

نشریه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های ادب عرفانی (گوهر گویا)

سال دهم، شماره اول، پیاپی ۳۰، بهار و تابستان ۱۳۹۵، صص ۳۲- ۱

مبانی نظری و کارکردهای عملی جایگاه مخاطب در نگاه سخنوران

فاطمه غلامی^۱ - نجف جوکار^۲

چکیده

مجلس‌گویی ریشه‌دارترین سنت فرهنگی و گسترده‌ترین شیوه نشر و ترویج باورهای دینی، اخلاقی و آیین زندگی است و مهم‌ترین ابزار تعلیم و تربیت در گذشته بوده است و آثار بسیاری در ادبیات فارسی برآمده از مجالس عرفانی است. این سنت که هم اکنون نیز یکی از کارآمدترین رسانه‌هاست، بر محور مخاطب شکل می‌گیرد و بسیاری از ویژگی‌های ساختاری و محتوایی آن، متأثر از نگاه مداوم به مخاطب است.

این جستار با گزینش دسته‌ای از آثار برجسته در زمینه مجلس‌گویی (مانند آثار عین‌القضات، احمد جام، بهاء ولد، مولوی، سلطان ولد و...) و بر اساس اهمیت عنصر مخاطب در این متون، به واکاوی شیوه‌های شناخت و برآورد گویندگان این مجالس از مخاطبان پرداخته است. با توجه به مخاطب، سخن مجلس‌گویان در گفت و گو با عام و خاص، نوسان داشته است و لحن ایشان نیز در خطاب‌ها، شیوه‌های پرسش و تنبیه و تحذیر تغییر یافته است. توجه سخنوران به ماهیت کلام و بیان ظرایف و دقایق سخن، توصیف ویژگی‌های مخاطب حقیقی، سنجش ظرفیت مخاطب و رعایت اقتضای حال وی، حاصل نگاه ویژه مجلس‌گویان به مخاطب است.

^۱؛ استادیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران gholami_113@yahoo.com

^۲؛ استاد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران n.jowkar@yahoo.com

افزون بر این، کاربرد انواع حکایت‌ها و تمثیل‌ها، بهره‌گیری از موسیقی واژه‌ها و ایجاز و سادگی سخن رهاورد نگاه به مخاطب است.

واژه‌های کلیدی

نثر عرفانی، سخنوری، مخاطب، مجلس گویی

مقدمه

Addressee (مخاطب) را واژه‌ای کهن دانسته‌اند که از دوره‌های فرهنگ شفاهی بشر به جا مانده است. در گذشته، مخاطب «در اصل به گروه‌هایی از مردم گفته می‌شده است که [پیش از دوران رسانه‌ها] برای شنیدن یک سخنرانی، گفتار یا بحث در یک جا جمع می‌شده‌اند» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۸۰).

امروزه «مخاطب‌شناسی» در بسیاری از علوم و هنرها اهمیتی ویژه یافته است. بررسی متون ادبی گذشته و پژوهش درباره اندیشه‌ها و دریافته‌های نویسنده نسبت به مخاطبان خود، می‌تواند افقی تازه پیش روی محققان بگشاید. بخشی مهم از متون برجسته ادب فارسی، مجالس عرفانی است و یکی از موضوعات محوری در مجالس عرفانی، اهمیت دادن و توجه به مخاطب است.

شاید در زبان نوشتار توجه نویسنده به مسئله مخاطب کم‌تر نمود داشته باشد اما در مجلس‌گویی که شیوه بیان بر زبان گفتار استوار است، مانند هر گفتار دیگر با مثلث گوینده، شنونده و موضوع گفتار یا پیام مواجه هستیم. پیداست که هر ضلعی در دو ضلع دیگر مؤثر است اما می‌توان گفت نقش گیرنده یا مخاطب اصلی‌تر و محوری‌تر است.^۱

مجلس‌گویی یکی از نمودهای شنیدنی یا گفتاری زبان است. در این نوع زبان، توجه به اقتضائات روحی و مقامی شنونده ضرورت بسیار دارد زیرا هدف اصلی انتقال هدف و پیامی است که در دل کلام جای گرفته است. از این رو می‌بینیم که گویندگان مجالس در لابه‌لای کلام خود به تشریح و تبیین ویژگی‌های مخاطب و اهمیت رعایت این ویژگی‌ها در بیان مطالب پرداخته‌اند؛ تا آن جا که یکی از موضوعات مجالس را همین مسئله شکل می‌دهد. اگرچه بحث‌های مخاطب‌محوری و مخاطب‌پژوهی در گذشته به میزان امروز پررنگ نبوده است اما گویندگان موفق و

هوشیار همواره مخاطب را مهم و قابل اعتنا دانسته‌اند. سرشار بودن این متون از ضمیرهای خطاب‌ی و خطاب‌های گوناگون اولین و بیرونی‌ترین نشانه‌ای است که توجه به مخاطب را نزد مجلس‌گویان پدیدار می‌سازد. در این روش بر اساس نگاه ویژه و مستمر به مخاطب است که بسیاری از ویژگی‌های لفظی و محتوایی شکل می‌گیرد. در واقع گوینده با توجه و شناخت نسبت به سطح آگاهی، میزان درک و نیازهای فردی و اجتماعی مخاطب و نگرش‌ها و گرایش‌های وی، معنای مورد نظر خود را در ظرف عبارت می‌ریزد.

در علم معانی ملاک و معیار فصاحت و بلاغت، مقتضای حال مخاطب است. در واقع بخش مهمی از علم معانی به مخاطب‌شناسی می‌پردازد. در تعریف علم معانی نیز سخن گفتن بر مقتضای حال مخاطب و شنونده، جزئی جدا نشدنی است.

صناعات خمس در علم منطق هم بیانگر روبه‌رویی و مواجه شدن گوینده با مخاطبان متفاوت است و این که با توجه به هر نوع مخاطب باید از کدام روش برای اقناع وی بهره برد (برهان، جدل، خطابه، سفسطه و شعر) (ر.ک. بابایی، ۱۳۸۵: ۷).

امروزه نیز تأکید بر اهمیت شنونده در مباحث نقد ادبی و علوم بلاغی بیش از گذشته دیده می‌شود و این موضوع در برخی نظریه‌های ادبی معطوف به خواننده به چشم می‌خورد. نظریه‌هایی مانند افق‌های انتظار خواننده، خواننده نهفته، تجربه خواننده، توانش ادبی، قراردادهای خواندن و ... از آن جا که ساختار و بافت معانی در مجالس دوره اسلامی متأثر از قرآن است، در زمینه توجه به مخاطب نیز مجلس‌گویی با بسیاری از الگوهای مخاطب‌نگری در قرآن همخوانی و هماهنگی دارد. تنوع روش قرآن در مواجه شدن با مخاطبان متعدد، در رویکرد گویندگان مجالس به مخاطب کاملاً مؤثر بوده است. نوسان کلام الهی در لحن و بیان و درشتی و نرمی سخن که نشان از تفاوت مخاطبان دارد، نمونه‌واره خوبی برای این سخنوران بوده است تا در برخورد با فهم‌ها و اندیشه‌ها، متفاوت سخن بگویند. به عنوان مثال در کشف الاسرار میبیدی به ویژه در نوبه الثالثه، مخاطب به سه دسته تقسیم می‌شود: عوام، خواص و اخص خواص. این رویه را در متن‌های دیگر نیز کمابیش می‌توان دید.

در مجموع باید گفت سنت «مجلس‌گویی» معطوف به مخاطب است. این مخاطب می‌تواند هم‌زمان، هم جمع باشد و هم فرد، شنونده عینی و حاضر باشد یا خواننده تاریخی. نکته دیگری که

قبل از ورود به بحث شایان یادآوری است، آن است که اصل «رعایت اقتضای حال مخاطب» که در علوم بلاغی دیده می‌شود در اساس به ادب گفتار مربوط بوده است نه نوشتار. اگرچه در مجالس عرفانی با صورت مکتوب این سخنان روبه‌رو هستیم اما نوشتار حاضر درباره مطالبی است که گوینده مجالس به گونه شفاف و صریح پیرامون مخاطب بیان کرده است.

پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهش مستقلی درباره اهمیت و جایگاه مخاطب و تحلیل ویژگی‌ها و گونه‌های مخاطب در مجالس عرفانی انجام نگرفته است اما پژوهش‌هایی در زمینه مجلس‌گویی و تحول آن به عنوان یک نوع ادبی در قالب مقاله و کتاب صورت گرفته است. درباره «مخاطب و مخاطب‌شناسی» نیز که با علوم مختلفی ارتباط می‌یابد، عناوینی دیده می‌شود. از جمله کتاب «عبور از مخاطب‌شناسی سنتی» نوشته سیدآبادی (۱۳۸۵) که درباره شناخت و تحلیل مخاطب در ادبیات کودک و نوجوان نگاشته شده است. وی مقوله مخاطب را بر اساس نظریات جدید در حوزه علوم رسانه و ارتباطات تحلیل می‌کند و مخاطب‌شناسی را وابسته به متن می‌داند و در فصلی با عنوان «مخاطب کیست؟ مخاطب‌شناسی چیست؟» اذعان می‌دارد که مخاطب‌شناسی گاه به جامعه‌شناسی نزدیک می‌شود، گاه به روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، مردم‌شناسی و حتی زمانی به بیولوژی و آمار ربط می‌یابد. در بخشی دیگر، مخاطب بر اساس نگرش‌ها، سبک زندگی، باورها و اجزاء و عناصر پیام به دسته‌های گوناگون تقسیم شده است. در پایان نویسنده تأکید می‌کند که شناخت مخاطب، شناختی حداکثری و کامل نخواهد بود و شناختی حداقلی است؛ بنابراین، تحدید و تدقیق مخاطب، یعنی گزینش یا دسته‌بندی، کار شناخت را ممکن‌تر خواهد کرد. زرقانی و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله «مخاطب‌شناسی سنایی در آثار متثور قرن ششم تا دهم هجری»، مخاطبان شعر سنایی را در متون تاریخی، عرفانی، تفسیری، زندگی‌نامه‌ای، اخلاقی، فنی-ادبی، روایی-داستانی و ترسلی بررسی کرده‌اند. منظور از مخاطبان در این مقاله نویسندگانی هستند که از شعر سنایی در آثار خود استفاده نموده‌اند. پرسش اصلی در این مقاله آن است که کدام گروه از نویسندگان به شعر سنایی توجه بیشتری نشان داده‌اند و میزان این اقبال در یک محدوده مشخص زمانی چگونه بوده است و به کدام اثر سنایی بیشتر توجه شده است. فتوحی (۱۳۸۸) در مقاله «مخاطب‌شناسی حافظ در سده‌های

هشتم و نهم هجری بر اساس رویکرد تاریخ ادبی هرمنوتیک» نیز شبیه همین پژوهش را درباره شعر حافظ انجام داده است.

غلامرضایی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «مجلس‌گویی و شیوه‌های آن در مجالس سبعه مولوی»، ویژگی‌های مجالس سبعه مولوی را از نظر نثر و شیوه ترکیب مطالب بررسی کرده است و سپس خطابی بودن نثر، به کار بردن شیوه گفت‌وگو، ترجمه آیات و روایات، آوردن دعا و مناجات، استفاده از داستان و حکایت در توضیح و تبیین مطلب، استناد به شعر، توصیف صحنه‌ها و حالات به شیوه داستان‌نویسان و استفاده از سجع را از جمله ویژگی‌های این مجالس برشمرده است اما به مقوله مخاطب نپرداخته است.

دیگر، کتاب «سبک‌شناسی نثرهای صوفیانه» (از قرن پنجم تا اوایل قرن هشتم) از همان نویسنده است. درآمد این اثر بحثی در اوضاع تاریخی و اجتماعی و مسئله تصوف است. پس از آن یک دسته‌بندی از آثار متصوفه ارائه می‌شود و با ذکر شاخص‌ترین نمونه‌های نثر صوفیانه، نزدیک به شصت نویسنده معرفی می‌شود. در بخشی از کتاب با عنوان «مقتضای حال»، نویسنده به چند ویژگی که در نثر صوفیانه حاصل رعایت مقتضای حال است، می‌پردازد که خطابی بودن نثر (شامل فراوانی فعل‌های امر، ندا و ضمیرهای خطابی)، القای حالات عاطفی (تأکید با سوگند، دریغ و پرسش، تصدیق و...)، استفاده از شعر، ترجمه عبارات عربی و کاربردهای عامیانه از آن جمله است. افزون بر این، برخی موارد دیگر مانند تمثیل و روایت که در سایر فصول مطرح شده است نیز می‌تواند نتیجه توجه به مخاطب از سوی گوینده تلقی گردد (غلامرضایی، ۱۳۸۸).

در مجموع آنچه درباره مخاطب در این پژوهش آمده است، بیشتر مربوط به ویژگی‌های بلاغی مانند تکرار و تصدیق و سوگند و در بعضی موارد با نگاهی برون‌متنی است اما در نوشتار حاضر سعی شده است مباحث مربوط به مخاطب از حیث درون‌متنی - یعنی مبانی و اصولی که خود گوینده درباره مخاطب طرح می‌کند - واکاوی شود. مهم‌ترین پشتوانه این مقوله تجربه‌های شخصی سخنوران در برخورد با مخاطبان است.

۱. ماهیت و جوهره سخن

یکی از موضوعات مهم در مخاطب‌شناسی مجلس‌گویان، توجه به ماهیت کلام و کارکردهای آن

است. برخی مجلس‌گویان با دقت در این مسئله مباحث و ظرایفی را در این باره طرح کرده‌اند. احمد جام که آثار وی از نمونه‌های برجسته مجلس‌گویی است، در همین زمینه به مراتب و وجوه متفاوت در معانی سخن توجه داشته، معتقد است هر کلام چند روی دارد: «پس سخنان را نیک تأمل باید کرد و در روی‌های سخن بیاید نگرست تا غلط نیوفتد زیرا هر سخنی که آن را یک روی بینی اگر چه نیکو بینی آن سخن تو را نباشد زیرا که وقت دیگر، آن دیگر روی به تو نماید، در غلط اوفتی. پس اول چنان باید که آن سخن را همه روی‌ها بینی تا در غلط نیوفتی» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۱۳۸). در این باره مثال‌هایی نیز از پیامبران مانند موسی و عیسی و خضر (علیهم‌السلام) آورده است و از حلاج یاد می‌کند که «شیخ منصور رحمه‌الله سخنی بگفت از سر آن بُستاخی که داشت. همه ائمه وقت خط کفر بر او کشیدند... هر چه روی به خلق نماید راست نماید و هر چه ننماید جان ایشان ببرد و ایمان دیگران» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۳۱۸). نیز در جای دیگر می‌گوید: «هر سخنی که به ظاهر، الفاظ آن پیراسته داری تا با خلق راست آید لذت آن سخن بشود و هر چه معنی آن سخن نگاه داری لذت سخن بر جای ماند خاص را اما گفت و گوی خیزد و هر کسی درنیابد و چون نصیب خلق و عامه نگه داری، لذت، پاک از سخن بشود خاصگان را اما عامگان را نصیب باشد» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۳۱۹-۳۱۸).

مولانا نیز در اساس، سخن گفتن را برای کسانی لازم می‌داند که قادر به فهم معنا بدون واسطه کلام نیستند و گر نه در نگاه وی آن کس که بی حرف و گفت و صوت پیام او را درمی‌یابد به ابزار سخن محتاج نیست. او این مطلب را به زیبایی و دلنشینی تمام چنین مثال می‌آورد: «این سخن برای آن کس است که او به سخن محتاج است که ادراک کند اما آن‌که بی سخن ادراک کند با وی چه حاجت سخن است... پس پیش آن که آواز پست را می‌شنود مشغله و بانگ چه حاجت باشد» (مولوی، ۱۳۴۸: ۲۲). در این نگاه، فلسفه سخن گفتن برای آنان است که بدون واسطه قادر به درک حقایق نیستند. این مطلب، نخست بیانگر آن است که مولوی دال و مدلول‌های کلام را مرتبه‌ای فروکاسته از عالم معنا می‌داند یا به سخن دیگر، ماهیت سخن آن است که از عالم معانی با واسطه خبر می‌دهد، پس معرفتی شهودی و یقینی به دست نمی‌دهد. نکته دیگر آن که با وجود این کاستی چون بیشتر آدمیان را توان برداشت آب از سرچشمه حقایق نیست پس سخن گفتن به عنوان ضرورتی گریزناپذیر رخ می‌نماید.

۲. مخاطب

۲.۱. اهل بودن مخاطب و ویژگی‌های آن

شایستگی شنونده یا خواننده اصل مهمی است که همواره دغدغه گویندگان و نویسندگان بوده است. به ویژه آنجا که گوینده، سر اهل دل و سخنی ارزشمند را بیان می‌نموده است. در این باره بزرگان تصوف و عرفان نکته‌ها و دقایق بسیار ذکر کرده‌اند که آوردن همه آن‌ها فرصتی جداگانه می‌طلبد. شاید از میان آن همه، بیانات مولوی در مثنوی معنوی زبده‌تر و رساتر باشد.^۳ پیش از وی پدرش بهاء ولد نیز به این اصل اهمیت بسیار می‌داد. «بهاء ولد کیفیت، عمق و اندازه سخنان خود را در آن حد می‌دانست که طالبان، شایستگی دارند و خواهان آنند» (مایر، ۱۳۸۲: ۷۴). خود وی به این اصل چنین اشاره دارد: «مریدان را گفتم: نیازمند [محتاج معرفت دینی و شناخت خداوند] از شما یک کس یا دو کس و یا بیست کس باشد. به اندازه حاجت وی مرا لقمه کلمه دهند تا مر ایشان را دهم» (بهاء ولد، ۱۳۵۲: ۱/ ۲۸۸).

در پاره‌ای اوقات کسانی چون بهاء ولد، یکدست بودن مخاطب و در اصطلاح «اهل بودن» ایشان را مهم می‌دانستند و بر این نکته که مستمع نیز صاحب سخن را بر سر ذوق خواهد آورد، تأکید داشتند. بهاء در حلقه محدود ولی کاملاً نامعین شنوندگان خود بر نوعی مجانست تأکید داشت. شرکت جستن ناهلان را در جلسات خود نمی‌پسندید زیرا موضع‌گیری‌های خلاف جهت آن‌ها ممکن بود هماهنگی میان مشتاقان و تسلیم شدگان را خدشه‌دار کند و آمادگی جذب آن‌ها را زایل سازد. باور او این است که حضور افراد بی‌تمایل در جلسات و عطف او مانع از تأثیر کلام او خواهد شد. این گونه افراد باید دور نگه داشته شوند و علاقه‌مندان خوب نیز باید با افراد میانه‌حالی که هنوز در بین شنوندگان وجود داشتند به گونه‌ای رفتار نمایند که از دیدگاه‌های شبهه‌آمیز خود دست بکشند و برگردند... بذر کلام او باید در زمین مستعد پاشیده می‌شد (بهاء ولد، ۱۳۵۲: ۱/ ۷۶-۷۴).

ویژگی مجانست را در رابطه شنونده و گوینده نیز می‌توان در نظر گرفت. بدین معنا که از نظر روحی، کشش و میل باطنی شنونده ارتباط مستقیمی با آنچه بر زبان گوینده جاری می‌شود، دارد. عین‌القضات در همین باره این گونه آورده است: «مستمع باش ای شنونده! دانی آخر که چون شنونده باشی، شمه‌ای آن باشد که اگر نیز این مقام نداری، چون بشنوی دل و درونت گواهی دهد به صدق آن زیرا که اگر در باطن تو مثل این کلمات نبودی، این سخن‌ها خود در کتاب صادر

نشدی» (عین القضاة، ۱۳۸۶: ۲۵۳). در واقع وی بر آن است که گرچه ممکن است شنونده‌ای سخنان او را خود، نچشیده و تجربه نکرده باشد اما از آن رو که نوعی کشش و پیوند روحی با مفاهیمش دارد ناخواسته موجب می‌شود چنین سخنانی بر زبان عین القضاة جاری شود.

مستملی، واعظ را نخست به شناسایی قابلیت‌های شنونده موظف می‌کند و این که بنگرد تخم سخن خود را در چگونه زمینی می‌پاشد؛ اگر شوره‌زار است تلف نمودن کلام است و ممکن است تباهی خود گوینده را هم در پی داشته باشد؛ لذا توصیه می‌کند وعظ مردمی که امید صلاح در راست کردن آن‌ها نیست، ممکن است به کژ شدن خود واعظ بینجامد مگر آن‌که ایشان را قابل نصیحت بداند (مستملی، ۱۳۶۶: ۱۷۳۴/۴).

همچنین ابن عطاء در تفسیر آیه «لو تقول علينا بعض الاقاویل...» آورده است که منظور، نگفتن سخن خاص با عام است: «گفت اگر آن سر که با خاص باید گفتن با عام بگوید با او عقوبت کنیم، از بهر آن که به ناهل سر گفتن هم بر سیر ظلم باشد و هم بر آن کس که با او سر گفته باشد که نه به جایگاه نهی و ظلم بر آن کس باشد که چیزی نهادی که او طاقت آن ندارد» (مستملی، ۱۳۶۶: ۱۷۴۰-۱۷۳۹).

ابن عطاء در چگونگی بیان مطالب بر منبر و وصف سخن بلیغ می‌گوید که باید به اندازه فهم و دریافت مخاطبان گفت: «به اندازه دانش خود و آن اندازه بگو که ایشان طاقت شنیدن آن را دارند زیرا که سمع، حاصل عبارت است و فهم، حاصل معنی عبارت. پس اگر فهم را بار معانی فزون از طاقت وی نهی، هلاک شود» (مستملی، ۱۳۶۶: ۱۷۳۹). وی دلیل اثبات این اصل مهم را چنین ذکر می‌کند: «پروردگار به رسولش فرمود آنچه به سوی تو همی فرو آورند از جانب خداوند، به مردم برسان و نگفت آن چه ما تو را به وی شناسا گردانیدیم زیرا جبرئیل به عنوان واسطه آنچه را مردم توان شنیدن و فهمش داشتند، می‌گفت و گرنه آنچه پیامبر را کشف می‌افتاد و رای طاقت جبرئیل و غیر جبرئیل بود» (مستملی، ۱۳۶۶: ۴۹۸).

برخی از گویندگان در خلال نقد و آسیب‌شناسی رفتار حاضران در مجلس نیز بخشی دیگر از ویژگی‌های مخاطب را به شکل سلبی بیان می‌کنند. در واقع این نقدها در عین بیان نبایدها، بایدهای رفتار مخاطب را نیز پیش چشم می‌دارد. ابن جوزی در نقد رفتار مخاطبان مجالس وعظ و تذکیر چنین می‌گوید: «یکی فریاد می‌کشد که کمک کنید که من در حال وجدم. گهگاه زنی مثل زن زائو جیغ می‌کشد و روپوشش را دور می‌اندازد و برمی‌خیزد... از محمد بن سیرین پرسیدند در باب

کسانی که هنگام خواندن قرآن غش می‌کنند؛ گفت ما باشیم با آنها [یعنی خداوکیلی] اگر یکی از آنها بر پشت بامی نشسته باشد و پایش را دراز کرده باشد و بعد بیایند و از اول تا آخر قرآن را برایش بخوانند، آیا از پشت بام خودش را پایین می‌اندازد؟ اگر انداخت راست می‌گوید» (ابن جوزی، ۱۳۸۸: ۱۶۴-۱۶۵). وی در نقد مقاصد مخاطبان و خواست‌های آنان در قبال وعظ می‌نویسد: «عموم مردم خواستار دنیابند و قصه‌ها و موعظه‌ها را دستاویز خود می‌سازند» (ابن جوزی، ۱۳۸۸: ۱۶۶).

نکته قابل تأمل دیگر میزان و قدرت مخاطب شناسی گویندگان است. این موضوع نیز به قدری نمود دارد که گوینده زوایای آن را در خلال منبر یا نوشته خود روشن می‌کند و حتی به طبقه‌بندی سطوح مختلف درک شنوندگان و تشریح حالات مختلف روحی و درونی آنان می‌پردازد. این مسئله برای برخی گویندگان چنان اهمیت داشته است که در بسیاری موارد به دلیل نبود شنونده لایق سخن را سربسته یا ناتمام گذارده‌اند. ضمن آن که در میانه سخن نیز مکرر آنچه را از شنونده توقع دارند توصیف می‌کنند تا سخن را به اهلهش سپرده باشند.

شیخ جام در ابتدای یکی از آثار خود (که به صورت املا بوده است)، از مخاطب چنین می‌خواهد: «هر که این کتاب برخواند باید که به اعتقاد درست برخواند» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۸). وی سخنان خود را درج‌های سر بسته ای می‌داند که به فراخور اعتقاد و ایمان مخاطب چهره می‌نمایند: «آن کسانی که در این کتاب به اعتقاد و ایمان درست نظر کنند ایشان را از این کتاب فایده بسیار حاصل گردد... و اگر فکرت و فهم و عقل او این قوت ندارد گو برو و گرد این بحر و این ساحل مگرد که در خون خویش سعی کرده باشی» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۶۰).

از نظر شیخ جام مخاطبی شایستگی درک و دریافت سخنان او را دارد که چنین بایدها و نبایدهایی را پیش چشم دارد: «هیچ حاسد و دنیادوست و مبغض و منافق طبع و مرائی و جمع و منع‌کننده از این کتاب و از این سخن بهره نیابد. این سخن را مردان مرد باید و سالکان راه حقیقت تا از این حدیث بهره توانند گرفت» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۹۹).

از نظر او مخاطب باید اهل تفکر و تأمل باشد نه تقلید و پس‌رویی: «این سخن در حوصله هر کسی ننگد، خاصه در آن مرد مقلد که وی را بر رشته تقلید راست کرده باشند» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۱۶۳). «اندر این حدیث اسرار بسیار است آن را که خداوند این حدیث است و آن را که نه خداوند این حدیث است، هر چند که بیشتر شنود منکرتر و کافرتر باشد» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۱۶۳).

۱۲۳). «هیچ خویشتن بین و مقلد و قرای بی‌معرفت و عابد بی‌علم و مشایخ سالوس‌گر هرگز ازین کتاب بر نخواهند خورد. برخورداری ازین کتاب مومنان عارف مخلص محب دردمند آلوده کردار خویش راست... این کتاب چنان کسانی را باید که هیچ کس در ایشان ننگرد و اوگنده خلق باشند و دست تهی و آلوده گناه» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۲۲۲-۲۲۱).

در نگاه بهاء ولد نیز غرض و هدف مخاطب در میزان دریافت او از سخن نقش دارد و هر کس از سخن درست واعظ به نسبت غرض خود برداشت و بهره‌ای دارد: «هر کس را غرضی و وهمی باشد، همین که بُرد سخن پیش وی انداختی او مقراض غرض پیش گیرد و به اندازه وهم خود بریدن گرفت و گوید مقصود این است» (بهاء ولد، ۱۳۵۲: ۷۲). «هر کس مزرعه غرض دارد و سخن چون آب به وی رسانیدی به مزرعه‌های خود برد. اکنون به حقیقت سبب جنگ‌ها در شُعب مختلف بود» (بهاء ولد، ۱۳۵۲: ۷۲).

در یک جمع‌بندی می‌توان همه آنچه را بدان اشاره رفت در موارد زیر گنجانید: ۱. شوق و رغبت قلبی شنونده به شنیدن ۲. مجانست مخاطبان و یکدستی آنان (این مورد را می‌توان با بحث گزینش و تحدید مخاطب در علوم رسانه و ارتباطات امروز همسان دانست) (به عنوان نمونه ر.ک. سیدآبادی، ۱۳۸۵). ۳. نگفتن سر با ناهلان ۴. تظاهر نکردن به شور و وجد ۵. تحلیل سخن گوینده بدون انگیزه‌ها و اغراض مادی و نیز رهایی از برخی ناپسندهای اخلاقی چون حسد، دنیادوستی، حب و بغض، نفاق، ریا و... ۶. اهل تدبیر و تأمل بودن ۷. دوری از تقلید و پس روی محض ۸. دردمندی و داشتن درد دین.

۲.۲. رعایت اقتضای حال مخاطب

همان گونه که می‌دانیم از ارکان مهم علم بلاغت مبحث رعایت اقتضای حال مخاطب است. باید توجه داشت که در حقیقت، اقتضای حال، امری نسبی است و آنچه در منابع بلاغی به عنوان امری انتزاعی گفته شده است و شواهد و مستندات آن نیز بر اساس قرآن است، برای نشان دادن بلاغت قرآن بوده است.

عنصرالمعالی به واعظ توصیه می‌کند که با توجه به ذائقه مخاطب عام و خاص، سخن را برگزیند و از جدل کردن بر منبر پرهیز کند: «اگر مستمع نکته خواهد، نکته گوی و اگر فسانه خواهد، فسانه گوی که ندانی عام، خریدار چه باشند و چون قبول افتاد باک مدار. بترین سخنی به

بهترین همی فروش که به وقت قبول بخرند... و هر سوالی که از تو پرسند آن را که دانی جواب ده و آن را که ندانی بگویی که چنین مسئله نه سر کرسی را بود، به خانه آی تا به خانه جواب دهم که خود کسی به خانه نیاید بدان سبب؛ و اگر تعمد کنند و بسیار نویسند، رقعہ را بدر که این مسئله ملحدان است و زندیقان است، سایل این مسئله زندیق است، همه بگویند که لعنت بر ملحدان باد و زندیقان که دیگر آن مسئله از تو نیارد پرسیدن» (عنصرالمعالی، ۱۳۴۵: ۱۶۱-۱۶۰).

توجه به مخاطب و رعایت حال و اقتضای فکری و فرهنگی او، اگر چه تا حدی ضروری است اما آن جا که تمام هم و غم گوینده در اقتناع شنونده و به میل او سخن گفتن خلاصه شود، به طور حتم سبب نادیده گرفتن نقش سازنده و تربیتی وعظ خواهد شد و درافتادن به وادی افراط‌گونه مخاطب سالاری است. نکته دیگر، نگاهی است که مجلس‌گو به مخاطبان خویش دارد. این که مخاطب را به قول قدما کودن یا هم‌چون چهارپا بپندارد یا چون شنونده‌ای تیز فهم و نکته سنج، هم بیانگر دیدگاه و رشد فکری گوینده و هم سطح فرهنگی حاضران در این نوع مجالس است.

احمد جام در جای جای آثار خود که برآمده از نشست‌های (مجالس) اوست، بر این اصل که گوینده باید کلام را به اندازه درک و دریافت مخاطب بگزیند، تأکید دارد و چنین می‌گوید: «سخن با هر کسی چنان باید گفت که بر مقدار عقل و فهم او باشد و گفتن آن شاید و هر چه گفتن آن نشاید، خود چنان باید که در اصل نگویی و نشنوی و بر آن رضا ندهی که کسی گوید» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۲۲۲).

مولانا در این باره که به اندازه فهم شنونده باید گفت و در حقیقت، مراتب سلوک و حالت روحی و فکری شنونده است که میزان رزق وی از کلام را رقم می‌زند، چنین می‌گوید: «مستمع هم‌چون آرد است پیش خمیر کننده، کلام هم‌چون آب است در آرد، آن قدر آب ریز که صلاح اوست» (مولوی، ۱۳۴۸: ۳۲). وی در مثالی دیگر بر آمادگی روحی و ظرف افراد و در نظر گرفتن این توان چنین تأکید می‌ورزد: «هر فقیهی را مدرس بر حسب استعداد او جامگی می‌دهد، یکی را ده یکی را بیست یکی را سی. ما نیز سخن را به قدر هر کس و استعداد او می‌گوییم که کلم الناس علی قدر عقولهم» (مولوی، ۱۳۴۸: ۱۰۲)؛ در جای دیگر، علاوه بر بیان آن سری بودن منبع سخن و فرود و نزول آن از غیب به میزان کشش روحی مخاطب، سخن را کفشی می‌داند که باید به اندازه پای مخاطب بریده شود وگرنه به کار نخواهد آمد: «سخن به قدر آدمی می‌آید. سخن ما هم‌چون

آبی است که میراب آن را روان می‌کند. آب چه داند که میراب او را به کدام دشت روان کرده است...؟ این دانه که چون آب بسیار آید آنجا زمین‌های تشنه بسیار باشد و اگر اندک است باغچه است... من کفش دوزم، چرم بسیار است الا به قدر پای بُرم و دوزم» (مولوی، ۱۳۴۸: ۱۰۸).

مولانا در بیان این معنا که مخاطب، جاذب معانی از جان متکلم است و سخن به قدر جذب او می‌آید در مثنوی نیز بارها سخن گفته است. از جمله:

ای دریغا مر تو را گنجا بدی	تا ز جانم شرح دل پیدا شدی
این سخن شیر است در پستان جان	بی‌کشنده خوش نمی‌گردد روان
مستمع چون تشنه و جوینده شد	واعظ ار مرده بود گوینده شد
مستمع چون تازه آمد بی‌مالال	صد زبان گردد به گفتن گنگ و لال

(مولوی، ۱۳۹۰: ۴۴۰/۱)

جذب سمع است ار کسی را خوش لی است	گر می و وجد معلم از صبی است
----------------------------------	-----------------------------

(مولوی، ۱۳۹۰: ۹۴۱/۶)

چنگی ای کو درنوازد بیست و چار	چون نیابد گوش، گردد چنگ‌وار
نی حراره یادش آید نی غزل	نی ده انگشتش بجنبند در عمل
گر نبودی گوش‌های غیب‌گیر	وحی ناوردی ز گردون یک بشیر
ور نبودی دیده‌های صنم‌بین	نه فلک گشتی نه خندیدی زمین

(مولوی، ۱۳۹۰: ۹۴۱/۶)

شمس نیز معتقد است تفاوت در نوع شنیدن کلام، در مخاطب معانی مختلف و نتایج متفاوت به بار می‌آورد: «اگر سخن من چنان خواهد استماع کردن به طریق مناظره و بحث از کلام مشایخ یا حدیث یا قرآن، نه او سخن تواند شنیدن، نه از من برخوردار شود و اگر به طریق نیاز و استفادت خواهد آمدن و شنیدن- که سرمایه نیاز است- او را فایده باشد» (شمس تبریزی، ۱۳۸۳: ۱۴۷).

۲.۲.۱. شناخت ظرفیت و توانایی مخاطب

یکی از ضرورت‌های بحث اقتضای حال، شناخت میزان درک و قابلیت پذیرش مخاطب است. مولانا از کسانی است که این بحث را به زیبایی و با مثال‌هایی شیرین یادآور می‌شود. او به میزان درک و توانایی مخاطب نیز توجه دارد و معتقد است آنچه در خزانه غیبی کلام نهفته است تنها به

اندازه نیاز و قابلیت مخاطب نازل می‌شود: «سخن بی پایان است اما به قدر طالب فرو می‌آید... حکمت همچون باران است ... اما به قدر مصلحت فرود آید» (مولوی، ۱۳۴۸: ۲۹). وی بر آمادگی روحی شنونده نیز این گونه تأکید می‌ورزد که نان و نعمت دنیا را بی‌اشتهای فرد هم می‌شود خورد و خوراند اما حکمت که نعمت الهی است، نعمتی است زنده و «تا اشتها داری و رغبت تمام می‌نمایی سوی تو می‌آید و غذای تو می‌شود و چون اشتها و میل نماند او را به زور نتوان خوردن زیرا روی در چادر کشد و روی به تو ننماید» (مولوی، ۱۳۴۸: ۱۱۸-۱۱۷). در همین باره در پایان یکی از مجالس خود آن هنگام که سخن را با حمد پروردگار به پایان می‌رساند تأکید می‌کند که آیت اتمام (آیه‌ها یا جمله‌هایی که به تکرار در پایان مجالس خوانده می‌شد) به معنی پایان کلام او نیست بلکه به معنی پر شدن ظرفیت شنونده است: «اینک الحمد لله رب العالمین گفتیم، از آن نیست که نان و نعمت کم شد. نان و نعمت بی‌نهایت است اما اشتها نماند و مهمانان سیر شدند. جهت آن گفته می‌شود الحمد لله» (مولوی، ۱۳۴۸: ۱۱۷).

این مطلب یادآور کلام بهاء ولد در معارف است که خطاب به مریدان می‌گفت رزق سخن من به اندازه نیاز شما فرود می‌آید که پیش‌تر به آن اشاره کردیم.

مولانا در جایی دیگر به این نکته اشاره دارد که میزان اثر و نفوذی که هر سخن در قلب شنونده‌اش دارد از جانب حق مشخص و معین است و بدون اذن خداوند، کلام هیچ تأثیری نخواهد داشت. بر همین اساس است که گاه ممکن است نتیجه تنها یک کلمه یا یک جمله از صدها و هزارها وعظ و اندرز بیشتر باشد. این دقیقه در شرح حال بسیاری عرفا و مردان حق که با یک سخن زیر و زبر شده‌اند، دیده می‌شود. یک آیه یا تنها یک جمله در آن‌ها طوفانی به پا نموده، عالمی از ذوق و شور پدید آورده است: «این سخن‌ها سپاه حقند، قلعه‌ها را به دستوری حق باز کنند و بگیرند. اگر بفرماید چندین هزار سوار را که بروید فلان قلعه روی بنمایید اما مگیرید، چنین کنند و اگر یک سوار را بفرماید که بگیر آن قلعه را، همان یک سوار در را باز کند» (مولوی، ۱۳۴۸: ۵۵).

شمس نیز به شناخت مخاطب توجه دارد و احوال مخاطبان را هنگام شنیدن وعظ متفاوت می‌داند. عده‌ای در همان لحظه یا تا زمانی که در مجلس هستند زیر نفوذ سخن قرار می‌گیرند و عده‌ای دیگر قلب‌هایی چنان سخت دارند که به راحتی نمی‌توان در آنان اثر گذارد: «بعضی هستند که در حالت وعظ شنیدن، اندرون ایشان مسلمان شود و باز چون بیرون آیند، چنان که قلعی را از آتش

برون آری، بفسرد و بعضی بود که در وعظ نیز هم نرم نشود، به چیزی دیگر نرم توان کردن او را، به رنجوری‌های صعب و بعضی خود به چیزی دیگر نرم نشوند» (شمس تبریزی، ۱۳۸۳: ۹۹).

شیخ جام نیز شناخت مرتبه فهم و درک مخاطب را ضرورت هر سخن و سخنور می‌داند و این که سخن اهل دل و اهل درد را با ناکسان و نااهلان در میان گذاردن، بر باد دادن جان گوینده و ایمان شنونده است: «پس آن سخن بر اندازه عقل وی باید گفت... کلموا الناس علی قدر عقولهم. سخن محققان با محققان باید گفت و آن باید گفت که آن باشی و چنانی باید که کس که آن سخن می‌گویی او بر سر وقت باشد و اگر نه، جان خویش و ایمان آن کس بر باد دهی و غرامت بر گوینده باشد!» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۳۱۹). همچنین این نکته که با عامه خلق باید به قدر فهم ایشان سخن گفت و با «محققان سخن محققان باید گفت و اگر نه هر ساعت رقم زندیقی بر تو کشند و گفت‌وگوی بسیار هر ساعتی حاصل شود» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۳۲۰).

یکی از آداب رعایت حال مخاطب عام، ساده گفتن مطلب است تا شنونده بتواند مقصود را به بهترین وجه درک کند. این نکته نشان می‌دهد وظیفه گوینده آن است که خود را در سطح فهم شنونده پایین آورد. نسفی از گویندگانی است که بر ساده و روشن گفتن مطلب تأکید تمام می‌ورزد: «اگر چه این سخن که گفته شد به غایت واضح بود، اگر فهم نکردی روشن‌تر از این بگویم» (نسفی، ۱۳۸۶: ۲۰۲ و عباراتی مشابه در صفحات ۱۹۰ و ۱۴۷، ۱۳۰، ۱۱۰، ۹۹، ۹۵، ۹۴، ۸۷، ۸۱). نسفی اذعان دارد که بنای او ساده گفتن است تا سخنش فهم شود و نه آن که در پرده بگوید: «در اول کتاب قرار داده‌ایم که سخن مرموز و پوشیده نگوئیم» (نسفی، ۱۳۸۶: ۶۲).

همچنین شیخ جام که هدفش از سخن گفتن استفاده عامه مردم از کلام اوست، به این موضوع در ابتدای یکی از آثارش چنین اشاره دارد: «[اگر کتاب را به عربی می‌نوشتیم] خاص را و اهل فضل را فایده بودی و عام بی‌نصیب ماندی» پس به فارسی نوشته است تا «هم خاص را و هم عام را بهره باشد» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۶). این نکته ظریف علاوه بر آن که مقام واعظی و منبری بودن شیخ جام را یادآور می‌سازد، طرز سخن او را هم که باید مطابق سطح فکری بیشتر مردم، ساده و همه فهم باشد آشکار می‌کند. نجم رازی هم در مرصاد العباد فصلی آورده است در بیان این که چرا کتاب را به فارسی می‌نویسد و به این اشعار استناد می‌کند:

با یار نو از غم کهن باید گفت با او به زبان او سخن باید گفت

لا تفعل و افعل نکند چندین سود چون با عجمی کن و مکن باید گفت

(نجم رازی، ۱۳۵۲: ۱۵).

در پایان این بخش می‌توان این نکات را در خصوص رعایت نکات مورد نیاز سخنور و شنونده ذکر کرد:

۱. توجه به استعداد باطنی و خواست روحی و میل به پذیرش سخن حق در مخاطب؛ در جلوه گرفتن حقایق، هم نزول معانی از عالم بالا و هم توانایی و آمادگی مخاطب مؤثرند و سیر شدن مخاطب به دلیل ناچیزی ظرف وجودی اوست نه تمامی رزق سخن. ۲. بی‌اثر بودن سخن بدون اذن و عنایت پروردگار. ۳. یکسان و یکدست نبودن احوال شنوندگان که یکی از نتایج آن میزان اثرپذیری و زمان ماندگاری و دوام تاثیر سخن است. در این زمینه شمس مخاطبان را در سه گروه برمی‌شمارد. اول عده‌ای که سخن در آنان به شکل لحظه‌ای و گذرا اثر می‌کند. اینان در اثر حرارت سخن گوینده قلبشان اندک اثری می‌پذیرد اما با بیرون رفتن از دایره زمان و مکان وقوع کلام، آن شور و حرارت محو می‌گردد. در گروه دوم اصولاً سخن و گفت و صوت اثری نمی‌گذارد و تنها در سختی‌ها و دشواری‌ها زدوده می‌شوند و گروه سوم نقشی نمی‌پذیرند و به تعبیر قرآن مانند سنگ یا سخت‌تر از آنند: *ثُمَّ قَسَتْ قُلُوبُهُمْ مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ فَهِيَ كَالْحِجَارَةِ أَوْ أَشَدَّ قَسْوَةً* (بقره، ۷۴).

۲. ۳. مخاطب و موانع ادراک

بی‌شک همه حقیقت‌جویان و حقیقت‌گویان تاریخ از این که یاری موافق و رفیقی صادق نمی‌یافتند تا اسرار خود را با آنان در میان بگذارند، پیوسته دل‌آزرده بودند؛ هم‌سخنی که عمق سخن ایشان را دریابد یا دست کم دچار بدفهمی و کژفهمی نگردد زیرا کم‌نموده‌اند شنوندگان یا خوانندگانی که به سبب همین دگرفهمی‌ها یا خود به بیراهه رفته‌اند و یا با متهم ساختن گوینده به کفر و الحاد عرض خود برده‌اند و زحمت وی داشته‌اند.

بسیاری از عارفان مجلس‌گو در لابه‌لای نوشته‌ها و گفته‌های خود از این مسئله شکوه کرده‌اند. در شواهدی که در مباحث گذشته آمد به طور ضمنی به دو دسته از موانع فهم سخن اشاره شد. یکی از آن‌ها موانع درونی و روحی مخاطب و لغزش‌های باطنی از جمله حسد، انکار شیخ، دنیاطلبی و... و دیگری کم‌خردی و کُندفهمی مخاطب بود.

در این میان گله‌های عین‌القضات اگر بیش از دیگران نباشد، اثر و سوزی بیش از دیگران دارد.

عین‌القضات اگرچه به این موضوع اعتقاد دارد که زکات علم و معارفی که در سینه دارد، نشر و رواج آن است اما این نشر را تا جایی ادامه می‌دهد که موانع مختلف فهم اجازه می‌دهد. او پیوسته در پایان هر بحث گوشزد می‌کند که شنونده نمی‌داند او چه می‌گوید. وی در بخش‌هایی حتی خود را از فهم آنچه می‌گوید ناتوان می‌بیند، پس ادراک مخاطب را بس بعید و ناممکن می‌داند: «قاضی فضولی همدانی از کجا و این سخن‌های اسرار از کجا؟ گوینده نمی‌داند که چه می‌گوید، شنونده چه داند که چه می‌شنود؟!» (عین‌القضات، ۱۳۸۶: ۱۵). «چه نشان توان داد و اگر گفته شود که فهم کند؟» (عین‌القضات، ۱۳۸۶: ۴۳). «کجا هرگز توانی دریافتن؟» (عین‌القضات، ۱۳۸۶: ۶۴ و نیز، نک. ۵۷ و ۵۱، ۴۸، ۴۵).

مولفه دیگری که به عنوان مانع درک مقصود، در سخن عین‌القضات دیده می‌شود «عادت‌پرستی» است. او عادت‌پرستی را مهم‌ترین حجاب در برابر جلوه جمال اسرار الهی و معادل بت‌پرستی می‌داند: (ر.ک. عین‌القضات، ۱۳۸۶: ۱۲، ۱۵، ۱۸، ۲۱ و ۶۸). وی دیدن جمال قرآن را هم منوط به ترک عادت‌پرستی می‌داند و مکرر به خواننده گوشزد می‌کند که هرگز به کنه کلام او پی نخواهد برد زیرا دریافت کامل، ویژه رسیدگان است که با عین‌الباقین آن چه را او می‌گوید ببینند: «هرگز ندانی که چه می‌گویم! باش تا رسی و بینی» (عین‌القضات، ۱۳۸۶: ۲۴۷) و «چند شنوی؟ از عادت‌پرستی به در شو» (عین‌القضات، ۱۳۸۶: ۳۴۰).

در مکتوبات نیز در موضوعی مختلف به عادت‌پرستی به عنوان یکی از موانع ادراک اشاره شده است (ر.ک. عین‌القضات، ۱۳۷۷: ۲۶، ۲۹، ۴۴، ۵۴، ۵۵، ۸۱ و ۸۹).

شمس از شنونده می‌خواهد برای درک و تأثیر سخن، درون خود را پالوده کند زیرا انبیاء نیز از مردم چیزی جز این نخواستند که اگر درون پاک و صافی گردد خود انعکاس دهنده همه حقایق عالم است و آن‌گاه وعظ نیز کارگر می‌افتد: «همه خلاصه گفت انبیا این است که آینه‌ای حاصل کن! قومی که مقبول همه عالمند، وعظها به ذکر ایشان گرم کنند و فره یابند. نه آن که از حال ایشان خبر دارند همین که نام ایشان گویند، گرم شوند» (شمس تبریزی، ۱۳۸۳: ۱۱۱).

در سخنان مولوی هم سه مقوله مهم درباره دشواری سخن گفتن و موانع فهم سخن وجود دارد که وی پیوسته به آن‌ها اشاره می‌کند:

۱. محدودیت ظرف مخاطب و خارج بودن سخن از فهم مخاطب:

بیش از این با خلق گفتن روی نیست بحر را گنجایی اندر جوی نیست
(مولوی، ۱۳۸۴: ۲۰۲۰/۱)

۲. عجز گوینده و عظمت سخن و اظهار عجز از ریختن معنا در ظرف واژه‌ها:

گر که من از حال خویش دم زخم نطق می‌خواهد که بشکافد تنم
(مولوی، ۱۳۸۴: ۱۸۷/۱)

۳. تنگ بودن عرصه خود سخن و صلاح ندانستن سخن گفتن:

حرف، ظرف آمد درو معنی چو آب بحر معنی عنده ام الکتاب
(مولوی، ۱۳۸۴: ۶۲/۱)

قافیه و مغلظه را گو همه سیلاب بیر پوست بود پوست بود در خور مغز شعرا
(مولوی، ۱۳۸۰: ۱۹)

۳. شیوه‌های سخن گفتن

۱. اقناع مخاطب و طرح استدلال

یکی از ویژگی‌های کلام مجلس‌گویان (مانند بهاء ولد یا مولوی) آن است که برای اقناع ذهنی شنونده تنها به تحذیر و تنبیه از طریق آیات و روایات بسنده نمی‌کنند بلکه در کنار شواهد نقلی و تمثیلی، به استدلال عقلی و منطقی هم متوسل می‌شوند. در حقیقت ایشان مخاطب را به پذیرش کورکورانه نمی‌خوانند و به شیوایی و شیرینی هر چه تمام‌تر سعی دارند به بهترین وجه او را متقاعد و اخلاق او را مهذب سازند. اخلاقی که بسیاری از مجلس‌گویان عارف مخاطب را به آن فرا می‌خوانند، اخلاقی مستدل و با پایه‌های عقلی است که البته این پایه‌ها بر استدلال‌های قرآنی و روایی نیز استوار است. مثلاً بهاء ولد درباره پیدایش انسان و بازگشت وی (معاد) که از پربسامدترین مفاهیم در سخن اوست، از این شیوه بسیار سود برده است. وی در توجه به آخرت و رها کردن دنیا می‌گوید: «از اهل آن نیستی که تو را گوئیم از شک به یقین آی، تو را می‌گوئیم از یقین [اعتمادی که بر دنیا داری] به شک آی [که شاید آخرتی باشد] که یقین است که دنیاوی چو نوبت‌ها پرمشغله است... به راه احتمال آخرت آی» (بهاء ولد، ۱۳۵۲: ۱۵۱).

او در بسیاری از مجالس خود با استناد به قرآن و شیوه بحث آن، ایمان را مساوی با زندگی و حیات به معنای حقیقی آن می‌داند و مؤمن را زنده و فاسق را مرده معرفی می‌کند.^۴ از دیگر

ویژگی‌های کلام او استفاده از تمثیل‌های طبیعی و محسوس است، به‌ویژه هر جا که سخن از ایمان و معاد و مباحثی از این دست است (ر.ک. بهاء‌ولد، ۱۳۵۲: ۲۶۷-۲۶۶).

از همین نوع، آوردن دلیل است آن‌گاه که انسان را متهم به خطیئه یا رذیله‌ای می‌کند: «اگر تو می‌گویی کیشی دارم اما دو گواه داری که دروغ می‌گویی: یکی حالت شادی که چون شادی بیابایی از کیش فراموش کنی. معلوم شد که مقصود تو از کیش شادی بوده است نه کیش و گواهی دیگر رنج است؛ چون رنج پیش آمد از ملت فراموش کردی. معلوم شد که مقصود تو از ملت بی‌رنجی بوده است، چو فایده حاصل نشد ترک وی گفتی» (بهاء‌ولد، ۱۳۵۲: ۲۶۷).

۲.۳. اتمام حجت

برخی گویندگان و سخنوران مجالس معمولاً در پایان یا لابه‌لای مطالب، از شیوه‌ای بهره می‌برند که می‌توان آن را در اصطلاح «اتمام حجت» نامید.^۵ در این روش، گوینده پس از بیان سخن، حجت را بر شنونده‌اش تمام می‌داند و سپس او را در این که کلام وی را بپذیرد یا نه، مخیر می‌گذارد و خطاب به وی می‌گوید آنچه شرط نصیحت، حق سخن و سخن حق بوده به جای آورده است و اینک او می‌تواند بپذیرد یا نه.^۶

اتمام حجت از شیوه‌های قرآن نیز هست و راه و رسمی است که همواره توسط انبیاء و اولیاء اعمال شده است تا آن‌ها که اهلیت و آمادگی و استعداد رشد دارند به راه آیند و به بیراهه نیفتند و منکران را نیز پس از آن بهانه‌ای نباشد. افزون بر این به نظر می‌رسد اتمام حجت، روشی است که در آن اختیار و آزادی فرد به وی گوشزد می‌گردد و در اصطلاح، گوینده آزادی فرد را مخاطب قرار می‌دهد و این یکی از شرایط و عظم مؤثر نیز هست تا فرد در پذیرش و رد موضوع احساس جبر نکند. خداوند امکان هدایت مردم را فراهم ساخته و این خود مردمند که پس از اتمام حجت، راه صواب یا ناصواب را اختیار می‌کنند. شاید از دیدگاه روان‌شناسی نیز این شگرد در باور و پذیرش سخن از سوی شنونده مؤثرتر باشد.

در زیر به نمونه‌هایی از این شیوه در سخن شیخ احمد جام اشاره شده است:

«ما آنچه دانستیم که حق است برادران خود را نصیحت کردیم و از گردن خویش بیرون کردیم» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۱۶). «هر که قبول حق تواند کرد اینک! و هر که نیز نخواهد کرد مرا از آن چه؟» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۲۳). «هر چه از این ما دانستیم بگفتیم و نصیحت برادران خود نگه

داشتیم. اگر ایشان نصیحت پذیرند ایشان را و ما را نیک اوفتدا» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۳۱). «اگر خردمندید این راه بسنده است و اگر نیستید این و مانند این فایده نخواهد کرد» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۱۶۶). «ما آنچه بدانستیم بگفتیم و عهده آن از گردن خود بیرون کردیم تا هر که کار بندد سلامت یابد و هر که کار نبندد حق تعالی بر او رحمت کناد. إن شاء الله تعالی» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۱۶۹). «علم و عقل و معرفت ما بر این است و گواهی بر این می‌دهد و قرآن و اخبار بر این گواهی می‌دهند و اگر کسی را دیگر چیزی روی نماید او را باد! آن ما این است که گفته آمد و بالله التوفیق» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۶۴).

عبارت‌های بالا به سادگی، روانی و شیرینی هر چه تمام‌تر بیان شده است و گاه رگه‌هایی از طنزی ظریف و رندانه در آن موج می‌زند. گوینده به شیوه‌ای روان‌شناسانه، افزون بر تشویق مخاطب به اندیشه‌ورزی در سخنان خود، دریافت درستی این معانی را چندان دشوار نمی‌بیند. این مطالب چند نکته درخور توجه دارد: ۱- تأکید بر نیت خیر داشتن گوینده ۲- در ظاهر درباره نظر شنونده نوعی بی‌اعتنایی اظهار می‌دارد در حالی که در باطن این‌گونه نیست ۳- این بی‌اعتنایی ظاهری و فارغ دانستن خود از سود و زیان عقیده مخاطب و در اصطلاح ذی‌نفع نبودن، ناخودآگاه شنونده را به تفکر درونی و خالی از غرض‌ورزی وامی‌دارد ۴- تأکید بر روشن بودن سخن برای خردمندان برای برجسته‌سازی عکس آن ۵- اظهار فروتنی با بیان این که آنچه می‌گوید به اندازه علم و عقل اوست و سپس محفوظ دانستن حق شنونده در داشتن نظری خلاف او.

وی گاهی پیش از شروع بحثی که می‌داند چالش‌برانگیز خواهد بود، این گونه با شنونده اتمام حجت می‌کند: «این همه به اول از آن می‌گویم تا چون سخن فرا گفتن گیرم، در انکار نیایی که انکار دل را تاریک کند و در تاریکی بی‌نور و چراغ فرا نتوان دید. اکنون از سر حقیقت فرا شنو و دراندیش. آنگاه اگر نه راست باشد با خود آی و دست از تقلید هر مقلدی بدار که اگر بر تقلید هر مقلدی می‌باشی، هم چنان مقلد و مدبر و جاهل بمیری که هر چه شفقت و نصیحت بایست گفته آمد» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۷۹)؛ و نیز با عبارت‌هایی این چنین که در پایان مجلس می‌آید: «و هذه النصيحة» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۲۸). یا «و این تمام نصیحت داند و بالله التوفیق» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۲۴). در جای دیگر نیز مخاطب را در انتخاب درست و نادرست مخیر می‌گذارد: «اکنون هر که می‌خواهد که با خدای و رسول موافقت کند، اینک راه و هر که می‌خواهد که با دیگران موافقت

کند، آنک راه» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۶۰). «هر که انصاف دهد داند که چنین است که یاد کردیم و هر که انصاف ندهد و هم از آن بی انصافی‌هاست که در عالم می‌باشد» (احمد جام، ۱۳۵۰: ۷۱)، «این خبر در باب شکر تمام است؛ هر که قبول خواهد کرد و هر که نخواهد کرد و جحود خواهد کرد آن را هیچ درمان نیست» (احمد جام، ۱۳۷۲: ۱۱۰).

۳.۳. ندا یا خطاب

در خوانش متونی که از نوع مجلس‌گویی است، شاید نخستین نشانه‌ای که به آن برمی‌خوریم، فراوانی خطاب‌هاست. «با شیوه ندا در واقع خواستار توجه مخاطب به خود هستیم. معمولاً ندا در جمله‌های امری و پرسشی است» (شمیسا، ۱۳۷۷: ۱۳۶). در متون بررسی شده نیز می‌بینیم که خطاب‌ها بیشتر اوقات همراه با جمله‌هایی به کار می‌روند که لحن امر و نهی دارند.

در مجالس با توجه به فضای بحث، خطاب‌ها شکل و لحن‌های مختلف می‌یابند. در جایی که فضای کلام با انتقاد از گروه یا موضوع خاصی همراه است، نداها نیز لحنی تند و گزنده دارند و آن‌جا که سخن از حد نقد هم درمی‌گذرد، گاه با صفاتی ناسزاگونه و تحقیرآمیز رو به رو می‌شویم؛ اما با توجه به هدف عمده مجالس که پند و اندرز است، لحن غالب خطاب‌ها دلسوزانه است. مانند نصیحت پدر یا برادری مشفق که از سر خیرخواهی دیگری را پند می‌دهد و صمیمانه نگران او است. در این گونه خطاب‌ها گوینده می‌خواهد تا مخاطب در ذهنیت، رفتار یا عمل خود بازاندیشی و بازنگری کند و این درخواست را با صفات یا جملاتی همراه می‌کند که ضمن انتقال حس دلسوزی موجب تنبه او نیز می‌شود:

«ای غافل! دریغا که از رفعت انسانیت به بدکرداری خود را تحت همه خلائق آوردی که همه را از تو ننگ آید» (عبدالله انصاری، ۱۳۵۲: ۸۰ و نیز، نک. ۲۸۲). «ای کسی که اگر تبت می‌آید می‌خروشی، آن [بیماری و رنج] سر حق است که به من یزید عرض دنیا می‌فروشی» (طوسی، ۱۳۶۷: ۷۶). «ای آدمی بچه که مسخره شیطان گشته‌ای و مغفل‌وار در خواب غفلت... چون چشم باز کنی و از خواب غفلت بیدار شوی معین بینی که در عین دوزخ بوده‌ای» (سلطان ولد، ۱۳۶۷: ۱۴۶).

در مجموع نداها در مجالس، اگرچه لحن‌های متفاوتی دارند اما همگی با هدف تنبیه، ارشاد، نقد و آسیب‌شناسی بیان شده‌اند و گوینده متناسب با شناختی که از مخاطب یا نوع موضوع داشته است، یکی از این گونه‌ها را در آگاهی دادن به او مؤثرتر یافته است:

دوستانه یا اخوانی: «اکنون دوستان و برادران و عزیزان ما!» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۲۰): تحقیر و تمسخر: «اکنون ای سگ!» (مولوی، ۱۳۶۵: ۲۱۲ و ۱۴۱). «ای کافرک!» (مولوی، ۱۳۶۵: ۲۱۴). نقد و توبیخ: «مکنید ای دانشمندان مطمع و عام پرست و قبول دوست!» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۱۶۵): طنز و تهکم: «ای تو که آدمی ای!» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۱۵): هشدار و تحذیر: «زینهار ای دوستان و عزیزان من!» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۸۳): تنبیه یا تعلیمی - رسمی: «ای طالب!» (عبدالله انصاری، ۱۳۵۲: ۳۶): «بدان ای مسترشد مستفید!» (علاءالدوله سمنانی، ۱۳۶۹: ۲۹۷ و ۶۶).

یکی از روش‌های مجلس‌گویان در خطاب، برخورد تند و گفتن سخنان سخت و نامالیم به شنونده و اتهام به خود و شنوندگان است و سپس نرم‌تر شدن لحن کلام و دلسوزانه سخن گفتن و از سر رأفت و دلسوزی ایشان را از زشتی‌ها و بدی‌ها بیم دادن. نمونه‌ای از این دست که با توجه به روان‌شناسی مخاطب و ارزیابی قدرت تحمل و آستانه پذیرش وی صورت گرفته است، در زیر می‌آید. این روش با طنز و تهکم نیز همراه شده است:

«درهمی از سر غفلت‌کاری خردمند وار فرا دست گرفته‌ایم و نه از خدای بیم و نه از خلق شرم، نه از قیامت حذر و نه از دوزخ هراس و نه به حساب ایمان و نه به رحمت، امید و نه به بهشت، آرزو... هم‌چنین می‌بینی که هست؛ اگر [یا] من دیوانه‌ام و اگر [یا] شما دیوانه‌اید!» و سپس لحن کلام تغییر می‌کند: «مکنید ای برادران! بیایید تا در این کار بنگریم و دراندیشیم و تدبر و مشاورت با یکدیگر بکنیم که زمان تا زمان ما را بگیرند... باری بیایید تا معترف شویم به کردار بد خود و توبه کنیم که هنوز توبه سود می‌دارد» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۳۴).

از دیگر شیوه‌های وعظ شیخ جام، دعوت مخاطب برای قضاوت درباره خویشتن و به نقد گذاشتن اعمال خود به صورت درونی است که در واقع، نوعی محاسبه پنهان است: «اکنون تو می‌نگر که تا مؤمنی فرا کجایی و دل تو با مؤمنان فرا کجاست؟... کار مخلصان می‌کنی یا منافقان و اهل ریا؟... اکنون بشنیدی، اگر صورت مؤمنان مخلص داری امید آن بود که فرا نماز آیی» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۷۵).

شیخ اگرچه می‌داند که مردم به سبب برخی انتقادهای تند او به علماء، مشایخ، عباد و زهاد دشمنش خواهند گرفت، اعتنایی به خواست ایشان ندارد و از سرزنش آنان نمی‌هراسد و آنچه را باید، می‌گوید و با صراحت بیان می‌کند که آنچه من می‌گویم باکی ندارم که مردمان را خوش آید یا

نه: «من سخن حق می‌گویم و وظیفه من نصیحت است اما شما نصیحت را دوست نمی‌دارید: ولکن لا تحبون الناصحین» (احمد جام، ۱۳۶۸: ۶۷).

۳. ۴. پرسش

پرسش در متون عرفانی به‌ویژه متون متأثر از شیوه مجالس، اهمیت و جایگاه ممتازی دارد. به‌طور کلی پرسش و جمله‌های پرسشی در روان‌شناسی، تعلیم و تربیت، کلام وحی و تعلیم دینی کارکردها و کاربردهای خاصی دارد که وعظ و مجلس‌گویی به نوعی با همه این‌ها پیوند می‌یابد. با توجه به تأثیر سبکی و محتوایی قرآن کریم بر شیوه‌های مجلس‌گویی، این ویژگی یعنی بیان مقاصد مختلف با طرح سؤال را در قرآن کریم نیز فراوان می‌بینیم. «بیش از هزار آیه از آیات قرآن دارای استفهام است... بسیاری از مسائل آموزشی به صورت سؤال مطرح شده است تا از طریق توجه دادن، بیم و امید، تقریر، تشویق، انذار و تیشیر که اغراض ثانوی پرسش است، به تربیت الهی نوع بشر پردازد» (آقا حسینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۲-۱۳۳).

در مجالس هم پرسش‌های ایجابی وجود دارد و هم پرسش‌های بلاغی. منظور از ایجابی، پرسشی است که در آن پرسشگری معین، از فردی معین می‌پرسد تا مجهولی را رفع کند و به معلوم برسد. این نوع، در ساختار مجالس همه جا از سوی مخاطب، مرید یا شنونده‌ی عادی است. نوع دوم یعنی پرسش بلاغی که هدف آن چیزی جز کسب آگاهی است، همه جا از سوی گوینده یعنی واعظ، مذکر یا مجلس‌گو مطرح می‌گردد. هدف اصلی در این نوع که آن را پرسش مجازی یا استفهام تولیدی هم می‌نامند، ایجاد شگفتی، توییح، سرزنش، استرحام، اظهار شادی یا اندوه و تمنی است» (آقا حسینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۴). ضمن آن که پرسش ایجابی در متونی که جنبه تعلیمی در آن‌ها پررنگ‌تر است، بیشتر کاربرد دارد؛ گاهی نیز پرسش بلاغی در برخی مجالس - گرچه بر ما مسلم است که مطالب آن‌ها به گونه مجلس‌گویی بوده- بسیار اندک است. دلیل آن می‌تواند خاص بودن مخاطب و پررنگ بودن بعد تعلیمی این آثار باشد. به‌طور معمول هنگامی که کتابی به شکلی کاملاً علمی و برای تعلیم گروهی خاص است و گوینده با مخاطب عام سر و کار ندارد، از این شیوه کمتر بهره می‌گیرد و با توجه به هدف تعلیم، پرسش‌ها بیشتر ایجابی هستند. (برای نمونه ر.ک. علاءالدوله سمنانی، ۱۳۶۹).

۳.۵. گفت و گو

استفاده فراوان از شیوه گفت‌وگو برای بیان اخبار و روایات و حکایات، شگردی برجسته در بسیاری از مجالس است که نمونه‌های آن در بسیاری از این‌گونه آثار یافت می‌شود. اگرچه کاربرد این عنصر به معنای کارکردهای امروزی آن در قصه‌پردازی نیست اما از جنبه‌هایی سزاوار توجه و بررسی است.

بسیاری از جمله‌هایی که به شکل گفت‌وگو است می‌تواند در قالب دیگری غیر از گفت‌وگو هم بیان شود اما میزان اثرگذاری و جلب توجه و دقت مخاطب به موضوع در قالب گفت‌وگو (که یکی از شیوه‌های آن پرسش و پاسخ است)، بسیار بیش از سایر شیوه‌هاست. مجلس‌گویان و واعظان برای نفوذ بیشتر در شنونده و جلب دقت او نیز از این شگرد آگاهانه بهره برده‌اند. کاربرد شگرد زبان حال بر پایه عنصر خیال یکی از محورهای است که گفت‌وگوها و پرسش و پاسخ‌ها حول آن‌ها شکل می‌گیرد.^۷ «این شگرد ادبی در ادبیات پارسی و به ویژه در ادب عرفانی به فراوانی به کار گرفته شده است... صوفیان و عرفا از کسانی بودند که به ویژه پس از روی آوردن به زبان شعر و ادب، از زبان حال به منزله شگردی مؤثر در خلق آثار ادبی- عرفانی، استفاده کرده‌اند و در نفوذ و گسترش کاربرد آن در ادبیات پارسی بسیار مؤثر بوده‌اند. پیوند زبان حال با تصوف به قدری بوده است که اغلب زبان حال را به طور طبیعی متعلق به صوفیان و عارفان پنداشته‌اند» (پور جوادی، ۱۳۸۵: ۱۴۸ و ۲۷). با استفاده از این تمهید ادبی، سخنوران گفت‌وگوهایی را در داستان‌ها یا غیر آن میان اشیاء، جانوران یا انسان، خدا و فرشتگان شکل می‌دهند تا به اصطلاح سخن خود را در دهان آنان گذارند.

به عنوان مثال به گفت‌وگوی پیامبر و خداوند که با الهامی تفسیرگونه از آیه قرآن بر ساخته شده است، اشاره می‌کنیم: «اما من هرگز نگویم که من! با وجود محبوب ما را جز عدم نزیبید. چون هستی او را باشد ما را جز نیستی رخت فرو نهند. اکنون که با هستی ما کم زنی می‌کنی کبریای ما را جز نیستی رخت فرو نهد، الم تر إلی ربک» (سعدی، ۱۳۶۳: ۹۰۵).

در برخی مجالس، گفت‌وگو هم در طرح و نقل داستان‌ها و هم غیر حکایات، به فراوانی دیده می‌شود. مثلاً در بیان برخی احادیث قدسی یا نقل آیات قرآنی و اخبار نبوی، پس از عبارت عربی ترجمه گونه‌ای می‌آید که غالباً ترجمه لفظ به لفظ عبارت نیست لذا گوینده در آوردن سجع و

موازنه و ساختن پرسش و پاسخ - که یکی از شیوه‌های گفت‌وگوست - آزادانه عمل می‌کند. افزون بر این، آوردن ترجمه برای برقراری رابطه دوباره با مخاطب عامی است که فهم عبارت عربی برایش دشوار و نامیسر بوده است و به‌طور موقت، بین او و گوینده فاصله افتاده است. گفت‌وگو در نقل احادیث و روایات: «جبرئیل آمد، گفت ای آدم غسل کن... آنکه گفت ای جبرئیل... جبرئیل گفت... گفت ای جبرئیل این مراسم مخصوص... جبرئیل گفت تو راست و مؤمنان و...» (مبیدی، ۱۳۶۱: ۲/ ۵۳۲).

این روش در بیان و طرح تمثیل نیز به کار می‌رود: «آن شمع را دیده‌ای که در لگن برافروخته‌اند... هر کس به مراعات او کمر بسته... از ایشان سؤال کنند که این عجب، همه شب طاعت او را داشتید چه شد که امروزش فرو گذاشتید؟ همان طایفه گویند...» (سعدی، ۱۳۶۳: ۱۸۹۶).

سعدی همچنین در داستان ابراهیم خواص و ورود او به قصر آن پادشاه که طیبیان از درمان جنون او ناتوان بودند، گفت و گویای فراوانی به کار گرفته است که در شناخت شخصیت و فضای داستان هم کمک‌کار است: «ابراهیم با مریدان خود گفتی کاشکی... گفتند ای شیخ پیوسته... گفت: روزی وقتم خوش شد، قدم در بیابان نهادم... قصری دیدم سیصد دانه سر از کنگره‌های آن در آویخته. پرسیدم که این چیست؟ گفتند آن ملکی است و او را دختری است دیوانه... مرا بردند نزدیک ملک، چون بنشستم... گفت ای جوانمرد تو را اینجا چه حاجت؟ گفتم شنیدم دختری داری... مرا گفت بر کنگره‌های قصر نگاه کن. گفتم نگاه کردم... گفت این سرهای کسانی است که دعوی طیبی کردند... چون قدم در آن سرای نهادم، دخترک کنیزک را گفت مقنعه بیار... کنیزک گفت ای ملکه چندت طیب مرد آمدند و از هیچ کس خود را نپوشاندی... گفت آن‌ها مرد نبودند، مرد این است... گفتم السلام علیکم. گفت علیک السلام ای پسر خواص. گفتم چون دانستی... گفت آن که تو را به ما راه نمود... گفتم ای دختر برخیز تا تو را به دیار اسلام برم. گفت یا شیخ... گفتم در آن جا کعبه‌ای است... گفت ای ساده دل کعبه را شناسی؟ گفتم بلی، گفت بر بالای سر من نگاه کن... مرا گفت ای سلیم القلب...» (سعدی، ۱۳۶۳: ۹۱۲).

۳.۶. حکایت‌ها و قصه‌ها

بی‌شک مخاطب مجالس عرفا جز حلقه مریدان و خواص، جمع کثیری از مردم عامه نیز بودند. آنان از همه مشاغل و سطوح مختلف اجتماعی و سلیقه‌های متفاوت در پای منبر یا حلقه سخن

مجلس گوی صاحب‌ذوق گرد می‌آمدند تا از کلام او به وجد آیند. آنچه می‌توانست بیش از هر روش دیگر برای این جماعت، خوش و شیرین جلوه کند، نقل حکایت و داستان از هر نوع و البته با اهداف اخلاقی و دینی بود. این داستان‌ها گاه از سرگذشت پیامبران و بزرگان دین انتخاب می‌شد و گاه شخصیت‌های آن از میان مردم کوچه و بازار مانند بازرگان و کشاورز و باغبان و پیشه‌وران دیگر بود. آنچه هنر مجلس‌گو را در این میان رقم می‌زد قدرت خلاقانه او در روایت انواع داستان‌های با اهمیت یا کم اهمیت، بلند یا کوتاه و جهت‌دهی هنرمندانه این داستان‌ها برای برداشت ویژه‌ای بود که سعی داشت از طریق آن‌ها، پیامی عرفانی، اخلاقی یا دینی به مخاطب خود برساند.

شیخ جام در خلال حکایتی درباره ابوحنیفه و مردی که هر روز به مجلس او می‌آمد، نکته‌هایی را نمایان می‌سازد که جالب توجه است. از جمله جایگاه مخاطب، نمونه‌ای از مخاطبان مجالس و همچنین نگرانی و گاه اضطرابی که مخاطب جدید یا ناشناس در دل گوینده ایجاد می‌کرد و همچنین سفارشی‌ضمنی که به مخاطب شده است که «چون دانشی ندارد خاموشی او را به» (ر.ک. احمد جام، ۱۳۸۷: ۱۶۷-۱۶۶).

فراوان بودن حکایت‌ها و تمثیل‌های کوتاه و موجز - که امروزه آن‌ها را داستانک یا داستان‌های مینی‌مالیستی می‌نامند - از ویژگی مجالس و سبک بیان مجلس‌گویان است. غالب داستان‌هایی که مجلس‌گویان برای مخاطب آورده‌اند از ویژگی ایجاز و کوتاهی بهره‌مند است. این داستان‌ها بیشتر برگرفته از فرهنگ شفاهی مردم است و با روحیه گزیده‌گویی و اختصارگرایی زبان مردم در همه دوره‌ها مطابقت دارد.

ایجاز و فشردگی در این نوع حکایت‌ها در عین رعایت اصول بلاغی است و نهایت تأثیر را بر شنونده می‌گذارد. شاید توجه به اهمیت اصل اثرگذاری بر مخاطب و ملول نشدن وی، گوینده را ملزم می‌ساخته است تا حکایت‌ها را حتی اگر در اصل مشروح و مفصل است، به‌گونه‌ای موجز و کوتاه و نیز با بیانی گیرا و مؤثر روایت کنند. همان‌طور که گفتیم بسیاری از این حکایت‌های کوتاه و نغز، داستانک‌های ادبیات معاصر را به یاد می‌آورد که عناصر آن‌ها و وجوه شباهت و اختلافشان می‌تواند بررسی شود. در این‌جا دو نمونه از این قصه‌های کوتاه را می‌آوریم:

«گرسنه‌ای را گفتند که دو و دو چند باشد؟ گفت چهار گرده!... جوحی را گفتند این بنگر که خوانچه‌ها می‌برند. جوحی گفت ما را چه؟ گفتند به خانه تو می‌برند. گفت شما را چه؟» (سلطان ولد، ۱۳۶۷: ۲۴۳ و ۱۵۶).

در برخی اوقات - که شمار آن اندک است- گوینده با توجه به شناخت اقتضای حال مخاطب یا موضوعی که قصد طرح آن را دارد، قصه را با طول و تفصیل بیان می‌کند. این شیوه می‌تواند نوعی کشش یا تعلیق در روایت داستان ایجاد کند که البته با توجه به فضا و گنجایش ذهنی و روحی مخاطب روی می‌دهد:

«در بعضی حکایات است که آن محنت زده‌ای در راهی می‌رفت. مخدره‌ای بس با جمال پیشش آمد. چشمش بر کمال حسن او افتاد. دلش صید آن جمال گشت. بر پی آن مخدره می‌رفت. چون آن مخدره به در سرای خود رسید، التفاتی کرد، آن محنت زده را دید بر پی وی. گفت مقصود چیست؟ گفت سلطان جمال تو بر نهاد ضعیفم سلطنت رانده است و در کمند قهر خویش آورده است. با توام دعوی عشق‌بازی است و این دعوی نه مجازی است. آن مخدره را بر کسوت جمال، حلیت عقل بر کمال بود. گفت این مسئله تو را فردا جواب دهم و این اشکال تو حل کنم. روز دیگر آن ممتحن منتظر نشسته بود و دیده گشاده تا جمال بر کمال مقصود کی آشکارا گردد و واقعه او چون حل کند؟ آن مخدره می‌آمد و از پی او پرستاری آینه‌ای در دست. گفت ای پرستار آن آینه فرا روی او دار تا به آن سر و روی او را رسد که با ما عشق‌بازی کند [و] تمنای وصال ماش بود؟» (سمعانی، ۱۳۶۸: ۱۸-۱۷).

۳.۷. ایجاز و گزیده‌گویی

توجه به رسایی و زیبایی کلام و در عین حال پرهیز از ملال خاطر مخاطب از دیگر ویژگی‌هایی است که در شیوه نثر واعظانه می‌بینیم. مولوی در فیه ما فیه به این نکته به طور صریح اشاره دارد که «سخن اندک و مفید همچنان است که چراغی افروخته، چراغی نا افروخته را بوسه داد و رفت. آن در حق او بس است و او به مقصود رسید» (مولوی، ۱۳۴۸: ۲۲۶).

گویندگان مجالس در جای جای سخنشان، بر ضرورت گزیده‌گویی و پرهیز از درازگویی اشاره دارند و این که کلام را نمی‌توانند مبسوط بیان کنند. عبارت‌ها و جمله‌هایی که رهنمون بر این موضوع است اغلب در انتهای بحث آمده است یا در جایی که گوینده احساس می‌کند مخاطب بیش از این توان درک و پذیرش مطلب را ندارد. به علاوه، این تکیه کلام‌ها را می‌توان نوعی شگرد روان‌شناسانه دانست تا ضمن نیاززدن خاطر شنونده، دقت وی به سخن بیشتر شود یا این که گمان نبرد آن چه شنیده، همه علم و دانش گوینده بوده است و خود را از تعلیم بیشتر، بی‌نیاز نیند: «از این

بسیار است؛ اگر به همه فرو شوم دراز گردد و تاهای کاغذ در این شود» (احمد جام، ۱۳۸۷: ۷۶).
گونه دیگر ایجاز در کلام، واگذاردن نتیجه به خود مخاطب است که این نیز بر اساس روان‌شناسی شنونده و برای تأثیر بیشتر و برانگیختن قوه تفکر اوست: «این را تفصیل بسیار است... اما عاقلان از این اندک، بسیار فهم کنند و غافلان از بسیار، اندک فهم نکنند... باقی را عاقلان بر این قیاس کنند» (سلطان ولد، ۱۳۶۷: ۱۱۰ و ۲۸).
روزبهان نیز در پایان کلام مدام اشاره دارد که این قدر که گفته شد به قدر فهم گوینده و شنونده بوده است و این سخن را نهایت نیست: «این قدر که گفته شد نه از دانش است و نه از بی‌دانشی» (روزبهان بقلی، ۱۳۵۱: ۲۰).

نتیجه

سخنورانی که آثار خود را در گونه مجالس پدید آورده‌اند، به عنصر مخاطب نگاه ویژه‌ای داشته‌اند. مخاطب در نظر ایشان همواره رکن مقوم مجلس به شمار می‌رفت و آنچه در طرح سخن پی می‌ریختند برآمده از نحوه ارزیابی‌شان از مخاطبان بود. ایشان در بیشتر اوقات زیرکانه مخاطب را می‌سنجیدند و با ارزیابی سطوح مختلف روحی، روانی و فکری آنان شیوه‌های مختلفی را در مواجهه و مکالمه با ایشان برمی‌گزیدند.
آنچه درباره مخاطب در کلام مجلس‌گویان پر رنگ‌تر و برجسته جلوه می‌نماید، تأمل و تأکید بر شناخت و تعریف یک مخاطب ایده‌آل است. اهلیت مخاطب مهم‌ترین ویژگی این تصویر است. این اهلیت در ویژگی‌هایی مانند دخالت ندادن آزرده‌گی‌ها و اغراض شخصی در برداشت از سخن، آمادگی و تمایل روحی شنونده، صفای باطن و نبود موانع روحی چون تقلید، حسد و شک جلوه‌گر می‌شد.
نکته مهم دیگر در مقوله مخاطب، گفتن سخن خاص با خاص و عام با عام بود؛ با توجه به نمونه‌های مختلف مجالس در ادب عرفانی می‌توان گفت هر جا گوینده با مخاطب عام سر و کار دارد بنا بر تفصیل و بیان مشروح مطالب می‌گذارد و سخن نیز آهنگی شریعت‌مآبانه به خود می‌گیرد اما آنجا که با گروه ویژه‌ای از مریدان روبروست، بنای کلام را بر اجمال و اشاره می‌نهد و فضای سخن نیز طریقت‌مآب و حقیقت‌یاب می‌گردد. بر این اساس شیوه سخن با تغییر مخاطب، نوسان می‌یابد.

افزون بر این، سخن گفتن به قدر فهم مخاطب از پر تکرارترین مضامین این بحث است. نگاه قدسی به سخن، بیانگر این است که سخن رزقی معنوی است که نیاز، درد و شایستگی شنونده موجب سرریز شدن آن از عالم معنا می‌شود.

برآیند سخن آن‌که بخشی از مباحث «مخاطب» در نگاه سخنوران، شناسایی و توصیف گونه‌های مخاطب و همچنین ماهیت سخن است و بخشی دیگر، ویژگی‌های بیانی و زبانی کلام ایشان است که نتیجه مستقیم اندیشیدن به مخاطب است؛ مانند ساده‌گویی و رعایت ایجاز و اطناب با توجه به حال شنونده.

همچنین جایگاه عنصر مخاطب در شیوه‌های طرح و بیان موضوع تا آنجاست که ردپای آن را هم در لحن و هم در کمیت گفتار و هم در استنادها و استشهاد و تمثیل‌ها و موسیقی سخن می‌توان دنبال کرد.

پی‌نوشت‌ها

۱. در نظریه ارتباط یاکوبسن هم، هر کنش ارتباطی به ویژه ارتباط زبانی، شش عامل دارد: فرستنده، گیرنده، زمینه، رمز، تماس و پیام. از آنجا که در گونه‌های مختلف سخن یکی از این اجزا برجسته می‌شود، شش کارکرد متفاوت شکل می‌گیرد که از آن همه، یکی کارکرد کنشی، ترغیبی یا انگیزشی است. در این نوع ارتباط، گیرنده نقش برجسته‌تری دارد و در حقیقت، زبان برای ایجاد یک کنش یا واکنش در مخاطب به کار می‌رود. از ویژگی‌های صوری این نوع، وجود نشانه ندا و فعل امر است (فتوحی، ۱۳۸۵: ۱۷۱-۱۷۰). متون بررسی شده در این پژوهش غالباً همین کارکرد را دارند.

۲. عکس گفته مولانا در سخن حضرت علی علیه السلام آمده است: «کیف یراعی النباه من اصمته الصیحه؟» آن کس را که فریاد بلند کر کند، آوای نرم حقیقت چگونه در او اثر خواهد کرد؟» (علی بن ابی طالب (ع)، ۱۳۸۰: ۴۸).

۳. در اهمیت نقش مخاطب شواهد زیادی در متون و منابع به‌ویژه مثنوی می‌توان جست:

قابل این گفته‌ها شو گوش دار تا که از زر سازمت من گوشوار
(مولوی، ۱۳۹۰: ۱۶۹/۱)

اینچه می‌گویم به قدر فهم توست مُردم اندر حسرت فهم درست
فهم آب است و وجود تن سبو چون سبو بشکست ریزد آب از او
(مولوی، ۱۳۹۰: ۴۴۰/۳)

این سخن شیر است در پستان جان مستمع چون تشنه و جوینده شد	بی کشنده خوش نمی‌گردد روان هاتف ار مرده بود گوینده شد (مولوی، ۱۳۹۰: ۱/۱۴۷)
گر سخن گش یابم اندر انجمن ور سخن گش یابم آن دم زن بمزد	صد هزاران گل برویم چون چمن می‌گریزد نکته‌ها از دل چو دزد (مولوی، ۱۳۹۰: ۴/۵۹۹)
گر هزاران طالبند و یک ملول	از رسالت باز می‌ماند رسول (مولوی، ۱۳۹۰: ۳/۴۹۹)

۴. این نوع نگاه، برگرفته از قرآن است که ایمان به خداوند و پیامبرش را سبب احیای باطنی مردم و زنده شدن قلوب آنان می‌داند: یا ایها الذین آمنوا استجیبوا لله و لرسوله إذا دعاکم لما یحییکم (انفال، ۲۴).

۵. این اصطلاح را دکتر حسن نصیری جامی در تصحیح و مقدمه کنوز الحکمه شیخ احمد جام به کار برده است (احمد جام، ۱۳۸۷: بیست و یک).

۶. سعدی در همین مضمون چنین گفته است:

راهی به سوی عاقبت خیر می‌رود	راهی به سوء عاقبت اکنون مخیری (سعدی، ۱۳۶۳: ۷۵۴)
------------------------------	--

۷. زبان حال، شرح و بیانی است که شخصی ممکن است از حالات یا صفات موجودی بکند، بدون این‌که مدعی کشف و کرامت باشد. مثلاً در مواردی که شخص یا موجودی خود چیزی نگفته است ولی نویسنده یا شاعری از حال او حکایت کرده، ابیاتی نقل نموده است و می‌گوید که وی به زبان حال چنین گفت (پور جوادی، ۱۳۸۵: ۲۹-۲۸).

منابع

- ۱- قرآن کریم.
- ۲- آقاحسینی، حسین و براتی، محمود و جمالی، فاطمه. (۱۳۹۰). اهمیت پرسش در متون عرفانی. کاوش‌نامه، س ۱۲، ش ۲۲، ص.ص. ۱۶۰-۱۳۲.
- ۳- ابن جوزی، ابوالفرج عبدالرحمن. (۱۳۸۸). قصه و قصه‌گویی در اسلام. ترجمه مهدی محبتی. تهران: چشمه.

- ۴- احمد جام. (۱۳۵۰). *انس التائبین و صراط الله المبین*. تصحیح علی فاضل. تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
- ۵- ----- . (۱۳۶۸). *منتخب سراج السائرين*. تصحیح و توضیح علی فاضل. مشهد: آستان قدس رضوی.
- ۶- ----- . (۱۳۷۲). *روضه المذنبین و جنه المشتاقین*. تصحیح علی فاضل. تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- ۷- ----- . (۱۳۸۷). *کنوز الحکمه*. تصحیح علی فاضل. مقدمه و توضیح حسن نصیری جامی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۸- بابایی، رضا. (۱۳۸۵). *درآمدی بر مخاطب‌شناسی*. پیام، ش ۷۷، ص.ص. ۲۴-۴.
- ۹- بهاء ولد، محمد بن حسین. (۱۳۵۲). *معارف*. تصحیح بدیع‌الزمان فروزانفر. تهران: زبان و فرهنگ ایران.
- ۱۰- پورجوادی، نصرالله. (۱۳۸۵). *زبان حال در عرفان و ادبیات فارسی*. تهران: هرمس.
- ۱۱- روزبهان بقلی. (۱۳۵۱). *رساله القدس و رساله غلطات السالکین*. تصحیح جواد نوربخش. تهران: چاپخانه فردوسی.
- ۱۲- زرقانی، سید مهدی و یاحقی، محمد جعفر و علی حوری فیض آبادی، محبوبه. (۱۳۹۱). *مخاطب‌شناسی سنایی در آثار منثور قرن ششم تا دهم هجری*. گوهرگویا، ش ۲۳، ص.ص. ۱-۳۴.
- ۱۳- سعدی، مصلح بن عبدالله. (۱۳۶۳). *کلیات سعدی*. تصحیح محمدعلی فروغی. تهران: امیرکبیر.
- ۱۴- سلطان ولد، بهاء‌الدین محمد. (۱۳۶۷). *معارف*. به کوشش نجیب مایل هروی. تهران: مولی.
- ۱۵- سمعانی، شهاب‌الدین احمد. (۱۳۶۸). *روح الارواح*. تصحیح نجیب هروی. تهران: علمی و فرهنگی.
- ۱۶- سیدآبادی، علی اصغر. (۱۳۸۵). *عبور از مخاطب‌شناسی سنتی*. تهران: فرهنگ‌ها.
- ۱۷- شمس تبریزی. (۱۳۸۳). *مقالات*. تصحیح جعفر مدرس صادقی. تهران: مرکز.
- ۱۸- شمیسا، سیروس. (۱۳۷۷). *معانی*. تهران: میترا.
- ۱۹- طوسی، احمد بن محمد. (۱۳۶۷). *قصه یوسف، جامع الستین*. به اهتمام محمد روشن. تهران: علمی و فرهنگی.

- ۲۰- عبدالله انصاری. (۱۳۵۲). *مجموعه رسائل*. به اهتمام محمد شیروانی. تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
- ۲۱- علاءالدوله سمنانی. (۱۳۶۹). *مصنفات فارسی*. تصحیح نجیب مایل هروی. تهران: علمی و فرهنگی.
- ۲۲- علی بن ابی طالب. (۱۳۸۰). *نهج البلاغه*. ترجمه محمد دشتی. قم: ائمه.
- ۲۳- عنصر المعالی، کیکاوس بن اسکندر. (۱۳۴۵). *قابوس نامه*. تصحیح غلامحسین یوسفی. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- ۲۴- عین‌القضات. (۱۳۷۷). *نامه‌ها*. به اهتمام علینقی منزوی و عفیف عسیران. تهران: اساطیر.
- ۲۵- ----- . (۱۳۸۶). *تمهیدات*. تصحیح عفیف عسیران. تهران: منوچهری.
- ۲۶- غزالی، احمد. (۱۳۸۱). *رساله سوانح و رساله‌ای در موعظه*. به سعی جواد نوربخش. تهران: یلدا قلم.
- ۲۷- غلامرضایی، محمد. (۱۳۸۷). *مجلس‌گویی و شیوه‌های آن در مجالس سبعه مولوی*. پژوهشنامه علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۵۷، ص.ص. ۲۷۸-۲۵۷.
- ۲۸- ----- . (۱۳۸۸). *سبک‌شناسی نثرهای صوفیانه*. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- ۲۹- فتوحی، محمود و محمدخانی، علی اصغر. (۱۳۸۵). *شوریده‌ای در غزنه*. تهران: سخن.
- ۳۰- ----- و وفایی، محمداشعین. (۱۳۸۸). *مخاطب‌شناسی حافظ در سده‌های هشتم و نهم*.
- ۳۱- هجری بر اساس رویکرد تاریخ ادبی هرمنوتیک. *نقد ادبی*، ش ۶، ص.ص. ۱۲۶-۷۱.
- ۳۲- مایر، فریتس. (۱۳۸۲). *بهاء ولده، زندگی و عرفان او*. ترجمه مریم مشرف. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- ۳۳- محسنیان راد، مهدی. (۱۳۸۷). *آسیب‌شناسی مخاطب‌پنداری در حوزه رسانه‌ها، جهانی شدن و عصر پس از دهکده جهانی*. تحقیقات فرهنگی، سال ۱، ش ۳، ص.ص. ۱۱۳-۷۹.
- ۳۴- مستملی، اسماعیل بن محمد. (۱۳۶۶). *شرح‌التعرف*. با مقدمه محمد روشن. تهران: اساطیر.
- ۳۵- مولوی، جلال‌الدین. (۱۳۴۸). *فیه ما فیه*. تصحیح بدیع‌الزمان فروزانفر. تهران: امیرکبیر.
- ۳۶- ----- . (۱۳۶۵). *مجالس سبعه*. تصحیح توفیق سبحانی. تهران: کیهان.
- ۳۷- ----- . (۱۳۸۰). *کلیات شمس تبریزی*. تصحیح بدیع‌الزمان فروزانفر. تهران: کارنامه کتاب.

- ۳۸- ----- . (۱۳۹۰). مثنوی. به کوشش توفیق سبحانی. تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۳۹- میدی، ابوالفضل رشیدالدین. (۱۳۶۱). *کشف الاسرار و عده الابرار*. به کوشش علی اصغر حکمت. تهران: امیرکبیر.
- ۴۰- نجم‌الدین رازی. (۱۳۵۲). *مرصاد العباد*. به اهتمام محمدمین ریاحی. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- ۴۱- نسفی، عزیزالدین. (۱۳۸۶). *کشف الحقایق*. به اهتمام احمد مهدوی دامغانی. تهران: علمی و فرهنگی.