

درآمدی بر جایگاه فرایند اقناع در فنّ خطابه و مطالعات ادبی

علی محمد مؤذنی^۱

استاد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه تهران

محمد احمدی

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه تهران

(از ص ۹۳ تا ۱۱۱)

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۸/۲۱، تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۲/۱۲

چکیده

اقناع، فرایندی است که به منظور نفوذ در مخاطبان و مجاب ساختن آنان به وجود می‌آید. این فرایند ارتباطی اهمیت ویژه‌ای در دنیای ادبیات دارد؛ زیرا همواره یکی از مهم‌ترین اهداف سخنوران و پدیدآورندگان آثار هنری، اقناع مخاطبان بوده است. با توجه به این اهمیت، از چند دهه اخیر مطالعات گوناگون و متفاوتی درباره رابطه اقناع و ادبیات انجام شده است. این نوع تحقیقات که از غرب آغاز شده، درباره شیوه‌ها و روش‌های اقناع مخاطب، مباحث گوناگونی را مطرح می‌سازد. در این مقاله سعی شده است تا حدودی سیر مطالعه و پژوهش درباره فرایند اقناع از دیرباز تا قرن حاضر ترسیم و همچنین اهمیت این نوع مطالعات در حوزه ادبیات مشخص شود.

واژه‌های کلیدی: فرایند اقناع، گفتمان اقناعی، ارسطو، خطابه، ادبیات.

۱. مقدمه

دیدگاه‌ها دربارهٔ طبیعت اقناع متفاوت است و اقناع در هر گفتمانی (discourse) به شکلی متفاوت ظهور می‌کند؛ به همین دلیل، تعریف جامع و کاملی از این فرایند، بسیار دشوار است. همان‌طور که ارتباطات (communication) تعاریف متفاوت و متنوعی دارد^۱، برای اقناع هم می‌توان تعاریف متفاوتی به دست داد. این واژه در لغت به معنای خرسند کردن و خشنود گردانیدن است (معین، ۱۳۶۳: ذیل «اقناع»؛ دهخدا، ۱۳۲۵-۱۳۵۲: ذیل «اقناع») و فرهنگ‌های انگلیسی آن را عمل یا فرایند متقاعد کردن دیگران معنی کرده‌اند (آکسفورد، ۲۰۱۲: ذیل persuasion؛ لانگمن، ۲۰۰۹: ذیل persuasion)^۲، اما آیا حقیقت اقناع را می‌توان با علم اشتقاق یا ریشه‌شناسی و با مراجعه به فرهنگ‌ها فهمید؟ اگر نگاهی اجمالی به کتاب‌هایی که دربارهٔ اقناع مخاطب نوشته شده است بیندازیم، متوجه می‌شویم که نویسندگان هر یک از این کتاب‌ها، درک متفاوت و متمایزی از اقناع داشته‌اند و متناسب با درک خود، اقناع را معنی کرده‌اند. در کتاب‌هایی که در زمینهٔ روان‌شناسی اقناع و یا علوم ارتباطات و حتی کتاب‌هایی که دربارهٔ فنّ خطابه نوشته شده است نیز تعاریف متفاوتی از اقناع می‌بینیم. این تنوع و اختلاف، نشان از آن دارد که فرایند اقناع، مناقشه‌برانگیز است و درک ماهیت آن به تحقیقات جامع و دقیق نیاز دارد. اکنون با بررسی برخی از این تعاریف، سعی می‌کنیم حقیقت اقناع را بهتر دریابیم.

در علوم ارتباطات، اقناع عبارت است از «نفوذ یافتن در مخاطبان، به منظور نیل به مقاصد خاصی، با بررسی و ارزیابی افکار و احساسات آنها» (حسینی پاکدهی، ۱۳۸۱: ۱۰). در این تعریف، تأکید جمله بر «نفوذ یافتن در دیگران» است. این نفوذ را که متفکران برقراری ارتباط مؤثر خوانده‌اند، مبتنی بر هماهنگی و سازگاری و توافق و پیوستگی است؛ بنابراین ایجاد زمینهٔ مشترک در راستای اقناع مخاطبان، اجتناب‌ناپذیر است.

به تعریف دیگری از اقناع توجه کنید: «اقناع، فرایندی است که در آن هر نوع پیامی به قصد شکل دادن، تقویت کردن یا تغییر دادن کنش دیگران به وجود می‌آید» (لسر، ۲۰۱۱: ۲). در این تعریف، «تغییر دادن» و «تقویت کردن» مورد تأکید است. این افعال به طور کلی

^۱ دربارهٔ تعاریف متفاوت از ارتباطات، رک. محسنیان راد، ۱۳۹۲.

^۲ این دو فرهنگ تقریباً معنای مشابهی را برای اقناع آورده‌اند.

درباره مخاطبان پیام اقناعی به کار رفته‌اند؛ بنابراین ارزیابی ارزش‌ها و باورها و دیدگاه‌ها و رفتارهای مخاطبان و تغییر آنها، اقناع خوانده شده است. برخی دیگر از صاحب‌نظران با چشم‌اندازهای متفاوتی اقناع را تعریف کرده‌اند:

اقناع، فرایندی است که با توسّل به تعقل و احساس، در قالب مهارت‌های کلامی، غیرکلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً جهت تغییر رفتار و وادار کردن آنها به عمل معین، تحت تأثیر قرار می‌دهد (بینگنر، ۱۳۶۷: ۱۰).

کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر را اقناع می‌گویند (گیل و بریجت، ۱۳۸۴: ۵۱).

اقناع، امری کاملاً پیچیده است و مقنع را ملزم می‌کند تا درباره قوه ادراک، حواجی، جامعه، ارزش‌ها و احساسات مخاطبان اطلاعات کامل کسب کند (مینیک، ۱۹۵۷: ۱).

اقناع، عملی است که تأثیرات متقابلی دارد و برای رفع احتیاجات دو سوی ارتباط به وجود می‌آید (لگت، ۲۰۰۶: ۲).

اقناع چیزی نیست جز مکانیسم کنترل و سلطه (فوس و گریفین، ۱۹۹۵: ۲).

اقناع یعنی رسوخ پایدار به ذهن و دل آدمیان [و این امر] تابع شرایط ساختاری از یکسو و شرایط خاص و عرضی از سوی دیگر است؛ درک زمان و آئیت از مهم‌ترین شرایط ناپیدای تحقق اقناع است (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۱۰۳-۱۰۴).

اقناع عبارت است از تلاش برای مجاب ساختن مخاطبین به پذیرش موضوع و خواسته‌ای، به وسیله ارائه مناسب اطلاعات مربوطه. تنها راه وصول به این هدف، ارائه مناسب اطلاعات است. یعنی استفاده از عناصر بلاغی برای تأثیر بخشیدن به کلام (متولی، ۱۳۸۴: ۲۹).

کوشش افراد و گروه‌ها برای نفوذ یافتن بر اشخاص دیگر، اقناع خوانده می‌شود (حسینی پاکدهی، ۱۳۸۱: ۱۰).

اگر بخواهیم کلمات کلیدی تعاریف مذکور را استخراج کنیم، این واژه‌ها به دست می‌آیند: تحت تأثیر قرار دادن، تأثیر، تغییر نگرش، تغییر ارزش، تغییر رفتار، تغییر دیدگاه، کنترل، سلطه، رسوخ پایدار، مجاب کردن، و سرانجام نفوذ کردن که در ابتدا گفتیم. چنان که دیده می‌شود، میان معنای کلمات کلیدی استخراج شده از تعاریف اقناع، چندان تفاوت فاحشی نیست و در واقع با اندکی تسامح می‌توان آنها را در معنای دیگری به کار برد. همچنین در تحقیقی که محسنیان راد (۱۳۹۲: ۵۴-۵۵) درباره «شرط انجام گرفتن ارتباط»

صورت داده، کلمات «اقناع، اشتراک فکر، پذیرش تأثیر، تأثیر بر دیگری، تغییر رفتار، درک عمل، ارسال علائم، انتقال معنی، انتقال اطلاعات، نفوذ، سلطه»، عناصر کلیدی تعاریف ارتباطات بوده‌اند.

روشن است که کلمات کلیدی استخراج شده تعاریف اقناع و ارتباطات، تا حدودی مشابه هم هستند، در نتیجه می‌توان گفت که اقناع و ارتباطات همبستگی نزدیکی دارند، اما بهتر است بگوییم اقناع نوعی ارتباط است، و بهتر است بپرسیم چه نوع ارتباطی؟ مسلماً ارتباطی برای نفوذ در دیگران. پس شاید بتوان اقناع را با این مقدمات بدین شکل تعریف کرد: «اقناع، فرایندی ارتباطی است که به منظور نفوذ در مخاطبان و مجاب کردن آنان به وجود می‌آید»^۱.

۲. یونان باستان

در یونان باستان، مردم آتن الهه اقناع (پیتو)^۲ را می‌پرستیدند و هر ساله برای مجسمه این الهه قربانی می‌کردند. این قربانی‌ها در واقع «بیان عمومی و رسمی اشتیاق مردم به گفت‌وگو و طرح قانع‌کننده آرا بود» (دیکسون، ۱۳۸۹: ۱۰). مردم آتن مجذوب زبان‌دانی و سخن‌پردازی و خطابه بودند و برای قدرت اقناعی سخن، جنبه‌ای سحرآمیز و الهی تصور می‌کردند (همان: ۱۰). این امر باعث شد تا نخستین مباحث پیرامون اقناع در یونان مطرح شود و مطالعات نظری در این زمینه از این دیار - که در حقیقت مهد دموکراسی و خطابه بود - به دورترین نقاط جهان انتقال یابد.

چنان‌که گفته شد، یونان قدیم مهد دموکراسی بود و خاستگاه خیلی از مباحثی که امروزه درباره این مفهوم در دنیا مطرح می‌شود. در دولت‌شهرهای یونان باستان، همه شهروندان برابر محسوب می‌شدند و همه اجازه داشتند تا عقاید و باورهای خود را در مجمع‌هایی که برگزار می‌شد به دیگران ابلاغ کنند؛ مردم برای آنکه در این کار موفق باشند، مجبور بودند فن خطابه و سخنوری بیاموزند. به‌غیر از این، «در نظام قضایی یونان اقامه دعوی از طریق وکیل یا نماینده‌ای که در استخدام فرد باشد، مجاز نبود [و]

^۱ برای اطلاع بیشتر در این باره رک. به: احمدی، ۱۳۹۳: ۸-۱۴.

^۲ بر اساس نمایش‌نامه اُرسْتیا (Oresteia) اثر آشیلوس (Aeschylus)، پیتو - الهه اقناع - موفق به آرام کردن فوری‌ها (Furies) می‌شود. برای آگاهی بیشتر در این باره رک. به: پراتکانیس و آرسون، ۱۳۷۹.

شهروندان ملزم بودند دعوی خود را شخصاً در دادگاه‌ها یا به طور دقیق‌تر در حضور ۲۰۱ همسایه خود (حدّ اقلّ تعدادی که می‌توانست در یک هیئت منصفه آتنی حضور یابد) مطرح نمایند» (پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹: ۱۹). این قانون نیز از دیگر عوامل بسیار مهمی بود که شهروندان یونانی را به مطالعه خطابه و اقناع وادار می‌کرد؛ زیرا ممکن بود یک شهروند یونانی به علت ضعف در اقامه دعوی و یا شکست در اقناع قضاّت، دارایی خود را از دست بدهد و یا با خطر تبعید مواجه شود و یا حتّی به ناحق کشته شود. به همین دلیل در یونان باستان، هر فرد وظیفه خود می‌دانست که از آیین سخنرانی و هنر سخنوری تا حدود بسیار زیادی آگاهی کسب کند. برای فراگیری این فنون، هر شهروند یونانی می‌توانست با استخدام یک سوفسطایی، راهنمایی‌های لازم را به دست آورد (هونت، ۱۹۶۵: ۶۹). «سوفسطاییان [در حقیقت] گروهی از معلّمان سیّار بودند که اولین سخنرانی‌ها را درباره اقناع ایراد کردند و اولین کتب را در این خصوص نگاشتند» (پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹: ۱۹-۲۰). این کتاب‌های راهنما که اغلب به محاق نسیان فرورفته‌اند، به شرح شیوه‌های معمول در بیان ادله و مباحثه در دادگاه و چگونگی اقناع حضار و قضاّت می‌پرداختند و اطلاعات مفیدی در این زمینه به شهروندان یونانی می‌دادند (همان: ۲۰).

سوفیست‌ها برای موقّیّت در فرایند اقناع و تأثیر بر مخاطبان، ناچار باید معلومات زیادی کسب می‌کردند، به همین دلیل از هر دانشی بهره کافی می‌گرفتند و در بیشتر علوم زمانه خود استاد بودند. در نتیجه، بسیاری از آنها به سبب احاطه کاملی که به دانش‌های گوناگون داشتند، در میان یونانیان معروف و محترم شدند و حکیم و خردمند لقب یافتند (فروغی، ۱۳۹۰: ۱۱). سوفسطاییان گاه مردم را به فریب دادن و تملّق‌گویی و چاپلوسی دعوت می‌کردند؛ زیرا برای آنها اقناع مخاطب هدف نهایی محسوب می‌شد و در این راه از هر روشی بهره می‌بردند. تمرکز بر این هدف، باعث شد مغالطه و سفسطه رفته‌رفته در مکتب آنها نقش به‌سزایی ایفا کند (هونت، ۱۹۶۵: ۶۹-۸۴). سوفسطاییان به مرور زمان مدّعی شدند که مطلقاً حقیقتی در عالم وجود ندارد و حقیقت چیزی جز ادراک آدمیان نیست و هر چند احساس و ادراک افراد در یک زمینه متناقض باشد، حقیقت باز هم برای هر فرد همان ادراک اوست (پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹: ۲۰).

عقاید افراطی سوفسطاییان درباره حقیقت و گرایش به مغالطه و سفسطه‌گری،

سرانجام باعث شد عده‌ای از دانشمندان یونان با آنان مخالفت آغاز کنند و آهنگ عداوت سردهند. افلاطون در شمار نخستین کسانی بود که به مخالفت با سوفسطاییان برخاست. او به سبب کوشش‌های ناکام خود در امور سیاسی و محاکمه‌اش، سقراط، سخت‌تعلیمات سوفسطاییان را به بوتۀ نقد کشید. انتقاد وی از خطابه بیش از همه در گفت‌وگوهای «گورگیاس» (Gorgias) جلوه‌گر است آنجا که از زبان سقراط هر گونه سخنوری و خطابه را زیر سؤال می‌برد و به طور کلی این فن را بی‌فایده می‌خواند (ارسطو، ۱۳۷۱: ۸). به عقیده او، خطابه موجب ترویج اوهام و اشاعۀ فساد و تباهی می‌شود؛ بنابراین جامعه به شعبده‌کلامی سوفسطاییان نیازی ندارد و چنین تعلیماتی فقط جوانان آن را به گمراهی می‌کشد (پراتکانیس و آرسون، ۱۳۷۹: ۲۱).

انتقادهای شدید افلاطون از سوفسطاییان و مخالفت‌های فراوانی که در نتیجه این نقدها در آن به وجود آمد، موجب شد تا مقبولیت این طبقه در میان مردم بسیار کاهش یابد و کسانی که تا پیش از این، دانش‌آموخته و عالم تلقی می‌شدند، فریبکار و نیرنگ‌باز شناخته شوند (هوگان، ۲۰۱۲: ۴). از این رو سفسطه بعدها با مفاهیمی چون حيله‌گری و فریبکاری معادل شد و سوفسطایی رفته‌رفته معنایی منفی یافت و حس تنفر و بیزارى از این گروه تا جایی پیش رفت که مردم یونان کتاب‌های پروتاگوراس را در ملاء عام آتش زدند (پراتکانیس و آرسون، ۱۳۷۹: ۲۵۲). در نتیجه‌ی درگیری‌هایی که میان سوفسطاییان و مخالفان خطابه رخ داد، ارسطو به فکر نگارش کتابی افتاد و در حوالی سال ۳۳۰ ق.م «نظر سوفسطاییان و افلاطون را در اولین کتاب جامعی که تا آن زمان درباره‌ی اقناع نوشته شده بود، به نام فن خطابه (Rhetoric) با یکدیگر وفق داد» (همان: ۲۰).

ارسطو معتقد بود «شیوه‌های اقناع (modes of persuasion) تنها اجزای تشکیل‌دهنده فن خطابه است و مابقی مباحث صرفاً در زمره متفرعات این فن قرار می‌گیرد» (ارسطو، ۲۰۱۰: ۳). او بر سه عنصر مهم در فرایند اقناع تأکید می‌کرد؛ سه عنصری که اگر با هم جمع می‌شدند، به عقیده او موفقیت این فرایند را تا حدود خیلی زیادی فراهم می‌کردند. این سه عنصر مهم عبارت بودند از: اعتبار (credibility) و احساس (emotion) و منطق (reason). بخش اعظمی از این کتاب، به منظور تبیین ماهیت این سه عنصر به نگارش درآمد و ارسطو درباره‌ی هر یک از شیوه‌های اقناع، توضیحات مبسوطی داد.

۳. پس از ارسطو

تاریخ اقناع و تاریخ خطابه را از هم جدا نمی‌توان کرد. در حقیقت تا اواخر قرن هجدهم میلادی فقط باید در کتاب‌های فنّ خطابه، هر آنچه را درباره اقناع گفته شده است، جستجو کرد (دایرةالمعارف خطابه، ۲۰۰۶: ۵۹۵). این امر، بی‌تردید نتیجه تأثیر شگرف ارسطوست؛ او بود که برای نخستین بار این دو مفهوم را به طور رسمی در کنار هم قرار داد و ملازم یکدیگر دانست. به تحقیق، تئوری اقناع ارسطو تا سال‌ها تنها نظریه در این زمینه بود و هر کس می‌خواست در این حوزه پژوهش کند، از مراجعه به کتاب خطابه او ناگزیر بود.

پس از افول دولت مقدونیه، حکمت و ادب یونان نیز رفته‌رفته به سقوط و انحطاط گرایید و وقتی اسکندر پدید آمد، آتن دیگر از شوکت و جلال قدیم خود افتاده بود. در این دوره، ذوق و شور قریحه یونانی خاموش شد و شعر و ادب و حکمت این سرزمین، دیگر رونق سابق را نداشت (زرین‌کوب، ۱۳۸۹: ۳۰۰). در این حین، رومیان در ضمن توسعه اراضی خود به یونان رسیدند و با مردم آن دیار آمیزش کردند و با علم و ادب یونانیان آشنا شدند (فروغی، ۱۳۹۰: ۲/۲۰۶). بدین ترتیب، یونان تحت استیلای روم درآمد و مرکز ثقل فرهنگ و تمدن در اروپا جابه‌جا شد و یونان هر چند همچنان مرکز علم و دانش بود، حکمت یونانی رونق سابق را نداشت. در این دوره با ظهور متفکران بزرگی چون دیونیزوس، لونگینوس، سیسرون، کوئینتیلیان، مطالعه درباره خطابه و اقناع وارد مرحله جدیدی شد. از جمله کتاب‌هایی که در این دوره تألیف شد و ذکرش در اینجا ضروری است، رساله در باب نمط عالی (*Peri Hypsous*) است که نام مؤلفش در اصل کتاب به صراحت نیامده، اما از قدیم آن را به لونگینوس، ادیب و حکیم قرن سوم میلادی، منسوب کرده‌اند (زرین‌کوب، ۱۳۸۹: ۳۰۷). در این کتاب، مطالب جدیدی در باب خطابه و اقناع نیامده و طرح کلی کتاب و بسیاری از مندرجات آن از کتاب‌های متداول علمای خطابه اقتباس شده است؛ با وجود این، عده‌ای از پژوهندگان، این رساله را از کتاب خطابه‌ی ارسطو برتر شمرده و بر آن رجحان داده‌اند (همان: ۳۰۹-۳۱۰).

بعد از لونگینوس، ادب و حکمت یونانی تحت نفوذ و استیلای آیین مسیح اندک‌اندک از میان رفت و چیز قابل‌ذکری پدید نیاورد (همان: ۳۰۷). در عوض، در روم، مراکز علمی بی‌شماری به وجود آمد که از آنها خطیبان و نظریه‌پردازان بزرگی برخاستند و در زمینه

فرایند اقناع مباحث مهمی مطرح کردند. مقارن قرن دوم قبل از میلاد، نفوذ و رسوخ حکمت یونانی در روم باعث تذهیب ذوق و قریحه این قوم شد و از این دوره به بعد رومی‌ها به خطابه - که گذشته از مجالس ملی، در محکمه‌ها و دادگاه‌ها نیز بدان احتیاج داشتند - توجه ویژه‌ای کردند. به تدریج سیطره بلامنازع ارسطو که بیش از سیصد سال در تمام اروپا ادامه داشت، با ظهور خطیبان و نظریه‌پردازان رومی چون سیسرون و سنکا و کوئنتیلیان و تاسیت کم‌رنگ‌تر شد و این اندیشمندان نظریه اقناع وی را تکمیل کردند و مباحث تازه دیگری بدان افزودند؛ برای مثال، سیسرون، خطیب مشهور رومی، تحقیقات جامع‌تری درباره سه شیوه مورد توجه ارسطو انجام داد. او در رساله درباره خطیب (*De Oratore*) (که اخیراً انتسابش را بدو شدیداً زیر سؤال برده‌اند) سه شیوه اقناع ارسطو را به شکل دیگری بازگو کرد و در این باره نوشت: «از سه طریق عمده می‌توان مخاطبان را اقناع کرد. این سه شیوه عبارت‌اند از: مجذوب کردن (جا انداختن اعتبار خطیب)، آموختن (عرضه پیام با استدلال درست)، منقلب کردن (مخاطبان را از احساس انباشتن)» (پراتکانیس و آرسون، ۱۳۷۹: ۳۰). سیسرون کتاب‌ها و رسالات بسیار دیگری نیز در این زمینه تألیف کرد و تجربه‌های عملی خود را که هنگام ایراد خطابه به دست آورده بود با خوانندگان در میان گذاشت (همان: ۲۰). او در حقیقت بیشتر جنبه عملی و آموزشی به خطابه بخشید (هوگان، ۲۰۱۲: ۴). پس از سیسرون، کوئنتیلیان (ف ۹۵ م) هم تحقیقات جامعی در این زمینه انجام داد. او در رساله تربیت خطیب (*Institutio Oratoria*) که در اواخر قرن اول میلادی به نگارش درآمد، رابطه خاصی میان اخلاق‌مداری و سخن‌دانی برقرار کرد و خطابه را بیشتر از دیدگاه اخلاقی بررسی کرد. وی در آغاز کتابش نوشت: «خطیب کامل پیش از هر چیز باید انسان شریفی باشد» (دیکسون، ۱۳۸۹: ۲۲). تأکید اصلی کوئنتیلیان در این رساله بر شخصیت اخلاقی سخنران بود. او در آغاز دفتر پایانی کتابش با قاطعیت تمام نوشت: «من نه فقط می‌گویم که خطیب کامل باید انسان شریفی باشد، بلکه ادعا می‌کنم هیچ فردی اگر انسان شریفی نباشد، خطیب نمی‌شود» (همان: ۲۳).

دیگر خطیبان و نظریه‌پردازان رومی هم پس از سیسرون و کوئنتیلیان از آنان پیروی کردند و سخنوران مشهور و کارآمدی را برای مشاجره و مباحثه در فوروم^۱ (*Forum*)

^۱ فوروم، میدانی در شهر روم بود که مردم در آنجا گرد می‌آمدند و درباره مسائل عمومی تبادل نظر می‌کردند. برای تفصیل بیشتر رک. به: ماله، ۱۳۳۲: ۱۳۶-۱۳۸.

تربیت کردند. حتی پس از آنکه فوروم از جوش و خروش افتاد، باز توجه رومی‌ها به فنون و شیوه‌های اقناع ادامه پیدا کرد تا اینکه به تدریج مباحث خطابه (Rhetoric) در اروپا به گفت‌وگو در باب بلاغت (Rhetoric) منتهی شد (هوگان، ۲۰۱۲: ۷-۹).

پس از سقوط جمهوری روم، این سرزمین تبدیل به یک امپراتوری بزرگ شد. امپراتوری‌ای که البته در آن آزادی‌های سابق وجود نداشت و در نتیجه بساط سخنوری سیاسی که تا پیش از آن توسط سیسرون و دیگر خطیبان رومی گرم نگه داشته شده بود، یکسره برچیده شد و خطابه به همین دلیل از این پس بیشتر در مدارس و مکتب‌ها مورد توجه قرار گرفت و از این پس بیشتر دانش‌آموزان به تحلیل و بررسی انواع آن اهتمام کردند. آنها برای تمرین خطابه «گاه در جلد شخصیتی قهرمان یا افسانه‌ای می‌رفتند و از زبان او سخن می‌گفتند و گاه در پیشگاه استاد خطابه‌های زیبای دموستنس (Demosthenes) و سیسرون را از حفظ می‌خواندند» (اندروز، ۱۹۹۲: ۵۹-۶۶). باری تدریس خطابه از مجاری تربیتی آن عصر، چون در عمل و در زندگی حقیقی نمی‌توانست استفاده شود، چندان نتایج ثمربخشی نداشت و در واقع تکرار همان باورهای باستانی بود؛ باورهایی که در عصرهای متوالی، هر یک، از نوازآمده و بازتعریف شدند، اما استمرار ماهوی‌شان تا حدود بسیار زیادی تا اوایل قرن نوزدهم حفظ شد (هوگان، ۲۰۱۲: ۲-۸).

با مسیحی شدن قسطنطین بزرگ، امپراتوری روم (۳۰۶-۳۳۷ م) و پیروزی مسیحیت، دوره‌ای به نام قرون وسطی آغاز شد، که در آن خطابه و سخنوری وارد مرحله جدیدی شد. در نتیجه شیوع کیش ترسایی در اروپا، موضوع خطابه کاملاً تغییر کرد و خطابه‌های مذهبی و دینی رواج تام یافتند. در گوشه و کنار اروپا، واعظان و کشیشان سخنور پدید آمدند که هر یک در اقناع مخاطبان ید بیضا می‌نمودند و برای تبلیغ ملت خود، انواع فنون اقناعی را به کار می‌بستند. در حقیقت، مهم‌ترین نظریه پردازان خطابه و اقناع در این عهد، کشیشان مسیحی بودند. آنان معمولاً بر آرای خطیبان و اندیشمندان یونانی و رومی شرح می‌نوشتند و عقاید ایشان را تلخیص می‌کردند. کلیساها و صومعه‌ها نیز مکانی برای ایراد خطابه و اقناع پیروان مسیح بودند و اگر جسته و گریخته اثری از سخنوری در این دوران دیده می‌شود، از آن کشیشان مسیحی و واعظان و کسانی است که آنها را «آبای کلیسا» می‌نامند (فروغی، ۱۳۹۰: ۲۴۸). تا سده شانزدهم و هفدهم میلادی، سخنوران و خطیبان

حقیقی اروپا، کشیشان و واعظان مسیحی بودند و خطابه‌های دینی در رأس دیگر انواع خطابه قرار داشت؛ بنابراین، تاریخ سخنوری اروپا در این مدت طولانی جزو تاریخ مسیحیت به شمار می‌آید (همان: ۲۴۹).

از اواخر قرن شانزدهم به بعد، به غیر از کشیشان مسیحی، محققان دیگری نیز در مراکز علمی، کتاب‌هایی با موضوع خطابه نوشتند و سعی کردند از این راه، علوم قدیمه یونان و روم را دوباره زنده کنند؛ برای مثال، لئونارد کاکس (Leonard Cox) کتابی با نام فن یا صنعت خطابه (*The art or Craft of rhetorike*) نوشت و توماس ویلسون (Thomas Wilson) در سال ۱۵۵۳ مسیحی، رساله‌ای با عنوان *Art of rhetorique* رسالات دیگری هم به زبان فرانسه به قلم تونکلن (Tonquelin) و کورسل (Courcelles) در سال ۱۵۵۷ منتشر شد (پاشا صالح، ۱۳۳۴: ۱۳-۲۲). با وجود این تلاش‌ها، کتاب‌های آبابی کلیسا و محققان دوره رنسانس، اغلب رونویسی عقاید و باورهای ارسطو و سیسرون و کوئینتیلیان بود و نکته تازه‌ای درباره اقناع یا خطابه در بر نداشت.

از همین دوران، به علت تحولات عمیق فکری و اجتماعی و سیاسی که در اروپای قرن شانزدهم و هفدهم رخ داد، مخالفت با خطابه کم‌کم اوج گرفت و نوعی نگرش منفی به این فن در میان متفکران اروپا رواج یافت (گارستن، ۲۰۰۶: ۱۰). اندیشمندان و پژوهشگران این عهد، تقابل زیادی میان اندیشه واقعی و لفاظی می‌دیدند؛ به همین علت خطابه را - که با بلاغت و سخن‌پردازی ارتباط مستقیم داشت - مانع از انتشار اندیشه واقعی می‌شمردند و آن را به کلی طرد می‌کردند. این دوران که به دروان طرد خطابه (*attack on rhetoric*) معروف است، از اواخر قرن شانزدهم میلادی آغاز شد و تا اواخر قرن هجدهم ادامه داشت (دیکسون، ۱۳۸۹: ۷۷). در این مدت طولانی، خطابه و اصول اساسی آن، که بر پایه فرایند اقناع شکل گرفته بود، تا حدود خیلی زیادی به فراموشی سپرده شد. یکی از عوامل مهم این انتقادات و مخالفت‌ها، استفاده بیش از حد خطیبان و سخنوران قرن شانزدهم از صنایع بلاغی بود، تا جایی که وقتی مبالغه و استفاده بی حد و حساب از کلیشه‌ها و انبوهی از ترفندهای زبانی و تقلید سطحی از سبک سیسرون به اوج خود رسید، فرانسویس بیکن (۱۵۶۱-۱۶۲۶)، فیلسوف نامدار و سیاست‌مدار انگلیسی، در کتاب پیشرفت علم نوشت: «خطیبان بیشتر به لفظ فکر می‌کنند تا به معنا» (همان: ۷۹).

در اواخر قرن هفدهم، فلسفه جان لاک (۱۶۳۲-۱۷۰۴) (Johan Locke) ضربه‌ای به فنّ خطابه زد که احیای دوباره آن سال‌ها طول کشید. لاک شدیداً طرفدار ارجحیت عمل بر حرف بود و اعتقاد داشت خطابه با ایجاد ابهام و ترغیب احساسات بی‌ربط، در ارتباط‌های انسانی اختلال ایجاد می‌کند و نوعی سوءاستفاده از زبان است (همان: ۸۰). به‌غیر از فلسفه جان لاک، هنگامی که پندتو کروچه (۱۸۶۶-۱۹۵۲ م)، فیلسوف و منتقد ایتالیایی، در رساله‌های خود به خطابه حمله کرد، دیگر جایی برای دفاع از آن باقی نگذاشت و در نتیجه چند سال بعد، متفکران دیگر، تجدید نظرهایی اساسی درباره ساختار این فنّ مطرح کردند. کروچه در کتاب *زیبایی‌شناسی (Estetica)* درباره خطابه نوشت: «خطابه هنر آلوده‌ای است، زیرا عواملی را در نظر می‌گیرد، مثل حضور مخاطب، که هیچ ربطی به هنرمند واقعی ندارد» (کروچه، ۱۹۲۲: ۴۳۶).

با وجود تمام انتقادات و حمله‌هایی که در سالیان دراز به خطابه و اقناع شد، در مدارس اروپا این علوم همچنان ارزش خود را حفظ کردند. در بیشتر دبیرستان‌های اروپا تا پیش از جنگ جهانی دوم هنوز کتاب‌های خطابه به دانش‌آموزان تدریس می‌شد و هنوز دانش‌آموزان آثار خطیبان بزرگ را می‌خواندند و مشق خطابه می‌کردند (اندروز، ۱۹۹۲: ۵۹-۶۶).

در اواخر قرن هجدهم و اوایل قرن نوزدهم میلادی، تحقیقات تازه‌ای در این زمینه صورت گرفت؛ برای مثال، رساله‌ای به قلم «های بلیر» (High Blair)، استاد خطابه در دانشگاه ادین برو (Edinburgh)، به نام *درس‌گفتارهایی در مورد خطابه (Lectures on Rhetoric)* منتشر شد که با استقبال بی‌سابقه‌ای همراه بود. همچنین در سال ۱۸۲۸ میلادی، ریچارد واتلی (Richard Whatley) رساله‌ای به نام *عناصر خطابه (Elements of Rhetoric)* تألیف کرد که دایرة‌المعارف بریتانیکا آن را بهترین کتاب معاصر در این موضوع نامید (هوگان، ۲۰۱۲: ۱۱-۱۵). پس از جنگ جهانی دوم، با رشد دانش ارتباطات و روان‌شناسی، هنر اقناع دوباره زنده گشت و از جنبه‌های کاملاً متفاوتی بررسی شد. اقناع در این دوره، دیگر آن ملازمت تنگاتنگ را با خطابه نداشت و عاملی برای ایجاد ارتباط - چه در خطابه و چه در دیگر اقسام هنر - بود. خطابه نیز از جنبه‌های ادبی و اجرایی و زیبایی‌شناختی مورد توجه قرار گرفت و محققان دامنه بررسی این هنر را - که پیش از این

فقط با ادبیات شفاهی سروکار داشت - تا متون منثور گسترده (همان: ۷). در حقیقت، در دوره جدید، خطابه بیش از آنکه با فرایند اقناع شناخته شود، با فلسفه زیبایی‌شناسی شناخته شد و محققانی چون ریچاردز (۱۹۶۵: ۴۷-۸۹) پیوند تازه‌ای میان خطابه و زیبایی‌شناسی برقرار کردند.

در کنار محققان و پژوهشگران معاصر، رشته‌های تازه‌ای چون نقد ادبی و سبک‌شناسی و زبان‌شناسی به وجود آمدند و عهده‌دار تحقیقات گسترده‌ای شدند که پیش از این وظیفه نظریه‌پردازان خطابه بود (دیکسون، ۱۳۸۹: ۹۲). تأثیر روان‌شناختی زبان مجازی، نسبت سخن با واژه یا واژه با شیء، رفتار کلمات در متن، معنای زبان، روابط مفهومی و مفروضات معنا، تحلیل زبان به اجزا، ساختارگرایی و... همه جزو مباحث تازه‌ای بودند که در این علوم با دقت علمی‌ای که شاخصه قرن بیستم و بیست‌ویکم است، بررسی شدند و اقناع توانست با هر یک از این علوم، رابطه متفاوتی برقرار سازد.

۴. رابطه اقناع با ادبیات

ویلیام والاس رابسون^۱ (William Wallace Robson) درباره توصیف بایرون (Byron) از مرگ گلاادیاتور در زیارت چایلد هارولد^۲ می‌نویسد: «این [توصیف]، البته یک خطابه است؛ خطابه‌ای بسیار برجسته» (دیکسون، ۱۳۸۹: ۵-۶). نخستین فکری که پس از خواندن این جمله به ذهن مخاطب خطور می‌کند، به احتمال زیاد این است که میان خطابه و توصیف بایرون چه تشابهی وجود دارد؟ و یا اینکه چرا رابسون از آن توصیف این‌گونه یاد می‌کند؟ و آیا اساساً میان ادبیات و خطابه وجه اشتراکی می‌توان یافت؟ تی.اس. الیوت (۱۹۵۱: ۳۹) معتقد بود که هر اثر ادبی‌ای را که آشکارا نظر به شنونده‌ای عام دارد و سخنانی در راستای اقناع مخاطبان در آن مطرح می‌شود، می‌توان خطابه نامید. اگر از این منظر به

^۱ دکتر رابسون، منتقد و محقق معاصر، در ۱۹۲۳ میلادی در انگلستان زاده شد و در ۱۹۹۳ میلادی در هفتاد سالگی چشم از جهان فرو بست. او یکی از بهترین منتقدان نسل خود بود و با اینکه هیچ مکتب و جریان تازه‌ای را به وجود نیاورد، اما نوشته‌ها و تعلیماتش در دانشگاه تا مدت‌ها الهام‌دهنده خیل عظیمی از علاقه‌مندان به ادبیات بود.

^۲ سفر زیارتی چایلد هارولد، نام یک شعر روایی در چهار بند است که لرد بایرون، شاعر نامدار انگلیسی، سروده است. این شعر که نخستین شعر بلند بایرون به حساب می‌آید، سفرها و تجربیات و اندیشه‌های جوانی بیزار و خسته از زندگی را روایت می‌کند که برای گذران وقت، سفری دور و دراز را در سرزمین‌های بیگانه در پیش می‌گیرد.

خطابه نگاه کنیم و این فنّ را هر نوع کلامی بدانیم که به منظور تأثیرگذاری بر مخاطب به وجود می‌آید، تعریف خطابه چنان گسترش پیدا می‌کند که تقریباً کلّ حوزه گفتار انسان را در بر می‌گیرد؛ زیرا در این صورت بسیاری از گفته‌ها و نوشته‌های ما (حتی در مواقعی که با خودمان سخن می‌گوییم) با آن سازگار درمی‌آید؛ بنابراین با در نظر گرفتن این تعریف، عملکرد خطابه کمتر از عملکرد کلّ مقوله برقراری ارتباط به وسیله زبان نیست و بشر نیز به همین دلیل تا مدت‌ها فرایند اقتناع را مهم‌ترین عامل ایجاد ارتباط تصور می‌کرده است (دایرةالمعارف خطابه، ۲۰۰۶: ۱۳۴-۱۴۶).

نفوذ فراوان خطابه و جایگاه کانونی و تأثیرگذار آن در تعلیم و تربیت در دوران باستان و سده‌های میانه و دوره رنسانس باعث شد تا ادبیات سال‌ها تحت سیطره خطابه قرار گیرد، چنان‌که در بیشتر مواقع، ادبیات در مدارس و مراکز علمی ذیل خطابه بررسی می‌شد و در میان علوم، علم مستقلی به شمار نمی‌رفت (دیکسون، ۱۳۸۹: ۵۴-۵۵). حال آنکه در تدریس کتاب‌های خطابه‌ای که تا آن زمان به نگارش درآمده بودند، بیشتر مثال‌ها و نمونه‌ها از ادبیات و آثار برجسته شاعران و نویسندگان نقل می‌شد و نظریه‌پردازان خطابه آنگاه که می‌خواستند از انواع مختلف توصیف و استدلال و استنتاج و دیگر مسائل مورد بحث در کلاس‌ها نمونه‌هایی ذکر کنند، به آثار هومر و ویرژیل و شکسپیر و دانته مراجعه می‌کردند و این شاعران و نویسندگان را خطیبان حقیقی می‌شمردند (همان: ۶۰-۶۱). با بسط تدریجی تعریف خطابه در دوران باستان، آمیزش خطابه و ادبیات نیز به مرور بیشتر شد و این امر به آمیختگی و امتزاج برخی از ویژگی‌ها و خصوصیات آنها انجامید. نزدیکی ماهیت خطابه به طبیعت ادبیات باعث شد تا سیسرون، خطیب نامدار رومی، در کتاب درباره خطیب (*De Oratore*) بنویسد: «شاعر از بستگان نزدیک خطیب است؛ وزن شعر بر دوشش سنگینی می‌کند، اما در انتخاب کلمات [واژه‌های مهجور، استعاره‌های جسورانه، و مانند آنها] آزادی بیشتری دارد و در استفاده از انواع آرایه‌ها، همراه و - چه بسا - همتای اوست» (همان: ۶۱).

روند تلفیق خطابه با ادبیات در سده‌های میانه با شتاب بیشتری ادامه یافت و بیشتر کتاب‌های خطابه‌ای که در آن دوران به نگارش درآمدند، همان کتاب‌های فنّ شعر بودند (همان: ۶۲). این پیوند تا جایی پیش رفت که جرج پاتنهام (George Puttenham)، نویسنده معروف انگلیسی، در این باره نوشت:

شاعر، قدیمی‌ترین خطیب است؛ زیرا او بود که نخستین بار با اقناع خوب و دل‌پذیر، آدمیزاد وحشی و بهیمی را به اجتماعات عمومی کشاند و با زندگی مدنی آشنا کرد؛ و با قصه‌های شیرین و سخنان رنگارنگ، درس‌ها و اصول سودمند بسیاری به او آموخت. پس، شاعران از ابتدا بهترین قانع‌کنندگان بودند و سخن آنها اولین خطابه جهان بود (همان: ۶۳).

در دوره رنسانس نیز رابطه متقابل ادبیات و خطابه ادامه پیدا کرد و به روشنی در نوشته‌های طنزآلود و تعلیمی و همچنین در نمایش‌نامه‌ها و اشعار غنایی آن دوره جلوه‌گر شد (همان: ۶۸). پیوند و آمیختگی ساختارها و نظام ادبیات و خطابه موجب شد تا عده‌ای از محققان، چگونگی نفوذ و آمیزش عناصر تشکیل‌دهنده خطابه در انواع قالب‌های ادبی را بررسی کنند و رابطه خطابه را با هر عرصه‌ای از زندگی که ادبیات با آن سروکار دارد و بدان شکل می‌بخشد، مشخص سازند؛ برای مثال، ابتدا در اواخر قرن هجدهم میلادی هوگ بلیر (Hugh Blair) و جرج کمپبل (George Campbell) با تکیه بر ذوق و سبک و فرهنگ و نقد ادبی، مطالعه خطابه را با شعر و نمایش‌نامه و تاریخ آمیختند و چهارچوب خاصی برای این نوع مطالعات مشخص کردند (هوگان، ۲۰۱۲: ۶). در نظر این محققان، هیچ تفاوتی میان خطابه شفاهی یا مکتوب وجود نداشت، به همین دلیل عرصه بررسی خطابه بسیار گسترده شد و به ادبیات هم راه یافت (همان). در سده بیستم میلادی، عده دیگری از محققان، آثار تعلیمی و جدلی‌ای را که ماهیت ادبی داشتند، بررسی‌دند و برای بازیابی خطابه در این آثار، شیوه‌های اقناعی که هر شاعر و نویسنده به کار گرفته بود، استخراج و با دقت مطالعه کردند (جوست و اولمستد، ۲۰۰۴: ۳۰۹-۳۷۲). این نهضت سرانجام باعث ظهور نوع خاصی از نقد شد که در قرن بیستم میلادی طرفدارن فراوانی داشت و به نقد رتوریک (rhetorical criticism) موسوم بود. پیروان نقد رتوریک نشان دادند که رابطه خطابه و ادبیات بسیار فراتر از دانش سنتی‌ای است که در این زمینه وجود دارد. این منتقدان به غیر از آنکه بر پیوند خطابه و ادبیات تأکید داشتند، به ماهیت اقناعی این دو فن نیز توجه ویژه‌ای کردند و اساس کارشان را بر پایه این اصل نهادند (مکاریک، ۱۳۹۰: ۳۶۶-۳۷۱). به عبارت دیگر، پیروان نقد رتوریک نشان دادند که برجسته‌ترین عامل موفقیت در خطابه - یعنی فرایند اقناع - در ادبیات هم اهمیت دارد و مطالعه شیوه‌های اقناع - که

مهم‌ترین وظیفه در ایراد خطابه به شمار می‌آید (به زعم ارسطو و دیگر اندیشمندان) - درباره ادبیات نیز به همان اندازه مهم است.

چنین می‌نماید که ماهیت اقتناعی ادبیات، صرفاً ناشی از پیوند نزدیک آن با خطابه نیست. نمی‌توان ویژگی اقتناعی آثار ادبی را منحصرأً نتیجه پیوند خطابه و ادبیات دانست؛ زیرا ادبیات پیش از آنکه با خطابه رابطه داشته باشد، خود تعریف مشخصی دارد و فنّ مستقلی است. باید اذعان کرد که اقتناع در ادبیات، در درجه اول یک خصیصه ذاتی است و از فنّ و هنر دیگری به عاریه گرفته نشده است. غایت اقتناع در ادبیات هدفی عینی (objective) نیست که در خارج وجود داشته باشد، بلکه غایتی ذهنی (subjective) است که در اعماق نفوس مخاطبان تأثیر می‌کند. به همین دلیل مسئله تأثیر شعر و ادبیات در طبایع و نفوس مخاطبان، هم از لحاظ شناخت هنر و هم از لحاظ روان‌شناسی، اهمیت بسیار دارد. لازمه تحقیق در این زمینه، بحث و مطالعه در احوال نفسانی مخاطبان است و از مهم‌ترین فصول نقد روان‌شناسی محسوب می‌شود (زرّین‌کوب، ۱۳۸۹: ۵۶). اما بدون آنکه بخواهیم از نقد روان‌شناسی بهره بگیریم و به ارزیابی تأثیر ادبیات در مخاطبان بپردازیم و همانند ریچاردز «حالت متعادل روانی» (well-balanced psychological states) را نتیجه ماهیت اقتناعی ادبیات بدانیم، می‌توانیم به سادگی و با توجه به اینکه کودکان به تصنیف‌ها و ترانه‌های متداول علاقه نشان می‌دهند و به تقلید و تکرار آنها می‌پردازند و یا اینکه شعر بسیاری از مردم افسرده را به هیجان می‌آورد یا خشم و التهاب مردم خشمگین را می‌نشاند و آنان را به رامش و آستی وادار می‌کند، به این نتیجه برسیم که ادبیات در نفوس تأثیر می‌کند و ذاتاً خصیصه اقتناعی دارد. حتی اگر نخواهیم از این منظر ماهیت اقتناعی ادبیات را اثبات کنیم و آن را ذهنی و انتزاعی بشماریم، راه‌های دیگری نیز هستند که به ما کمک می‌کنند که اقتناع را مجرد از خطابه و در پیوند کامل با ادبیات بدانیم.

شواهد تاریخی و مستندات آماری، از دیگر منابعی‌اند که با استفاده از آنها می‌توانیم اقتناع را با ادبیات پیوند دهیم. براساس همین مستندات، هنوز هم عامه مردم، آثار ارزنده ادبیات جهان و آثار بزرگان ادبیات فارسی را می‌خوانند و هنوز هم آثار ایشان پس از گذشت چندین قرن، لذت و انگیزشی که ممکن بود در فرد قرن ششم و هفتم یا هشتمی به وجود آورند، در انسان قرن بیست‌ویکمی ایجاد می‌کنند و عواطف و احساسات را چنان

که باید، همانند گذشته برمی‌انگیزند. این در حالی است که آثاری که در گذشته در حوزه علوم دینی یا پزشکی یا تاریخ و جغرافیا به نگارش درآمده‌اند، امروزه کمتر خوانده می‌شوند و کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند. با اینکه آثار برجسته دانشمندانی چون ابن‌سینا و اسماعیل جرجانی و رشیدالدین فضل‌الله زمانی در دورترین نقاط دنیای اسلام، مهم‌ترین کتاب‌ها و مهم‌ترین مراجع برای زمینه‌های تحقیقاتی خود بودند، اکنون دیگر چندان معتبر نیستند و با تألیف آثار علمی جدید کم‌وبیش منسوخ شده و فقط اهمیت تاریخی دارند. علت بی‌توجهی به این آثار چیست؟ چرا آثار برجسته شاعران و نویسندگان کلاسیک اکنون در مقایسه با آثار برجسته دانشمندان علوم عقلی یا علوم دینی، مخاطبان بیشتری دارند؟ شاید بهترین و منطقی‌ترین پاسخ به این پرسش‌ها آن است که بگوییم آثار علمی ماهیت اقناعی ندارند، در حالی که ادبیات از این ویژگی که امکان خلود آن را فراهم می‌کند، برخوردار است و بر خلاف خطابه ایراد نمی‌شود، بلکه به صورت مکتوب درمی‌آید. آبروین ادمان (۱۹۳۹: ۳۰) در کتاب *بشر و هنر (Arts and the Man)* پاسخ درخوری به این پرسش‌ها داده است. او در این کتاب، علت اصلی بقای آثار ادبی و هنری را نفوذ و تأثیر جاودان آنها می‌داند، در حالی که به اعتقاد او آثار علمی هیچ‌گاه نفوذ جاودان ندارند و با نقض و رد مسئله‌ای یا اثبات موضوعی، دچار دگرگونی و تحول می‌شوند. ادمان (همان) درباره قدرت تأثیرگذاری و نفوذ اثر هنری، می‌نویسد:

هنر ویژه ادیب و یا هنرمند، به قدرت و توانایی او در تشدید و تبیین و تفسیر یک تجربه حقیقی یا خیالی بستگی دارد. این تجربه، اگر چنان‌که باید به دست هنرمند پرداخته شود، آن‌گاه می‌تواند کنش مخاطبان را برانگیزد و مؤثر واقع شود... در واقع، هنرمند تجربه‌هایی را زنده می‌کند و بدان‌ها معنای دوباره‌ای می‌بخشد که ممکن است به‌ذاتشان سرد و بی‌روح و سطحی باشند. کسانی که با خواندن *عدالت سیاسی (Political Justice)* گودوین (Godwin) به خواب می‌روند، با شعر سیاسی شلی (Shelley) به هیجان می‌آیند و برافروخته می‌شوند، و کسانی که با خواندن قواعد دوستی ارسطو ملول می‌گردند، با مطالعه دیالوگ‌های خوشایند و دل‌پذیر افلاطون در همان موضوع متحول می‌شوند.

در حقیقت، توجه ادمان در مباحثی که پیرامون تقابل علم و ادبیات مطرح می‌کند، حول یک محور و یک اصل می‌چرخد و آن چیزی نیست جز تأکید بر خصیصه اقناعی

ادبیات؛ ویژگی‌ای که دستخوش تغییر و تبدل نمی‌شود و فقط ممکن است با تغییر ذوق و سلیقه مردم، میزان آن افزایش یا کاهش پیدا کند (همان: ۳۱). در مقابل، آثار برجسته علمی - بر خلاف آثار ادبی - خصیصه اقناعی ندارند. این نوع آثار، از ویژگی تجربی و اثباتی بهره می‌جویند؛ خصوصیتی که با گذشت زمان و اکتشافات و تحقیقات جدید، دیری نمی‌پاید و دگرگون می‌شود. به جز این، هدف نویسنده یا شاعر در تألیف یا تصنیف اثر ادبی، در درجه نخست، هدفی زیبایی‌شناختی است؛ بنابراین در ترسیم تجربه حقیقی یا خیالی و زندگی بخشیدن به این تجربه‌ها، باید از ابزاری بهره جوید که مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد و قدرت القای تجربه به تصویر کشیده شده را داشته باشد، حال آنکه مؤلفان آثار علمی و تجربی ابداً چنین هدفی ندارند و فقط اثبات یا ردّ مسئله‌ای را در پیش چشم دارند. در نتیجه، با این توضیحات، قدرت تأثیر و القای یک اثر ادبی، غایت تدوین و نگارش آن است؛ خواه این تأثیر و القا چنان که طرفداران هنر محض می‌گویند، صرفاً محدود و منحصر به انتقال احساسات و عواطف زیبا و خیال‌انگیز باشد، یا القای عواطف و افکار و اندیشه‌های اخلاقی و تربیتی (زرّین‌کوب، ۱۳۸۹: ۵۶). این موضوع، چیزی است که از زمان ارسطو همواره صاحب‌نظران بدان توجه داشته‌اند و بدین‌گونه از دیرباز، شعر و ادبیات را وسیله‌ای برای تهییج عواطف و افکار تلقی کرده و تا کنون علت غایی آن را تأثیر و نفوذ در دل‌ها دانسته‌اند.

۵. نتیجه

در طول تاریخ، روش‌ها و شیوه‌های مختلفی برای جلب توجه و تأثیر بر مخاطبان کشف شده است و اساساً بشر از همان ابتدا در پی کشف علل مرموز تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بوده است. بنابراین، فرایند اقناع و فنون آن پیوسته بخشی از اندیشه انسان را به خود مشغول کرده است. چهارچوب‌های نظری فنون اقناع را نخستین بار ارسطو پی ریخت و در کتاب *خطابه اصول اولیه* اقناع مخاطب را تجزیه و تحلیل کرد. پس از وی، دیگر خطیبان و نظریه‌پردازان چون سیسرون و کوئینتیلیان در این زمینه تحقیق کردند و نظریه اقناع ارسطو را شرح و بسط دادند. به تدریج این مباحث در غرب مورد توجه نظریه‌پردازان بلاغت قرار گرفت و بخش اساسی‌ای از مطالعات آنان را به خود اختصاص داد، و رفته‌رفته

نوع خاصی از بلاغت با عنوان «رتوریک» مطرح شد که اختصاصاً به دنبال توضیح و تبیین کلام مخیّل اقناعی بود. با وارد شدن مباحث رتوریک در بلاغت فرنگی، به فرایند اقناع در مطالعات ادبی نیز بسیار توجه شد و در نتیجه مکتب‌ها و رهیافت‌های تازه‌ای در دنیای ادبیات به وجود آمد.

منابع

- احمدی، محمد (۱۳۹۳)، «شیوه‌های اقناع مخاطب در متون فارسی (بر اساس کلیله و دمنه، منطق‌الطیر، بوستان، گلستان)»، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد در دانشکده ادبیات دانشگاه خوارزمی.
- ارسطو (۱۳۷۱)، فنّ خطابه (رطوریکا)، ترجمه پرخیده ملکی، تهران، اقبال.
- بینگلر، اتولر (۱۳۶۷)، ارتباطات اقناعی، ترجمه علی رستمی، تهران، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- پاشا صالح، علی (۱۳۳۴)، اصول فنّ خطابه، تهران، مؤسسه وعظ و تبلیغ اسلامی.
- پراتکانیس، آنتونی، و البوت آرنسون (۱۳۷۹)، عصر تبلیغات، ترجمه کاووس سیدامامی و محمدصادق عباسی، تهران، سروش.
- حسینی پاکدهی، علی (۱۳۸۱)، مبانی اقناع و تبلیغ، تهران، آن.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۲۵-۱۳۵۲)، لغت‌نامه، تهران، سازمان لغت‌نامه دهخدا.
- دیکسون، پیتر (۱۳۸۹)، خطابه، ترجمه حسن افشار، تهران، مرکز.
- زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۸۹)، نقد ادبی، تهران، امیرکبیر.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۳)، «اقناع، غایت ارتباطات»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۹۳-۱۱۵.
- فروغی، محمدعلی (۱۳۹۰)، آیین سخنوری، تهران، زوآر.
- گیل، دیوید، و ادفر بریجت (۱۳۸۴)، الفبای ارتباطات، ترجمه رامین کریمیان و همکاران، تهران، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- ماله، آلبر (۱۳۳۲)، تاریخ روم، ترجمه غلام‌حسین زیرک‌زاده، تهران، کتاب‌فروشی سینا.
- متولی، کاظم (۱۳۸۴)، افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، تهران، بهجت.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۲)، ارتباط‌شناسی، تهران، سروش.
- معین، محمد (۱۳۶۳)، فرهنگ معین، تهران، امیرکبیر.
- مکاریک، ایرنا ریما (۱۳۹۰)، دانش‌نامه نظریه‌های ادبی معاصر، ترجمه مهران مهاجر و محمد نبوی، تهران، آگه.
- Andrews, Richard (1992), *Rebirth of Rhetoric (Essays in language,*

- culture and education*), London and New York: Routledge Press.
- Aristotle (2010), *Rhetoric*, Trans, W.Rhys Roberts, New York: Pennsylvania State University.
- Croce, Benedetto (1922), *Aesthetic*, Trans, Douglas Ainslie, London: Oxford University Press.
- Edman, Irwin (1939), *Arts and the Man*, New York: Norton & Company, Inc.
- Encyclopedia of Rhetoric*, (2006), Editor-in-Chief Thomas O, Sloane, London: Oxford University Press.
- Eliot, T.S. (1951), *Rhetoric and Poetic Drama*, In *Essays on Poetry and Criticism*, London: Methune.
- Foss, Sonjak. Griffin, cindy (1995), "Beyond Persuasion" (A proposal for an invitational rhetoric), *Communication Monographs*, Volume 62: 2-18.
- Garsten B. (2006), *Saving persuasion: A defense of rhetoric and judgment*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hogan, J. Michael (2012), *Persuasion in the Rhetorical Tradition*, New York: SAGE Publication.
- Hunt, E.L. (1965), *On the Sophists*, In J. Schwartz & J.A. Rycenga (EDs.), *The Province of Rhetoric*, New York: Ronald Press.
- Jost, Walte, and , Wendy Olmsted (2004), *A Companion to Rhetoric and Rhetorical Criticism*, Blackwell Publishing Ltd.
- Leggett, Brian O'C. (2006), *A Rhetorical Approach to Persuasio*. New York: SAGE Publication.
- Lesser, Laurie (2011), *Persuading Your Audience*, USA: Brandeis University.
- Longman Dictionary of Contemporary English* (2009), 5th edition, Pearson Education Limited.
- Minnick, Wayne c. (1957), *The Art of Persuasion*, Cambridge: The Riverside Press.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2012), 8th edition, London: Oxford University press.
- Richards, I.A. (1965), *The Philosophy of Rhetoric*, London: Oxford University Press.