کوب، ۱۳۷۳: ۲۶۳). در داستان مسجد عاشق کش، وقتی مردم از روی دل‌سوزی مرد جسور را از خوابیدن در مسجد بر حذر می‌دارند و او به توصیه خیرخواهانه حضار واقعی نمی‌نهد، مردم گمان می‌کنند که او از ابدال است که چنین جسورانه پروای جان ندارد:

ور ز ابدالی که میشت شیر شد	ایمن آ که مرگ تو سر زیر شد
----------------------------	----------------------------

(مولوی، ۱۳۶۶: ۵۸۱)

آمدن واژه «ابدال» در این بیت باعث می‌شود مولوی ادامه داستان را موقتاً رها کند و به توضیح و تشریح منظورش از واژه «ابدال» بپردازد؛ چون گمان می‌کند این واژه با خصوصیات و ویژگی‌هایی که بر آن مترتب است، برای عده‌ای از مخاطبان و مستمعان غریب و بیگانه باشد و سؤالات و ابهامات فراوانی در ذهن مخاطب ایجاد نماید:

کیست ابدال آنک او مبدل شود	خمرش از تبدیل یزدان خل شود
لیک مستی شیرگیری و ز گمان	شیر پنداری تو خود را هین مران

(همان: ۵۸۱)

در چند بیت بعدی مولوی بیان می‌دارد که شناخت ابدال به ظاهر افراد ربطی ندارد و چه بسا منافقانی که تا وقت عمل، کَر و فری برای خود دارند، ولی هنگام عمل چننه خود را به نمایش می‌گذارند؛ پس شناخت ابدال از ریاکاران کار آسانی نیست و نباید هر کسی را در این جرگه وارد دانست (همان: ۵۸۱).

مولانا در برخی مواضع به صراحت اشاره می‌کند این توضیح را در پاسخ به آن کس می‌دهد که سخن و باورش را قبول ندارد. مولوی می‌داند برخی مباحثش در نهاد گروهی از مخاطبان شبهه‌ناک و تردیدبرانگیز خواهد بود، بنابراین خود را موظف به پاسخ‌گویی و رفع شبهه از نهاد آنان می‌شمارد:

این جواب آن کس آمد کین بگفت	که نبودستش دل پر نور جفت
-----------------------------	--------------------------

(همان: ۵۸۰)

این نگاه و توجه ویژه به مخاطب در آثار منشور مولوی نیز قابل مشاهده است. مخاطب، محور آثار با رویکرد خطابی است و بدون توجه به این عنصر مهم نمی‌توان اثری را خطابی نامید. «گفتارهای دیگری نیز هست که در محافل خصوصی یا

در مجالس به زبان آمده است، مانند فیه مافیه مولوی. طبیعی است که در همه اینها روی سخن با مخاطبان است و حتی در آنها که بیرون از این گونه تقاضاها و به انگیزه درونی مؤلف نوشته شده باشد معمولاً مخاطبان فرضی تصور شده‌اند؛ به همین سبب نثر صوفیانه معمولاً جنبه خطابی دارد» (عرب و مدرسی، ۱۳۹۱؛ به نقل از غلامرضایی، ۱۳۸۸: ۳۵۲).

۵-۹) توجه به رفع ملال و خستگی مخاطب

کشش و شوقی که از جانب مخاطب بروز می‌کند، انعکاسی پررنگ در وجود خطیب خواهد داشت و در مقابل بی‌توجهی و ابراز خستگی و ملال مخاطب تأثیر منفی در وجود سخنور خواهد گذاشت. مجالس نظم مثنوی نیز از این قاعده کلی مستثنی نبوده است و شوق و ذوق مستمع، خطیب را بر سر ذوق آورده و در شرح و بسط مباحث جانب اطناب و تفصیل را گرفته و بروز نشانه‌های ملال و خستگی نیز باعث خاتمه بحث و روی آوردن سخنور به اجمال‌گویی گردیده است. «در پاره‌ای مواضع، مولانا چون حوصله تنگ و فهم نارسای مخاطب را مانع از شرح و تفصیل مطلب می‌یابد، به بهانه آنکه وقت بیگاه گشته است یا به همان سبب که در محدوده وقت بیگاه مجال بیان را تنگ می‌یابد از تفصیل مطلب عذر می‌خواهد و گاه تفصیل را موکول به وقت دیگری می‌دارد و خود را وامدار تفصیل آن می‌نماید» (زرین کوب، ۱۳۶۴: ۴۶).

در بیان حکایات تو در تو گاهی اوقات از داستان و حکایت اصلی چنان دور می‌شود که به خویش اعتراض می‌کند و از این تطویل و تفصیل که گهگاه از حوصله مخاطب نیز خارج است، شکوه سر می‌دهد. «در بسیاری موارد به خویشتن می‌آید که گریز قصه به درازا کشیده و باید به قصه بازآید اما از آن سو لحظه‌هایی هم هست که صحنه‌ای از قصه را ملال‌آور می‌یابد، درجایی گفتار یک شخصیت قصه صبرش را به پایان می‌رساند و به خود نهیب می‌زند که پروای روایت را داشته باشد که رنگ ملال نگیرد» (توکل، ۱۳۹۱: ۲۹۵). هرگاه متوجه می‌شود که به سبب طولانی شدن جلسه نظم مثنوی مخاطبان خسته و ملول گشته‌اند و خود را به سختی بیدار نگه داشته‌اند، سخنش را قطع می‌کند و به‌درستی به این نکته اشاره می‌کند که ادامه بحث در این حال خواب و بیداری مخاطب هیچ ارزش و فایده‌ای ندارد:

مستمع خفتست کوتاه کن خطاب ای خطیب این نقش کم کن تو بر

آب (مولوی، ۱۳۶۶: ۶۸۰)

در جایی دیگر با آنکه در موقعیتی است که امکان تطویل و توصیف مهیاست، زواید و حواشی داستان را به سبب خستگی مخاطب حذف می‌کند و زبده و عصاره آن را بیان می‌دارد:

بس دراز است این حکایت تو ملول زبده را گفتم رها کردم فضول

(همان: ۷۸۳)

از دیگر شگردهای رفع ملال و خستگی می‌توان به استفاده از حکایات و روایات طنزانه و هزل‌آمیز اشاره نمود و هرچند خود مولوی اشعار می‌دارد که بیان داستان‌های هزلی خود نوعی تعلیم و آموزش است، نباید از ویژگی جذابیت و گیرایی این گونه حکایات گذشت. در کنار هدف اصلی تعلیمی آن، می‌بایست به جنبه سرخوشی و شغفی که به مخاطب پس از شنیدن این حکایات دست می‌دهد نیز توجه کرد:

هزل تعلیم است آن را جد شنو تو مشو بر ظاهر هزلش گرو

هر جدی هزلست پیش هازلان هزل‌ها جدست پیش عاقلان

(همان: ۸۰۲)

اگر بیان این روایات خالی از این لطایف جذاب بود، پس دیگر چه دلیلی داشت راوی متشرعی چون مولوی، مثنوی را بدین روایات بعضاً مستهجن آلوده کند. بهره‌مندی از ظرفیت این نوع حکایات در میان بزرگ‌ترین خالقان آثار ادبی نیز رایج بوده است. مسعودی در مروج الذهب درباره طرز جاحظ می‌نویسد: «هرجا احتمال دلزدگی خواننده و خستگی شنونده می‌رفته از جد به هزل پرداخته و به دنبال حکمتی والا لطیفه‌ای گیرا آورده است» (توکلی، ۱۳۹۱: ۳۲۲). نکته‌ای که بیانش در اینجا خالی از لطف نیست، اجتماع داستان‌های مستهجن و رکیک در دفاتر پنجم و ششم است. فراوانی این نوع روایات در دو دفتر پایانی می‌تواند ظن ما را بدان‌جا بکشانند که مستمعان و مخاطبان مجالس نظم مثنوی در این دو دفتر به نسبت چهار دفتر دیگر بیشتر از عوام و اهل کوچه و بازار بوده‌اند و خود مولوی هم بدین نکته اشاره کرده است که چون در میان مستمعان و مخاطبان افراد و اشخاصی هستند که از فرهنگ کوچه‌بازاری بهره‌مندند، به این دلیل مجبور است به نحوی سخن بگوید که برای آنها نیز جذابیت و کشش داشته باشد:

چونکه مجلس بی‌چنین بیغاره نیست از حدیث پست نازل چاره نیست

(مولوی، ۱۳۶۶: ۱۱۰۴)

شاید دلیل دیگر تراکم این دست روایات در دو دفتر مذکور، حتی به طول انجامیدن سرایش مثنوی باشد و همین نکته نیز گواهی است بر مخاطب‌شناسی مولوی و در نظر داشتن زمان سخنوری توسط او. روایات هزلی مثنوی در چهار دفتر آغازین مثنوی بر خلاف دو دفتر پایانی، دارای واژگان و عبارات بی‌پروا نیست (رک. فاضلی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶۷)، اما در حکایات این دو دفتر پایانی علاوه بر موضوع داستان که رکیک است، از واژگان و عباراتی استفاده شده که در برابر هر مخاطبی نمی‌توانسته به راحتی ادا شود.

۵-۱۰) اشاره گذرا به داستانی که مفصل آن در جایی دیگر آمده است

در این روش مولانا برای یادآوری، در اثنای بحث با آوردن یک یا چند عبارت کلیدی به صورت بسیار مختصر و موجز به داستانی که در گذشته به صورت مفصل تعریف نموده است، اشاره می‌کند. این یادآوری حالت نوعی معما و چیستان می‌یابد و ذهن مخاطب را درگیر می‌سازد و از دو گونه خارج نیست: یا مخاطب اصل داستان را به یاد می‌آورد و حس التذادی که از کشف منظور شاعر در او ایجاد می‌شود، خود عامل تقویت شوق و رغبت به دنبال کردن بحث خواهد بود یا متوجه منظور شاعر نمی‌شود که این معادله مجهول، محرکی می‌شود تا مخاطب با گوش‌فرانهادن به ادامه بحث بتواند گره از این تعلیق ذهنی بگشاید:

روبه اندر حيله پای خود فشرد ریش خر بگرفت و آن خر را بیرد

مطرب آن خانقه کو تا که تفت دف زند که خر برفت و خر برفت

چون که خر گوشی برد شیری به چاه چون نیارد روبهی خر تا گیاه؟

(مولوی، ۱۳۶۶: ۹۵۱)

در نمونه بالا وقتی داستان اصلی، یعنی فریب دادن خر مرد گازر توسط روباه، روایت می‌شود، ذهن تداعی‌گرای مولانا با آوردن نام خر به یاد داستان آن خانقاه می‌افتد که در آنجا خر درویش را کباب کردند و خوردند (همان: ۲۲۵). از جانب دیگر سخن از فریب خوردن خر هم برای مولوی، تداعی داستان شیر و نخچیران می‌کند که شیر اسیر هوش خر گوش شد و فریب خورد. در دفتر ششم هم مولوی بار دیگر به این داستان اشاره می‌کند:

از برون دان آنچ در چاهت نمود
 برد خرگوشیش از ره کای فلان
 در رو اندر چاه کین از وی بکش
 آن مقلد سخره خرگوش شد
 ورنه آن شیریه که در چه شد فرو
 در تگک چاهست آن شیر ژیان
 چون ازو غالبتری سر برکش
 از خیال خویشتن پر جوش شد
 (همان: ۱۱۹۶)

و هم چنین در نمونه زیر:

همچو آن شیریه که در چه شد فرو
 عکس خود را خصم خود پنداشت او
 (همان: ۱۰۷۹)

در نمونه دیگر مولوی اشاره به داستان موسی و شبان می‌کند تا با حلاوت و شیرینی‌ای که در این حکایت نهفته است، مخاطب را بر سر ذوق و شوق آورد:

بنده نشکید ز تصویر خوشت
 همچو آن چوپان که می‌گفت ای خدا
 تا شپش جویم من از پیراهنت
 کس نبودش در هوا و عشق جفت
 هر دمت گوید که جانم مضمربست
 پیش چوپان و محب خود بیا
 چارقت دوزم ببوسم دامت
 لیک قاصر بود از تسبیح و گفت
 (همان: ۹۹۲-۹۹۳)

و در اشاره ای دیگر به همین داستان چنین می‌گوید:

همچو مدح مرد چوپان سلیم
 که بجویم اشپشت شیرت دهم
 قدح او را حق به مدحی برگرفت
 رحم فرما بر قصور فهم‌ها
 مر خدا را پیش موسیء کلیم
 چارقت دوزم من و پیشت نهم
 گر تو هم رحمت کنی نبود شگفت
 ای ورای عقل‌ها و وهم‌ها
 (همان: ۱۰۹۷)

در نمونه دیگر مولانا در دفتر ششم به صورت گذرا به داستان پادشاه و کنیزک اشاره می‌کند و از مخاطب توقع دارد که اصل داستان را به خاطر آورد (همان: ۱۲۲۲).

در نمونه دیگر اشاره‌ی راوی به حکایتی است که فقط یک عبارت از حساس‌ترین قسمت داستان را به عنوان نشانه در اختیار مخاطب خود قرار می‌دهد. این اشاره به حدی مختصر و کوتاه است که بدون زمینه ذهنی از اصل داستان به هیچ‌روی نمی‌توان از منظور و مقصود شاعر سر در آورد:

ای ز دل‌ها برده صد تشویش را
 نوبت تو شد بجنبان ریش را
 (همان: ۱۲۳۳)

که اشاره به داستان همراهی سلطان محمود با دزدان (همان: ۱۱۸۰) دارد؛ البته همیشه استفاده از این شگرد منحصر به اشارات روایی و داستانی نیست و در مورد موضوعات و مباحث مطروحه در دفاتر دیگر مثنوی نیز کاربرد دارد:

لیک استثنا و تسبیح خدا
 ذکر استثنا و حزم ملتوی
 ز اعتماد خود بد از ایشان جدا
 گفته شد در ابتدای مثنوی
 (همان: ۱۲۲۱)

استفاده از این شگرد فقط مربوط به روایت و حکایتی که قبلاً طرح گردیده است، نیست بلکه مواردی هم می‌توان یافت که ابتدا مولوی اشاره‌ای گذرا به داستانی می‌کند و در دفاتر بعدی اصل آن داستان را بیان می‌نماید. این گونه اشارات نشان از رونق و رواج آنها میان مردم آن دوره دارد که با کوچک‌ترین اشاره‌ای مفهوم و منظور شاعر، درک می‌شده است، هر چند اگر از منظر معمایی به این نوع اشارت بنگریم، باز هم می‌توان بار تشویقی و ترغیبی متصور برای انواع دیگر این شگرد را بر این نوع هم صادق بدانیم:

بر سر امرود بن بینی چنان ز آن فرود آ تا نماند آن گمان

(همان: ۱۱۷)

در نمونه بالا اصل داستان به صورت مفصل - حکایت آن زن پلید که برای درآویختن با فاسقش، شوهرش را به بالای درخت امرود فرستاد (همان: ۸۰۱) - بعد از این اشاره مختصر، در دفتر چهارم آمده است. مولوی دلیل دیگری هم برای این نوع یادکرد، ذکر نموده است و استفاده از این شگرد را نوعی تأکید خبر قلمداد می‌کند که در پی جا انداختن موضوعی خاص در نهاد مخاطب است و استفاده از شیوه تکرار او را در رسیدن به هدفش در این راه یاری می‌رساند:

آن سگی در کو گدای کور دید حمله می‌آورد و دلش می‌درید

گفته‌ایم این را ولی بار دگر شد مکرر بهر تأکید خبر

(همان: ۶۷۷)

۶ نتیجه

مولوی در مثنوی از دو رویکرد شعری و خطابی به‌طور همگام سود جسته است تا خواننده را از هر نظر تحت تأثیر قرار دهد. در این میان کاربرد استاندارجات خطابی بر حسب مخاطب نقش برجسته‌ای دارد، چنان که او کوشیده است جز آنچه ضمن کتاب‌های فن خطابه آمده است، موارد جدیدی برای درگیر ساختن خواننده با کلام به کار گیرد و جمعاً این شگردها نتیجه کوشش وی در این زمینه بوده‌اند: «توجه به نقش مخاطب در انگیزه‌بخشی به سخنور»، «در نظر گرفتن مخاطبان خاص در عین توجه به مخاطبان عام»، «استفاده از کلام عاطفی برای اثرگذاری بیشتر»، «ساده‌گویی و از کف نهادن زبان ساده و حکایاتی حتی برای معانی غامض عرفانی»، «سنجش سطح همدلی مخاطبان و بیان و عدم بیان مطالب رازآمیز به فراخور محرمیت و نامحرمیت آنان»، «ذهن‌خوانی مخاطب و پیش‌دستی در پاسخ‌گویی به پرسش‌های ذهنی مخاطبان»، «ایجاد انبساط خاطر در سخن برای رفع ملال احتمالی مخاطبان» و «یادآوری اجمالی داستان‌های دیگر در ضمن داستان‌ها برای ایجاد تداعی ذهنی و اقناع بیشتر مخاطب».

بر این پایه، مثنوی نه تنها اثری خطابی و متأثر از مهارت‌های سستی و خانوادگی مولوی در فن وعظ و خطابه است، بلکه نشان می‌دهد در سنت ادبیات عرفانی، خواننده‌محوری و تأثیر فزاینده بر مخاطب، بیش از هر نوع ادبی دیگر جریان داشته است و صحت این نکته از تحلیل مقایسه‌ای میان این رفتارهای کلامی مولوی و رفتارهای کلامی عارفان دیگری مانند ابوسعید ابوالخیر و عین‌القضات همدانی در نثر و سنائی و عطار در نظم برمی‌آید. افزون بر این، وقتی از ذات شعر سخن می‌گوییم، منظور سخنی است که مترصد تخیل یا انگیزش خواننده برای مقصود مؤلف باشد، با این حال، هر نوع

شعر و به‌طور ویژه، شعر عرفانی، جز فنون تخیل، آمیخته با فنون اقناع هم هست که جا دارد این موضوع در سطح شعر غیرعرفانی و عرفانی مورد تحقیق بیشتر قرار گیرد و مثنوی مولوی از این جهت نمونه بارزی به دست داد.

تعارض منافع

طبق گفته نویسنندگان، پژوهش حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع است.

منابع

قرآن کریم

- آدونیس، علی‌احمدسعید. (۱۳۹۲). سنت و تجدد یا ثابت و متحول. ترجمه حبیب‌الله عباسی. تهران: سخن.
- ارسطو. (۱۳۶۹). فن شعر. ترجمه عبدالحسین زرین‌کوب. تهران: امیرکبیر.
- ارسطو. (۱۳۹۳). فن خطابه. ترجمه پرخیده ملکی. تهران: اقبال.
- افلاکی، شمس‌الدین‌احمد. (۱۹۷۶). مناقب العارفین. تصحیح تحسین یازجی. انقره: انجمن تاریخ ترک.
- امینی، محمدرضا و کهنسال، مریم. (۱۳۸۴). «جایگاه مخاطب در آفرینش ادبی و نقش وی در تأویل آن». علوم اجتماعی و انسانی. شماره ۳. صص: ۲۹-۲۰.
- ایشانی، طاهره. (۱۴۰۲). «تبیین مؤلفه‌های بلاغت ارسطویی در نامه‌های خانوادگی مولانا». پژوهش‌های دستوری و بلاغی. شماره ۲۳. صص: ۱۲۳-۱۴۲. <https://doi.org/10.22091/jls.2023.9512.1507>
- بامشکی، سمیرا. (۱۳۹۱). روایت‌شناسی داستان‌های مثنوی. تهران: هرمس.
- بهنام‌فر، محمد و ربانی‌خواه، موسی‌الرضا. (۱۳۸۹). «با ساز کن جنگ شعر مثنوی، سیمای حسام‌الدین چلبی در مثنوی». ادب حماسی. صص: ۲۴۸-۲۶۹.
- توکلی، حمیدرضا. (۱۳۹۱). از اشارت‌های دریا، بوطیقای روایت در مثنوی. تهران: مروارید.
- حلی، حسن‌بن‌یوسف. (۱۳۸۸). جوهر النضید، شرح بخش منطق تجرید خواجه نصیرالدین طوسی. ترجمه منوچهر صانعی دره‌بیدی. تهران: حکمت.
- زرین‌کوب، عبدالحسین. (۱۳۶۴). سرّ نی، نقد و شرح تحلیلی و تطبیقی مثنوی. بی‌جا: علمی.
- زرین‌کوب، عبدالحسین. (۱۳۷۳). پله‌پله تا ملاقات خدا، درباره زندگی، اندیشه و سلوک مولانا جلال‌الدین رومی. بی‌جا: علمی.
- سلیمانی، علی و موحدی، محمدرضا. (۱۳۹۹). «تأملی در دفتر پنجم شرح جامع مثنوی معنوی». پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی. شماره ۲۰. صص: ۲۸۸-۲۶۵. [10.30465/crtls.2020.28944.1683](https://doi.org/10.30465/crtls.2020.28944.1683)
- شمیسا، سیروس. (۱۳۷۵). معانی. تهران: میترا.
- شیروانی، علی. (۱۳۹۰). ترجمه منطق مظفر. قم: دارالعلم.
- ضیاء، محمدرضا. (۱۳۸۹). «نقش مخاطب در شکل‌دهی به مثنوی مولوی». پژوهش‌های نقد ادبی و سبک‌شناسی. شماره ۲. صص: ۷۱-۵۷.
- طوسی، محمدبن‌حسن. (۱۳۷۶). اساس الاقتباس. تصحیح مدرس رضوی. بی‌جا: دانشگاه تهران.
- عرب، مریم؛ مدرسی، فاطمه. (۱۳۹۱). «بلاغت صوفیانه خطابی در تمهیدات عین القضاة». کاوش‌نامه. شماره ۲۵. صص: ۳۲۰-۲۹۳.
- فاضلی، فیروز و بخشی، اختیار. (۱۳۸۷). «رویکرد مخاطب‌مدار مولوی و نقش آن در تکوین قصه‌های هزل‌گونه مثنوی». مطالعات عرفانی. شماره ۸. صص: ۷۴-۴۷.
- کریمی، یوسف. (۱۳۹۸). روان‌شناسی اجتماعی. تهران: ارسباران.
- کهنسال، مریم. (۱۳۹۰). جلوه‌های نمایشی مثنوی. بی‌جا: سخنوران.
- محمدآبادی، حجت. (۱۳۸۶). منطق نموداری. قم: دارالفکر.
- محمدیان، عباس. (۱۳۸۹). «شیوه بیان مولوی در مثنوی». پنجمین همایش پژوهش‌های زبان و ادبیات فارسی. آبان. سبزوار. صص: ۱۴۶۲-۱۴۴۱.
- مختاری، محمدحسین. (۱۳۹۱). حلقه مطالعاتی متن و هرمنوتیک. قم: مرتضی.

مظفر، محمد رضا. (۱۴۳۳). المنطق. تعليق غلام رضا الفياضی. تحقيق و اشراف رحمه الله الرحمتی الاراکی. قم: الاسلامی.
مولوی، جلال الدین محمد. (۱۳۶۶). مثنوی معنوی. تصحیح رینولد الین نیکلسون. تهران: امیر کبیر.
نصری، عبدالله. (۱۳۸۹). راز متن. تهران: سروش.

References

nnnnnnnnmm

- Adonis, A. (2013). Sonnat va Tajaddod ya Sabet va Motahavvel. Tarjome-ye Habibollah Abbasi. Tehran: Sokhan. [In Persian]
Aflaki, Sh. (1976). Managheb-ol Arefin. Tashih-e Tahsin-e Yaziji. Chap-e Dovom. Anghare: Anjoman-e Tarih-k-e Tork. [In Persian]
Amini, M; Kohansal, M. (2014). Jaygah-e Mokhtab dar Afarinesh-e Adabi va Naghsh-e yyy rrr aa llll -e An. Olom-e Ejtemaei va Ensani. No.3. Pp: 20-29. [In Persian]
Arab, M; Modarresi, F. (2012). Belaghat-e Sofiane-ye khetabi dar Tamhidat-e Ein-ol ghozat. Kavoshname. No.25. Pp: 293-320. [In Persian]
Arastoo. (1990). Fann-e aa mmmmye Abdolhossein-e ZarrinKoob. Chap-e Dovom. Tehran: Amirkabir. [In Persian]
Arastoo. (2014). Fann-e Khetabe. Tarjome-ye Parkhide-ye Maleki. Chap-e sevom. Tehran: Eghbal. [In Persian]
Bameshki, S. (2011). Revayatshenasi-ye Dastanha-ye Masnavi. Chap-e Avval. Tehran: Hermes. [In Persian]
Behnamfar, M; Rabbanikhah, M. (2010). ba Sazkon-e Chang-e Masnavi, Sima-ye Hesam-od din Chalabi. Adab-e Hemasi. No. 9. Pp: 248-269. [In Persian]
Fazeli, F; Bakhshi, E. (2018). Roykard-e Mokhtab Madar-e Molavi va Naghsh-e An dar Takvin-e ghesseha-ye Hazlgoone-ye masnavi. Motaleat-e Erfani. No. 8. Pp: 47-74. [In Persian]
Helli, H. (2018). Johar-ol Nazid. Sharh-e Bakhsh-e Mantegh-e Tajrid-e Khaje Nasir-od Din Tusi. Tarjome-ye Manouchehr-e Saneyidarebidi. Chap-e haftom. Tehran: Hekmat. [In Persian]
Ishani. T. (2023). Tabiin-e llllll lll aa-ye Belaghat-e Arastooei dar Nameha-ye Khanevadeghi Molana. Pazhoheshha-ye Dastoori va Belaghi. No. 23. Pp: 123-142. [In Persian] 10.22091/jls.2023.9512.1507
Karimi. Y. (2018). Ravanshenasi Ejtemaei. Chap-e Nohom. Tehran: Arasbaran. [In Persian]
Kohansal, M. (2013). Jelveh-e Nemayeshi-ye Masnavi. Bija: Sokhnvaran. [In Persian]
Molavi, J. (1897). Masnavi-ee aaaaa aaaaa hhhhe Reynolds Elaine Nicholson. Tehran: Amirkabir. [In Persian]
Mohammadabadi, H. (2016). Mantegh-e Nemodari. Qom: Dar-ol Fekr. [In Persian]
Mohammadian, A. (2010). Shive-ye Bayan-e Molavi dar Masnavi. Panjomin Hamayesh-e Pazhoheshha-ye Zaban va Adabiyat-e Farsi. Aban. Sabzevar. Pp: 1441- 1462. [In Persian]
Mokhtari, M. (2011). Halghe-ee lllll lll ii-ye Matn va Hermonotik. Qom: Morteza. [In Persian]
Mozaffar, M. (2011). Al-eeeeee eee aa iiihh-e Gholamreza al-Fayazi. Tahghigh va Eshraf Rahmat-ol Lah al-Rahmati al-Araki. aa aaat-tt aa aaaa. :::: :: -Eslami. [In Persian]
Nasri, A. (2009). Raz-e Matn. Tehran: Soroosh. [In Persian]
Shamisa, S. (1996). aaaa ... ee aaa:: aaaaaannn]]]]]]]]
Shirvani, Ali. (2011). Tarjome-ye Mantegh-e Mozaffar. Chap-e bistom. Qom: Dar-ol Elam. [In Persian]
]]]]]] ... :: eeeeeee eee aa mmm i rrr tttt rr-e Panjom-e Shrh-e Jame-e Masnavi-ee aaaaa aa Pazhoheshname-ye Enteghadi-ye Moton va Barnameha-ye Olom-e Ensani. No. 20. Pp: 265-288. [In Persian] [10.30465/crtls.2020.28944.1683](https://doi.org/10.30465/crtls.2020.28944.1683)
Tavakkoli, H. (2011). az Esharatha-ye Darya, Botigha-ye Revayat dar Masnavi. Chap-e dovom. Tehran: Morvarid. [In Persian]
Tousi, M. (1997). Asas-ol Eghtebas. Tashih-e Modares Razavi. Chap panjom. Tehran: Daneshgah-e Tehran. [In Persian]
ZarrinKoob, A. (1985). Serr-e Ney, Naghd va Sharh-e Tahlili va Tatbighi-ye Masnavi. Bija: Elmi. [In Persian]
ZarrinKoob, A. (1994). Pelle Pelle ta Molaghat-e khoda, Darbare-ye Zendegi, Andishe va Solook-e molana jalal-od Din Romi. Chap-e Sheshom. Bija: Elmi. [In Persian]
Zia, M. (2009). Naghsh-e Mokhtab dar Shekldehi be Masnavi-ye Molavi. Pazhoheshha-ye Naghd-e Adabi va Sabkshenasi. No. 2. Pp: 57-71. [In Persian]