

## اصول و بایسته‌های اخلاقی-ارتباطی مناظره در سیره اهل بیت؛ مورد مطالعه مناظره امام رضا (علیه السلام) با عمران صابی

مریم سادات میری \*

محمد آبخار \*\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۱۰

### چکیده

مناظره از شیوه‌های تبلیغی کارآمد و قالب‌های مورد توجه در حوزه ارتباطات است که در تبلیغات دینی نیز جایگاه ارزنده‌ای دارد. خداوند در قرآن کریم انسان را به جدال احسن دعوت می‌کند که بر اساس آن مناظره بر پایه اخلاقیات برگزار می‌شود. از نقاط عطف در تاریخ اسلام، هجرت حضرت رضا (علیه السلام) از مدینه به خراسان، به دستور مأمون عباسی است. در طول این سفر حضرت به سخنرانی، خطابه و سایر شیوه‌های تبلیغات دینی پرداخته‌اند. مناظرات حضرت رضا (علیه السلام) با صاحبان اندیشه ادیان الهی و غیر الهی در کاخ مأمون عباسی نمونه‌ای ناب از جدال احسن و تبلیغ جامع دین اسلام در برخورد با سایر ادیان است. در یکی از جلسات مناظره، عمران صابی از متکلمین صابئین، در خصوص وحدت الهی وارد مناظره با حضرت رضا (علیه السلام) می‌شود. این پژوهش به بررسی مناظره حضرت رضا (علیه السلام) با عمران صابی به شیوه تحلیلی - توصیفی پرداخته است. پژوهش حاضر از نظریه ۶ مرحله‌ای اقتناع و متغیرهای اصلی متقاعدسازی به‌عنوان چارچوب نظری بهره گرفته است. از نتایج این پژوهش می‌توان به رعایت اخلاقیات و اصول حرفه‌ای مناظره توسط حضرت رضا (علیه السلام) و ایجاد فضای علمی بر پایه مفروضات مخاطب برای انتقال پیام مستدل و به‌دوراز برتری‌جویی و تخریب شخصیت مقابل اشاره کرد. حضرت رضا (علیه السلام) با ایجاد گفتگوی دیالکتیک توجه عمران را به پیام جلب و پس از درک، از پذیرش نتیجه‌گیری پیام در عمران اطمینان حاصل می‌کند. در آخر حضرت با تغییر هوشمندانه کانال انتقال پیام از کلام به عمل، نگرش جدید را به رفتار تبدیل می‌کند.

واژگان کلیدی: تبلیغات، تبلیغات دینی، مناظره، امام رضا (علیه السلام)، عمران صابی، اقتناع

\* دانشجوی کارشناسی‌ارشد فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران، [miri.1428@gmail.com](mailto:miri.1428@gmail.com)  
(نویسنده مسئول).

\*\* دانشجوی کارشناسی‌ارشد فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران، [mohammadaseman@gmail.com](mailto:mohammadaseman@gmail.com)

### مقدمه و بیان مسئله

بهره‌مندی از شیوه‌های ممتاز تبلیغی در اشاعه و معرفی ادیان جایگاهی باسابقه دارد. در اسلام نیز سیره تبلیغی ائمه اطهار (علیهم‌السلام) به‌عنوان الگوی اصلی و خط‌مشی اساسی به جهت معرفی دین، رد اشکالات و ضدتبلیغ‌ها در جهان اسلام و تشیع همیشه مورد توجه متفکران و اندیشمندان بوده است؛ از همین رو بررسی شرایط زمانی هر یک از معصومین (علیهم‌السلام)، آشنایی با شرایط سیاسی و اجتماعی زمان حیات و نحوه عملکردشان، بهترین راهنما جهت رسیدن به یک الگو مناسب تبلیغی بوده و می‌تواند جریان اصلی تبلیغات دینی را در فضای غبارآلود تخریب‌ها، تهمت‌ها و شبهه‌های پیچیده پیرامون دین اسلام به سر منزل مقصود برساند.

لزوم تبلیغ و چگونگی آن از جانب خداوند بر حضرت خاتم (ص) بارها در قرآن کریم اشاره شده و ایشان در طول حیات پربرکتشان، در بزنگاه‌های تاریخی و در جریان‌ات سیاسی و اجتماعی، شیوه تبلیغات و نحوه معرفی اسلام را تبیین کرده‌اند. ائمه معصومین (علیهم‌السلام) نیز با تأسی گرفتن از شیوه تبلیغی پیامبر (ص)، آیات قرآن و علم لدنی‌شان، نسبت به جریان‌ات زمان، تبلیغات دینی را پی گرفته و عملیاتی کرده‌اند. مناظره یکی از شیوه‌های تبلیغی کارآمد و اثرگذار بر جریان فکری مقابل و همچنین شاهدین و ناظرین بر مناظره است. این شیوه از قدمتی طولانی برخوردار بوده و مصادیق پرشماری در تاریخ از آن ثبت شده است. اسلام نیز بر کارآمدی مناظره صحیح، صحه می‌گذارد و از آن به‌عنوان جدال احسن نام می‌برد. روشنگری‌ها، پاسخ به شبهات، روشن شدن زوایای پنهان، پاسخ به سؤالات ریشه‌ای و عمیق از مزایای مناظره است از این رو این نوع شیوه تبلیغی یکی از موفق‌ترین راه‌های ارتباطی از نوع چهره‌به‌چهره بوده و به دلیل وجوه مختلف اثرگذاری (فکری و عاطفی) بر مخاطب، از دیدگاه علم ارتباطات، قابل توجه و ممتاز معرفی شده است. هرچند مناظره همیشه به سمت جدال حسن پیش نمی‌رود و بیان سفسطه‌ها، استدلال‌های باطل و به‌طور کل سخنان به‌دوراز اخلاق و انصاف سبب می‌شود مناظره از مسیر خود خارج شود؛ اما مناظراتی در تاریخ ثبت شده است که می‌تواند به‌عنوان الگو جامع و شیوه اثربخش تبلیغات دینی قلمداد شود؛ برای مثال می‌توان به مناظرات حضرت رضا (علیه‌السلام)

امام هشتم شیعیان در جمع بزرگان و صاحبان اندیشه سایر ادیان الهی و غیر الهی در زمان حضورشان در طوس و کاخ مأمون عباسی اشاره کرد. امام رضا (علیه‌السلام) به دلیل شرایط خاص زندگی‌شان و همچنین سفر تاریخی ایشان از مدینه به خراسان، شیوه خاصی از تبلیغات دینی و روشنگری اسلامی را انجام داده‌اند. مناظره با بزرگان و اندیشمندان علوم و سایر ادیان و همچنین نحوه تعامل با حکومت مأمون عباسی سبب شده است که زندگی امام هشتم (علیه‌السلام) نسبت به سایر ائمه (علیهم‌السلام) تفاوت‌هایی داشته باشد؛ لذا این پژوهش در نظر دارد شیوه تبلیغی امام رضا (علیه‌السلام) در مناظرات و به‌صورت اخص مناظره حضرت رضا (علیه‌السلام) با عمران صابی را مورد بررسی قرار داده و تکنیک‌های به کار رفته در آن را تحلیل نماید. خداوند بارها به پیامبر (ص) نسبت به اهمیت تبلیغ تذکر داده است و در جای‌جای قرآن به اهمیت تبلیغ اشاره شده است؛ به‌طور نمونه در سوره مائده می‌خوانیم: «ای پیامبر! آنچه از طرف پروردگارت بر تو نازل شده است، کامل (به مردم) برسان! و اگر نکنی، رسالت او را انجام نداده‌ای! خداوند تو را از (خطرات احتمالی) مردم، نگاه می‌دارد؛ و خداوند، جمعیت کافران (لجوج) را هدایت نمی‌کند».<sup>۱</sup> (سوره مائده، آیه ۶۷) «ای پیامبر! ما تو را گواه فرستادیم و بشارت‌دهنده و انذار کننده‌آ» (سوره احزاب، آیه ۴۵) شیوه تبلیغی امام رضا (علیه‌السلام) در دوران زندگی ایشان در شهر مدینه بر اساس روش ارشادی، نشستن بر مسند قضاوت و در امتداد شیوه امام موسی بن جعفر (علیه‌السلام) بوده است؛ اما بر اساس تغییرات اجتماعی و سیاسی که در زمان حیات ایشان رخ داده، تغییراتی در شیوه تبلیغی این بزرگوار نسبت به ائمه گذشته دیده می‌شود. از دلایل این تغییرات می‌توان به مسائلی همچون به خلافت رسیدن هارون‌الرشید، امین و مأمون خلفای خاص عباسی، سفر امام رضا (علیه‌السلام) از مدینه تا خراسان (مرو)، ارتباط گسترده حضرت با طیف وسیع و نژادهای مختلف مردم، به‌کارگیری شیوه متفاوت در برابر دستگاه حکومت، علما و دانشمندان در مباحثات و

۱. يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

۲. يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا

افکار عمومی اشاره کرد. مسئله اصلی این پژوهش شیوه تبلیغی امام رضا (علیه‌السلام) در زمان مناظره و الگوی مغلوب ساختن دانشمندان ادیان دیگر است. روش این تحقیق اسنادی کتابخانه‌ای به همراه روش تحلیلی توصیفی است که به بررسی متن مناظره حضرت رضا (علیه‌السلام) با عمران صابی می‌پردازد.

### ۱-چارچوب مفهومی

#### ۱-۱-کلام و انواع بیان اجتماعی

از نظر شیخ مفید، کلام دانشی است که از طریق استدلال، برهان و جدل به طرد باطل می‌پردازد. آنچه در این تعریف بر آن تأکید شده، همان روش علم کلام است که اعم از روش برهانی و جدلی است. در این تعریف از یک‌سو طرد باطل ملازم با اثبات حق است و از سوی دیگر، استدلال را می‌توان استدلال نقلی در نظر گرفت؛ یعنی بعضی مقدمات آن را سخن خداوند یا سنت معصومان تشکیل دهد (بهبانی و صدیقی، ۱۳۰، ص. ۱۳۹۳).

مجادله: جدل، استواری و استحکام سخن همراه با خصم، کشمکش و برتری جویی  
محاجه: از ریشه حجه، باب مفاعله، اعتراض  
مغالطه: غلط، به اشتباه انداختن

خطابه: بیان صحبت و سخن در وجه متکلم و حده، در سه نوع سخنرانی سیاسی، دادگاهی، تشریفاتی و نمایشی

مناظره: از مصدر نظر، دیدن با چشم و نگاه کردن، گفت‌وگوی دوطرفه همراه با استدلال عقلی و منطقی مورد پذیرش دو طرف همراه با مقدمات و اثبات مناظره که اعم از جدل است (چهرقانی، ۱۳۹۸، ص. ۱۸).

#### ۱-۲-مناظره

مناظره در لغت مباحثه کردن درباره حقیقت و ماهیت چیزی، یا باهم سؤال و جواب کردن است (دهخدا، ۱۳۷۷، ذیل واژه مناظره) و به تعبیر دیگر مکالمه و گفت‌وگویی است دوطرفه که هر طرف با استدلال و ارائه براهین سعی می‌کنند برتری و فضیلت خویش را بر دیگری به اثبات رسانند (شمیسا، ۱۳۸۵، ص. ۲۲۴).

هدف اصلی از مناظره آن است که دو طرف گفت‌وگو، به یاری یکدیگر، به کشف

حقیقت نائل آیند و مشکلی را بگشایند.

### ۱-۳-۱- اقناع

از دید جاوٹ و اودانل، اقناع به‌عنوان موضوعی ارتباطی، معمولاً در راستای فرآیند ارتباطی تعریف می‌شود که هدف آن نفوذ کردن است و در این حالت، پیام ترغیبی می‌خواهد یک نظر یا رفتار را به شکلی داوطلبانه به گیرنده ارائه دهد. اودانل و جون کیبل نیز در تعریف اقناع گفته‌اند، اقناع فرآیندی پیچیده، مداوم و دارای کنش متقابل است که در آن فرستنده و گیرنده‌ای با نمادهای شفاهی یا غیرشفاهی به هم پیوند می‌خورند که از طریق آنها اقناع‌کننده می‌کوشد در متقاعدشونده نفوذ کند تا او تغییری را در نگرش یا رفتاری معین بپذیرد؛ زیرا ترغیب‌شونده ادراک‌هایی داشته که گسترش یافته یا تغییر کرده است.

در اینجا اقناع یا ترغیب به‌منزله فعال‌کننده دوسویه عمل می‌کند و هدفش پاسخ‌گویی به نیازهای اقناع‌کننده و اقناع‌شونده است (جاوٹ و اودانل، ۱۳۷۲، ص. ۴۵).

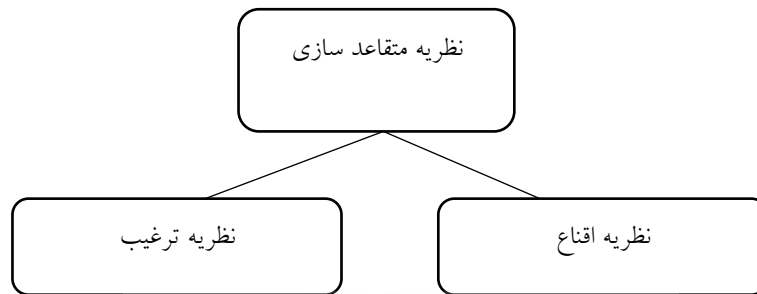
### ۲- مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش در حوزه متقاعدسازی<sup>۱</sup> است. متقاعدسازی فرآیندی است که در تبلیغات به تغییر نگرش مخاطب و در نتیجه تغییر رفتار مخاطب منجر می‌شود. در خلال فرآیند متقاعدسازی، اقناع‌کننده و اقناع‌شونده هر دو پاسخ‌دهنده هستند و آگاهانه برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر کوشش می‌کنند (گیل، ۱۳۸۴، ص. ۲۶۱). در این فرآیند رفتار دو طرف بر اساس بصیرت، تفکر و تفسیر است.

ویژگی الگوهای متقاعدسازی: (حکیم‌آرا، ۱۳۸۴، ص. ۸).

- وجود یک معیار یا هدف
- تلاش برای رسیدن به آن هدف
- وجود میزانی از آزادی، اراده، انتخاب و عمل اختیاری برای متقاعدشونده
- تأثیرگذاری از طریق ارتباط (به‌ویژه از طریق زبان)

• ایجاد تغییر در حالت ذهنی متقاعدشونده



شکل شماره ۱: انواع نظریات متقاعدسازی

حوزه متقاعدسازی را به طور کلی می توان به دو بخش نظریات اقناع و نظریات ترغیب تقسیم بندی کرد که در این مقاله از نظریات حوزه اقناع استفاده شده است. ساروخانی اقناع را این طور شرح می دهد: «اقناع فرایندی طبیعی، مستدل و عقلانی از یک سو، عاطفی و قلبی از سوی دیگر است. در این فرآیند، برخلاف «مسخ» از سادگی یا ناتوانی ذهنی انسان ها سوءاستفاده به عمل نمی آید. درصدد تحمیل اندیشه یا پیام نیز بر نمی آیم. اقناع مستلزم بروز تغییر در ذهن آدمی، پذیرش به خواست، اندیشمندانه و درونی سازی پیام است» (ساروخانی، ۱۳۸۳، ص. ۴۲).

#### ۱-۲-۱- اقناع از نظر کارل هاولند

کارل هاولند اقناع را ایجاد یک عقیده تازه می داند و برای متقاعدسازی شش مرحله اساسی در نظر می گیرد (الیاسی، ۱۳۸۹، صص. ۴۱-۷۱)

۱- در معرض پیام قرار گرفتن؛<sup>(۱)</sup> چنانچه مخاطب آماج پیام را نشنود یا نبیند، هرگز تحت تأثیر آن قرار نخواهد گرفت؛ بنابراین، شرط نخست و اساسی متقاعدسازی آن است که مخاطب در معرض پیام قرار گیرد.

۲- توجه به پیام؛<sup>(۲)</sup> شرط دوم تأثیر پیام بر مخاطب، آن است که او به محتوای پیام

1. Exposure to Message  
2. Attention to Message

توجه کند.

۳- درک پیام؛<sup>(۱)</sup> برای آنکه مخاطب تحت تأثیر پیام قرار گیرد، حداقل باید نتیجه‌گیری مربوط به پیام را درک کند.

۴- پذیرش نتیجه‌گیری مربوط به پیام؛<sup>(۲)</sup> برای آن‌که تغییر نگرش صورت گیرد، لازم است مخاطب نتیجه‌گیری مربوط به پیام را قبول کند.

۵- یادداری نگرش جدید؛<sup>(۳)</sup> چنانچه مخاطب نگرش جدید را فراموش کند پیام قادر به تأثیر گذاشتن به فرد در آینده نخواهد بود.

۶- تبدیل نگرش به رفتار؛<sup>(۴)</sup> چنانچه پیام بر رفتار تأثیر گذارد نگرش جدید می‌تواند رفتار را در موقعیت، هدایت کند.

### ۲-۳- متغیرهای اصلی متقاعدسازی

محققانی همچون مک‌گوایر<sup>(۵)</sup> و دیگران در چارچوب مدل هاولند تحقیقات گسترده‌ای را در زمینه عناصر و متغیرهای<sup>(۶)</sup> اصلی متقاعدسازی به سامان رسانده‌اند. آنها در بررسی‌های خود چهار متغیر اصلی در متقاعدسازی را معرفی کرده‌اند. ۱- منبع پیام؛ ۲- پیام؛ ۳- کانال انتقال پیام و ۴- مخاطب

#### ۱. منبع پیام

به باور روان‌شناسان اجتماعی در تغییر نگرش و فرآیند متقاعدسازی، کسانی بر مخاطبان تأثیر عمیق‌تری می‌گذارند که واجد ویژگی‌های قابل‌قبول از نظر مخاطبان باشند.

یکی از ویژگی‌های منبع مقبول، اعتبار<sup>(۷)</sup> آن است. منظور از اعتبار، صلاحیت علمی منبع و مکنون بودن قصد و نیت او در مجاب ساختن دیگران است.

دومین ویژگی منبع تأثیرگذار جذابیت<sup>(۸)</sup> است. ارونسون<sup>(۹)</sup> اشاره می‌کند که افراد

1. Comprehension of Message
2. Acceptance of Message Conclusion
3. Retention of New Attitude
4. Translation of Attitude to Behavior
5. Mc Guire
6. Variables
7. Credibility
8. Attractiveness
9. Aronson

دارای جذابیت‌های فیزیکی و کلامی بیش از سایر افراد قادرند دیگران را تحت تأثیر قرار دهند و تمایلی درونی در افراد وجود دارد که زیبایی را با کمال یکسان و یا همراه، بپندارند (گنجی، ۱۳۸۱، ص. ۹).

گشاده‌رویی و خوش‌خلقی نیز از دیگر ویژگی‌های منبع اثرگذار است. خنده و مهربانی فاصله روانی بین مخاطبان و پیام‌رسان را از بین می‌برد، در نتیجه، مخاطبان پیام‌های عرضه‌شده توسط منبع پیام را متعلق به خود می‌دانند. خنده، فضای روانی حاکم بر شرایط ارائه پیام را آن‌چنان تغییر می‌دهد که حس خوش‌بینی مخاطبان در آن غالب می‌شود.

شبهت منبع پیام با مخاطبان نیز از دیگر ویژگی‌هایی است که قدرت متقاعدکنندگی منبع پیام را افزایش می‌دهد. به تعبیر ارونسون، مخاطبان وقتی احساس کنند منبع پیام از حیث نژاد، زبان، فرهنگ، حساسیت‌ها و منافع، شبیه خود آنان است تمایل بیشتری برای تأثیرپذیری از او دارند (گنجی، ۱۳۸۱، ص. ۹۸).

پس به‌طور خلاصه می‌توان اذعان داشت که منبع جذاب، متخصص، مقبول، معتبر و خوش‌خلق بیش از سایر منابع قادرند بر مخاطبان تأثیر بگذارند و آنان را مجاب به اجرا یا عدم اجرای یک یا چند رفتار کنند.

## ۲. پیام

نوع پیام بر میزان مجاب شدن مخاطبان تأثیرگذار است. یکی از اولین ویژگی‌های پیام تأکید به موقع آن بر هیجان یا استدلال است. هاولند و همکارانش معتقدند، توسل به هیجان<sup>(۱)</sup> هنگامی مؤثرتر است که مخاطبان تحصیلات کمتری دارند. آنان با موضوع مورد بحث آشنایی چندانی ندارند و از نظر عاطفی کمتر درگیر موضوع شده‌اند؛ بنابراین برای اثرگذاری بر مخاطب عالم و مسلط به موضوع می‌بایست از پیام مستدل بهره برد (گنجی، ۱۳۸۱، ص. ۹۸).

## ۳. کانال انتقال

بر اساس مدل هاولند سومین عنصر دخیل در متقاعدسازی، کانال مورد استفاده در ارائه است. متقاعدسازان همواره با این سؤال اساسی روبه‌رو هستند با چه روش و ابزاری



بهتر می‌توانند مخاطبان خویش را مجاب سازند. انتخاب مناسب کانال انتقال پیام و تغییر به‌موقع آن از جمله عواملی است که در اثرگذاری و اقناع مخاطب اهمیت دارد (گنجی، ۱۳۸۱، ص. ۹۹).

#### ۴. مخاطب

آخرین عنصر مدل متقاعدسازی هاوولد مخاطب است. تحقیقات مختلف، یافته‌های مختلفی را در زمینه انواع مخاطب و ویژگی‌های مخاطبان ارائه داده است. از ویژگی‌های مهم مربوط به مخاطبان توانایی ذهنی آنان، درگیر شدن آنان با موضوع و سن آنها است (گنجی، ۱۳۸۱، ص. ۹۹).

#### ۲-۴- شیوه‌های تبلیغ ائمه (علیهم‌السلام)

ائمه اطهار (علیهم‌السلام) برای تبیین دین مبین اسلام و به‌عنوان حجت خدا بر روی زمین و هدایت بشر مأمور هستند؛ لذا برای هدایت مردم و جامعه شیوه‌های مختلفی از تبلیغ را بسته به شرایط زمانی و مکانی برگزیده‌اند. بر پایه تعلیمات از جدل کردن در دین نهی شده است؛ مگر درجایی که دیگر راهی نمانده باشد. خداوند در آیه ۱۲۵ سوره نحل می‌فرماید: «با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت نما! و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن! پروردگارت، از هرکسی بهتر می‌داند چه کسی از راه او گمراه شده است؛ و او به هدایت‌یافتگان داناتر است»<sup>۱</sup>.

خداوند در این آیه از جدال احسن سخن به میان می‌آورد. مفهوم این عبارت آن است که: الفاظ باید مؤدبانه، لحن سخن دوستانه، محتوای آن مستدل، آهنگ صدا خالی از فریاد و جنجال و هرگونه خشونت و هتک احترام، همچنین حرکات بدن که مکمل بیان انسان هستند، همه باید در همین شیوه و روش، انجام گیرد؛ چراکه هدف از بحث و مجادله، برتری جوئی در بحث نیست بلکه هدف، تأثیر کلام و نفوذ سخن در اعماق روح مخاطب است. بر اساس آیه، اقناع عقل و فکر مخاطب به‌تنهایی کافی نیست بلکه عواطف هم که نیمی از وجود انسان را تشکیل می‌دهد نیز باید اقناع شود؛ از همین رو اهل بیت علیهم‌السلام و به‌ویژه امام رضا (علیه‌السلام) تمامی مناظرات خود را بر پایه

۱. ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

مجادله احسن به عنوان ریشه قرآنی و چارچوب تعیین شده خداوند برای مناظره بنا نهاده‌اند.

در زیر، شاخص‌ترین شیوه‌های تبلیغی هر کدام از ائمه هدی (علیهم‌السلام) تا حضرت رضا (علیه‌السلام) بیان شده است (واسعی، ۱۳۸۶، ص. ۲۹۵).

پیامبر اکرم (ص)	دعوت لسانی، رفع شبه‌کلامی و بهره‌گیری از منبر و خطابه
امام علی (علیه‌السلام)	تبلیغ عملی و نمود عینی موارد تبلیغی، عمل‌گرایی
امام حسن (علیه‌السلام)	فضای بسیار محدود، صلح حدیبیه، خفقان شدید
امام حسین (علیه‌السلام)	قیام عاشورا، جهاد عملی
امام سجاد (علیه‌السلام)	زنده نگاه داشتن عاشورا و ابلاغ پیام‌های آن با برگزاری جلسات محدود روضه‌خوانی
امام باقر (علیه‌السلام)	آغاز دوباره تبلیغات کلامی و تربیت مبلغ
امام صادق (علیه‌السلام)	اوج تربیت شاگرد و برگزاری کلاس‌های عظیم دینی، تربیت ۴۰۰۰ شاگرد
امام کاظم (علیه‌السلام)	خفقان دوران هارون‌الرشید و فزونی شجره طیبه سادات و تقویت نظام وکالت
امام رضا (علیه‌السلام)	مباحثه، مناظره، منبر و کلمات حکیمانه در جهت احیای مرجعیت علمی

#### جدول شماره ۱- برجسته‌ترین شیوه‌های تبلیغی ائمه علیهم‌السلام

##### ۵-۲- عصر رونق علمی

در دوره عباسیان بیان مسائل کلامی و عقلی و فلسفی پررونق و گرایش عمومی در جامعه به عقل‌گرایی بیشتر بود. معتزله در این بستر اجتماعی شکل گرفت و مورد حمایت خلیفه عباسی واقع شد. این گرایش‌ها، جامعه را نیز تحت تأثیر قرار می‌داد تا مردم نیز به این علم گرایش داشته باشند. امام رضا (علیه‌السلام) نیز در این دوره شیعه را از جهت تعقل، تقویت می‌کرد.

با ترجمه متون فلسفی یونان و روم باستان، گسترش نژادها و قومیت‌ها در زمان فتوحات، تحریکات بالای اجتماعی و دگرگونی جهان‌بینی، گسترش تبلیغات مسیحی و یهودی به دلیل آزادی بیشتر، گسترش مذاهب و فرق واقفیه سه، چهار، پنج، شش و هفت امامی، گسترش گزافه‌گویان و غلوگویان، گسترش جنبش‌های مشبهه، مفوضه، حلولیه، متصوفه، معتزله و اشاعره و همچنین تأسیس بیت‌الحکمه افکار فلسفی و عقلی به جهان اسلام وارد شد همین امر علمای اسلامی را به تکاپو واداشت تا پاسخ این

شبهات و سؤالات را بیابند (احمدی بیرجندی، ۱۳۷۷، ص. ۶۲).  
حضرت رضا (علیه‌السلام) که نام مبارک ایشان علی و کنیه آن حضرت ابوالحسن و مشهورترین لقب ایشان «رضا» می‌باشد تا قبل از هجرت به مرو در مدینه زادگاهشان، ساکن بودند و به هدایت مردم و تبیین معارف دینی و سیره نبوی می‌پرداختند. مدت امامت امام هشتم در حدود بیست سال است که می‌توان آن را به سه بخش اصلی تقسیم کرد. ده سال اول امامت آن حضرت، هم‌زمان با زمامداری هارون و پنج سال بعد از آن مقارن با خلافت امین بود. پنج سال آخر امامت آن بزرگوار نیز مصادف با خلافت مأمون و تسلط او بر قلمرو اسلامی آن روز بود (فضل‌الله، ۱۳۸۵، ص. ۲۱).

امام رضا (علیه‌السلام) در این دوره از اسلام اصیل و اندیشه‌های ناب پیامبر اکرم (ص) دفاع و با استفاده از ابزارها و مقتضیات زمان، این وظیفه الهی خود را عملی کرد. امام با این زمینه می‌خواست تصویر روشنی از اسلام ناب برای مردم ارائه کند که از چند روش بهره برد:

۱- پاسخگویی به شبهات علمی و عقیدتی مردم در زمینه‌های مختلف ۲- برگزاری جلسات علمی و تربیت شاگردان و نخبگان که حافظ و ناشر میراث علمی و عملی معصومان بودند ۳- شرکت در مناظرات علمی و کلامی که با حضور رهبران مذاهب و ادیان فراهم می‌شد. ۴- دفاع از سلسله امامت در برابر شبهات واقفیان (کسانی که امامت امام رضا را قبول نکرده و باور به زنده بودن امام کاظم (علیه‌السلام) داشتند) ۵- مواضع کلامی در برابر مأمون ۶- ارتباط با مردم و حضور در جمع آنها (مصطفوی، ۱۳۶۵، ص. ۳۸۳).

#### ۶-۲- ویژگی‌های مناظره امام رضا (علیه‌السلام) در جلسات علمی

همان‌طور که قبلاً بیان شد یکی از روش‌های تبلیغی امام رضا (علیه‌السلام) در شرایط زمانی‌شان مناظره و رفع شبهات بود. ایشان برای این کار از روش‌های متعددی استفاده می‌کردند که در زیر به تعدادی از آنها اشاره شده است:

۱. استفاده از روش‌های عقلی و استدلالی؛

۲. تکیه بر اصول مشترک بین ادیان؛

۳. به‌کارگیری فصاحت در گفتار؛

۴. تکریم طرف مناظره؛
۵. تفویض مسئولیت به تازه مسلمانان در پاسخ‌گویی به شبهات؛
۶. عنایت به احکام الهی؛
۷. استفاده از نیروی تصرف در امور طبیعی برای اثبات حقانیت خداوند و اسلام؛
۸. تسلط بر علوم و زبان‌های مختلف؛
۹. داشتن سعه صدر؛
۱۰. توجه به مقتضای جلسه مناظره؛
۱۱. استناد به منابع قابل قبول طرف مناظره؛
۱۲. آزادگی و روحیه علمی؛
۱۳. تسلط و رعایت آرامش و انصاف.

### ۳- معرفی مورد مطالعه

عمران صابی عالم دین صابئین از ادیان غیر الهی دوران جاهلیت در شبه جزیره عربستان است. عمران مسلط بر علم کلام و مباحثه‌کننده زبده با علمای ادیان مختلف به‌ویژه اسلام در تمامی مذاهب آن دوران بوده است. وی در زمان امام رضا علیه‌السلام در مصر، الجزایر، عراق عرب و عراق عجم جلسات مباحثه برگزار می‌کرد که به گفته کتب تاریخی در بسیاری از مباحث و مناظرات پیروز بود.

مناظره امام رضا (علیه‌السلام) با عمران صابی در حدیثی آمده است که در آن، او با عالمان ادیان مختلف مناظره کرده است. حسن بن محمد نوفلی، راوی این حدیث، داستان شکل‌گیری مناظره را این‌گونه شرح داده است: وقتی امام رضا از مدینه به مرو نزد مأمون، خلیفه عباسی رفت، مأمون عالمان و متکلمان ادیان مختلف، از جمله جاثلیق (بزرگ مسیحیان)، رأس‌الجالوت (بزرگ یهودیان)، بزرگان صابئین و هربذ (بزرگ زرتشتیان) را جمع کرد و از آنان خواست با امام رضا (علیه‌السلام) مناظره کنند، سپس مأمون به امام رضا (علیه‌السلام) گفت اگر تمایل دارد، در مناظره شرکت کند. امام رضا (علیه‌السلام) این پیشنهاد را پذیرفت و فردای آن روز نزد مأمون رفت. امام رضا (علیه‌السلام) در این مناظره پس از بحث با جاثلیق، رأس‌الجالوت و هربذ و محکوم

کردنشان رو به جمع می‌گوید اگر کسی مخالف اسلام است، سؤالاتش را مطرح کند. در این هنگام، عمران صابی می‌گوید در خصوص وحدانیت (یکی بودن خدا) با متکلمان بسیاری در کوفه و بصره و شام و جزیره بحث کرده و هیچ‌یک نتوانسته‌اند آن را اثبات کنند (شیخ صدوق، ۱۳۹۳، ص. ۱۶۸). او از امام رضا (علیه‌السلام) می‌خواهد در این زمینه با او گفت‌وگو کند و امام رضا (علیه‌السلام) می‌پذیرد. سؤالات عمران از امام (علیه‌السلام) بدین شرح است:

اولین موجود در هستی چه چیزی است؟

آیا آن موجود، به‌خودی‌خود، نزد خود، معلوم است؟

آفرینش خدا چگونه است و آفرینش چه معناها و اقسامی دارد؟

آیا با آفرینش، در خدا تغییری ایجاد می‌شود؟

ما به‌وسیله چه چیزی، به وجود خدا پی می‌بریم؟

خدا چیست؟

آیا خداوند در مخلوقات است یا مخلوقات در اویند؟

آیا وحدانیت (یکی بودن) خداوند با شناخت ذاتش دانسته می‌شود یا با شناخت

اوصافش؟

خدا در چه چیزی قرار دارد؟ آیا چیزی او را احاطه کرده است؟ و آیا از جایی

به‌جای دیگری تغییر مکان می‌دهد؟ (شیخ صدوق، ۱۳۹۳، صص. ۱۶۹-۱۷۶).

#### ۴-تحلیل داده‌ها

در بررسی مناظره حضرت رضا (علیه‌السلام) با عمران صابی درمی‌یابیم که حضرت با هدف اقناع مخاطب، از مسیر جدال احسن در تلاش است مخاطب به سلامت بحث، احترام فی‌مابین و چارچوب یک مناظره تمام‌عیار پی برده و او نیز در همین مسیر حرکت کند و درنهایت پذیرش و اقناع به شکل یک باور قلبی و ایمانی متبلور شود. لازم به ذکر است که عمران صابی در پایان مناظره با حضرت رضا (علیه‌السلام) شهادتین را بر زبان جاری کرده و مسلمان می‌شود. این بحث خود نشان‌دهنده اثرگذاری عمیق و اقناع کامل مخاطب از مسیر جدال احسن و کسب نتیجه مطلوب است. در این مقاله مناظره حضرت رضا (علیه‌السلام) بر اساس ۶ مرحله اقناع و

متغیرهای اصلی متقاعدسازی در نظریه هاولند مورد بررسی و تطبیق قرار گرفته است و از تحلیل داده‌ها نتایج حاصل شده در دو جدول مجزا ارائه شده است:

جدول توصیفی بر اساس ۶ مرحله اقتناع هاولند		
توضیحات	گزاره‌ها	۶ مرحله نظریه اقتناع هاولند
عمران صابی در مجلس مناظرات امام (علیه‌السلام) حاضر بود بنابراین در معرض پیام‌های امام قرار گرفته است.	فَقَالَ الرَّضَاعُ يَا قَوْمُ إِنْ كَانَ فِيكُمْ أَحَدٌ يُخَالِفُ الْإِسْلَامَ وَ أَرَادَ أَنْ يَسْأَلَ فَلْيَسْأَلْ غَيْرَ مُحْتَشِمٍ (حضرت خطاب به جمعیت فرمودند: اگر در بین شما، کسی مخالف اسلام هست و می‌خواهد سؤال کند، بدون خجالت و رودربایستی سؤال کند)	در معرض پیام قرار گرفتن
امام (علیه‌السلام)، عمران را مورد خطاب قرار می‌دهد و قبل از آنکه عمران خود را معرفی کند نام عمران را می‌برد.	قَالَ الرَّضَاعُ إِنْ كَانَ فِي الْجَمَاعَةِ عِمْرَانُ الصَّابِيُّ فَأَنْتَ هُوَ (حضرت فرمودند: اگر در بین جمعیت عمران صابی حاضر باشد، حتماً تو هستی)	
امام (علیه‌السلام) عمران را دعوت به سؤال کردن می‌کند و او را برای ادامه مناظره ترغیب می‌کند.	قَالَ سَلْ يَا عِمْرَانُ (حضرت فرمودند: بپرس) دَعَا بِعِمْرَانَ فَقَالَ سَلْ يَا عِمْرَانُ (عمران را فراخوانده، فرمودند: سؤال‌هایت را عنوان کن) أ فَهَمْتَ قَالَ نَعَمْ يَا سَيِّدِي زِدْنِي (آیا فهمیدی؟ گفت: بله بیشتر توضیح بدهید)	
با وجود جمعیت زیادی که در مکان مناظره حضور دارد و همه می‌دانند که مخاطب امام (علیه‌السلام) عمران است، امام (علیه‌السلام) در طول مناظره عمران را مورد خطاب قرار می‌دهد.	قَالَ سَلْ عَمَّا أَرَدْتَ (حضرت فرمودند: سؤال کن آنچه می‌خواهی) قَالَتْ هَذَا يَا عِمْرَانُ (آیا این مطالب را می‌فهمی ای عمران؟) أَسْنَدْتَ عَلَيَّ قَوْلَكَ وَ دَعَوَاكَ يَا عِمْرَانُ (أ فَهَمْتَ يَا عِمْرَانُ) أ فَهَمْتَ يَا عِمْرَانُ (آیا فهمیدی ای عمران؟)	

<p>عمران در مناظره با امام (علیه‌السلام) اشاره می‌کند که در پی پاسخ سؤالات خود به شهرها و کشورهای مختلف رفته و جوابی نیافته و به همین دلیل به این مجلس آمده است.</p>	<p>فَلَقَدْ دَخَلْتُ بِالْكَوْفَةِ وَالْبَصْرَةَ وَالشَّامَ وَالْجَزِيرَةَ وَلَقِيتُ الْمُتَكَلِّمِينَ فَلَمْ أَقْعُ عَلَى أَحَدٍ يُثَبِّتُ لِي وَاحِدًا لَيْسَ غَيْرَهُ فَأِنَّمَا بَوَّحَدَانِيَّتِهِ (من به کوفه، بصره، شام و جزیره سفر نموده، با متکلمین بسیاری برخورد کرده‌ام، ولی کسی را نیافته‌ام که بتواند وجود «واحد»ی را که غیر از او کس دیگری قائم به وحدانیت نباشد، برایم ثابت کند)</p>	
<p>عمران برای مطرح کردن سؤال خود از امام (علیه‌السلام) اجازه می‌گیرد.</p>	<p>أَفَتَأْتَانِي لِي أَنْ أُسْأَلَكَ (آیا اجازه پرسش به من می‌دهی؟)</p>	<p>توجه به پیام</p>
<p>امام (علیه‌السلام) در ابتدای مناظره و قبل از پاسخ هر سؤال بر دقت صابی به جواب تأکید می‌کند.</p>	<p>فَقَالَ لَهُ سَأَلْتَنِي فَأَفْهَمُ (سؤال کردی، پس خوب دقت کن). قَالَ وَاعْلَمْ يَا عِمْرَانُ (حضرت ادامه دادند و بدان ای عمران) قَالَ قَدْ سَأَلْتَنِي فَأَعْلَمُ (اکنون خوب دقت کن تا بفهمی) قَالَ الرِّضَاعُ وَاعْلَمْ (حضرت رضاع فرمودند و بدان) قَالَ الرِّضَاعُ أَخْبِرْكَ يَا عِمْرَانُ فَأَعْقِلُ (خوب در جواب من دقت کن و آن را بفهم ای عمران)</p>	
<p>امام (علیه‌السلام) به صابی تذکر می‌دهد که در جریان مباحثه اعتدال را رعایت کن، درک درستی از پیام داشته باش و از کلمات ناموزون انحراف از اصول انصاف پرهیز کن.</p>	<p>قَالَ سَلْ يَا عِمْرَانُ وَعَلَيْكَ بِالنِّصْفَةِ وَإِيَّاكَ وَالْخَطْلَ وَالْجَوْرَ (حضرت فرمودند: پرس، ولی انصاف را از دست مده و از سخن باطل و فاسد و منحرف از حق پرهیز) فَاعْقِلْ ذَلِكَ وَابْنِ عَلَيْهِ مَا عَلِمْتَ صَوَابًا (این را خوب بفهم و دانسته‌های صحیح خود را بر آن اساس قرار بده). قَالَ الرِّضَاعُ إِيَّاكَ وَقَوْلَ الْجُهَالِ مِنْ أَهْلِ الْعَمَى وَالضَّلَالِ (حضرت فرمودند: مبادا سخنان جاهلان گمراه و کوردل را بر زبان آری) قَالَ الرِّضَاعُ أَخْبِرْكَ يَا عِمْرَانُ فَأَعْقِلْ مَا سَأَلْتَنِي عَنْهُ فَإِنَّهُ مِنْ أَعْمَاضِ مَا يَرُدُّ عَلَى الْخَلْقِ فِي مَسَائِلِهِمْ وَلَيْسَ يَفْهَمُ الْمُتَفَاوِتَ عَقْلُهُ الْعَازِبُ حِلْمُهُ وَلَا يَعْجِزُ عَنْ فَهْمِهِ أَوْلُو الْعَقْلِ الْمُتَّصِفُونَ (حضرت فرمودند: این مطلب از پیچیده‌ترین نکاتی است که مورد سؤال مردم می‌باشد؛ و کسانی که دچار کاستی در عقل و فقدان علم (فهم) هستند، آن را نمی‌فهمند؛ و در مقابل، عقلای منصف از درک آن عاجز نیستند. پس خوب در جواب من دقت کن و آن را بفهم ای عمران)</p>	<p>درک پیام</p>

<p>امام (علیه السلام) در هر مرحله از درک پیام خود نزد عمران سؤال می‌کند.</p>	<p>تَعْلَلْ هَذَا يَا عِمْرَانُ قَالَ نَعَمْ وَاللَّهِ يَا سَيِّدِي (آیا این مطالب را می‌فهمی؟ گفت بله سرورم)          أ فَهِمْتَ يَا عِمْرَانُ قَالَ نَعَمْ وَاللَّهِ يَا سَيِّدِي (آیا فهمیدی ای عمران؟ گفت: آری ای سرور من)          أ فَهِمْتَهُ قَالَ نَعَمْ (آیا فهمیدی؟ گفت: بله)          أ فَهِمْتَ قَالَ نَعَمْ يَا سَيِّدِي زِدْنِي (آیا فهمیدی؟ گفت: بله بیشتر توضیح بدهید)          أ فَهِمْتَ يَا عِمْرَانُ قَالَ نَعَمْ يَا سَيِّدِي قَدْ فَهِمْتُ (آیا فهمیدی عمران؟ گفت: بله سرورم، فهمیدم)</p>	
<p>عمران به پذیرش وحدانیت خداوند قبل از سؤال آخر اذعان می‌کند.</p>	<p>قَالَ عِمْرَانُ يَا سَيِّدِي أَشْهَدُ أَنَّهُ كَمَا وَصَفْتَ (عمران گفت: سرورم شهادت می‌دهم که او همان‌گونه است که وصفش نمودی)</p>	<p>پذیرش نتیجه‌گیری مربوط به پیام</p>
<p>عمران اعتراف می‌کند که من در آستانه اسلام آوردن هستم و بحث را ادامه بدهید</p>	<p>فَقَالَ عِمْرَانُ يَا سَيِّدِي لَا تَقْطَعْ عَلَيَّ مَسْأَلَتِي فَقَدْ رَقَّ قَلْبِي (عمران گفت: مولای من، سؤال مرا قطع نکن. دلم نرم شده است.)</p>	
<p>امام (علیه السلام) با تأکید بر حفظ مقبولیات عمران و تأکید بر یادداری نگه داشتن آنها در ذهن مناظره را ادامه می‌دهند.</p>	<p>فَاعْقِلْ ذَلِكَ وَابْنِ عَلَيْهِ مَا عَلِمْتَ صَوَابًا (این را خوب بفهم و دانسته‌های صحیح خود را بر آن اساس قرار بده).          لَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ أَخْبِرْنِي (حال به حول و قوه الهی برایت توضیح خواهم داد)</p>	<p>یادداری نگرش جدید</p>
<p>امام (علیه السلام) بعد از اذعان عمران به نرم شدن قلبش برای پذیرش وحدانیت خداوند؛ برای توضیح بیشتر به آیات قرآن استناد می‌کنند.</p>	<p>وَذَلِكَ قَوْلُهُ عَزَّ وَجَلَّ "وَمَنْ كَانَ فِي هَذِهِ أَعْمَى فَهُوَ فِي الْآخِرَةِ أَعْمَى وَأَضَلُّ سَبِيلًا" و این آیه شریفه، به این مطلب اشاره دارد: و هرکس در این جهان کور باشد، در آخرت نیز کور است و گمراه‌تر (سوره اسراء، آیه ۷۲).</p>	
<p>امام در پاسخ به شکوفایی علمی عمران، در حین مناظره و در وقت نماز اقدام عملی کرده و نماز را اقامه می‌کنند.</p>	<p>ثُمَّ أَلْتَفَتَ إِلَى الْمَأْمُونِ فَقَالَ الصَّلَاةُ قَدْ حَضَرَتْ (سپس رو به مأمون نموده، فرمودند: وقت نماز شده است)          قَالَ الرِّضَاعُ نُصَلِّيْ وَنَعُوذُ فَهَضَّ (فرمودند: نماز می‌گذاریم و بازمی‌گردیم، سپس برخاستند)</p>	<p>تبدیل نگرش به رفتار</p>



<p>عمران به یکتایی خداوند و بعثت محمد (ص) بعد از مناظره گواهی می‌دهد و شهادتین را بر زبان جاری می‌سازد.</p>	<p>أَشْهَدُ أَنْ اللَّهَ تَعَالَى عَلَى مَا وَصَفَتْ وَ وَحَدَّثَتْ وَأَشْهَدُ أَنْ مُحَمَّدًا ص عَبْدُهُ الْمُبْعُوثُ بِالْهُدَى وَ دِينَ الْحَقِّ (گواهی می‌دهم که خداوند تعالی همان‌گونه است که توضیح دادی و به یکتایی وصفش نمودی و گواهی می‌دهم که محمد بنده اوست که به نور هدایت و دین حق مبعوث شده است)</p>	
<p>عمران در پایان مناظره بدون بیان سؤال و طرح موضوع جدیدی تسلیم امام (علیه‌السلام) می‌شود و اسلام می‌آورد.</p>	<p>ثُمَّ خَرَّ سَاجِدًا نَحْوَ الْقِبْلَةِ وَ أَسْلَمَ (آنگاه رو به قبله، به سجده افتاده، اسلام آورد.)</p>	

جدول شماره ۲: جدول توصیفی تطبیق ۶ مرحله اقتناع هاوند و مناظره حضرت رضا (ع) با عمران صابی

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود حضرت رضا (علیه‌السلام) از زمان در معرض پیام قرار گرفتن مخاطب تا آخرین مرحله یعنی تبدیل نگرش در رفتار مخاطب در پی اقتناع بوده و در نهایت نیز با اعتراف عمران صابی به قبول نقطه نظرات حضرت (علیه‌السلام) مناظره پایان می‌یابد.

با بررسی گزاره‌ها از منظری دیگر درمی‌یابیم که حضرت رضا (علیه‌السلام) دو راهبرد کلی در مناظره را پی گرفته‌اند. این راهبردها می‌تواند در دنیای امروز به‌عنوان باید و نبایدهای رعایت شده در مناظره مورد توجه قرار گیرند. می‌توان این دو راهبرد را در دو بخش اصول اخلاقی و اصول حرفه‌ای تقسیم‌بندی کرد:

پروژه نگاه علوم انسانی و معارف تربیتی  
پرتال جامع علوم انسانی

جدول هنجاری تطبیق ۴ عنصر اصلی متقاعدسازی هاوولد			
توضیحات	مصادیق	گزاره‌ها	راهبرد کلان حضرت رضا در مناظره
امام (علیه‌السلام) در ابتدای مناظره موضوع مورد بحث را با صراحت عنوان می‌کنند.	فَقَالَ الرَّضَاعُ يَا قَوْمَ إِن كَانَ فِيكُمْ أَحَدٌ يُخَالِفُ الْإِسْلَامَ وَ أَرَادَ أَنْ يَسْأَلَ فَلَيْسَ أَلْغَيْرِ مُحْتَسِمٍ (حضرت خطاب به جمعیت فرمودند: اگر در بین شما، کسی مخالف اسلام هست و می‌خواهد سؤال کند، بدون خجالت و رودربایستی سؤال کند)	شفاف‌سازی موضوع مناظره (مکنون بودن قصد و نیت منبع)	
امام (علیه‌السلام) قبل از شروع بحث، قالب چارچوب مناظره که بر پایه جدال احسن استوار بود را برای عمران مشخص می‌کنند.	قَالَ سَلْ يَا عُمَرَانُ وَعَلَيْكَ بِالصَّفَةِ وَإِيَّاكَ وَالْخَطْلَ وَالْجَوْرَ (حضرت فرمودند: پرس، ولی انصاف را از دست مده و از سخن باطل و فاسد و منحرف از حق بپرهیز)	مرزبندی مناظره و دعوت مخاطب به جدال احسن (تأکید بر ارائه پیام استدلالی)	
امام (علیه‌السلام) حق پرسش را برای شروع بحث به عمران واگذار می‌کنند.	قَالَ سَلْ عَمَّا بَدَأَ لَكَ (آنچه می‌خواهی بپرس)	اعطای حق تقدم به مخاطب (جذابیت کلامی)	اصول اخلاقی
امام (علیه‌السلام) در طول مدت مناظره به تمام پرسش‌ها، پاسخی درخور فحوای کلام پرسشگر می‌دهند؛ چراکه عمران بعد از شنیدن پاسخ شبهه‌ای درباره پاسخ‌ها وارد نمی‌کنند.		توجه به محتوای پیام گوینده (اعتباربخشی)	
امام (علیه‌السلام) نسبت به رعایت حدود سخن حساس بودند و از پرداختن به موضوعات خارج از بحث اجتناب می‌کنند.	وَلَيْسَ لَكَ عَلَى أَكْثَرِ مَنْ تَوَحَّيْدِي إِيَّاهُ (به جز بیان و اثبات وحدانیت او بیان چیزی دیگر بر من واجب نیست.)	رعایت حد سخن (جذابیت کلامی)	

<p>امام (علیه‌السلام) مناظره را به زبان عربی که زبان عمران نیز هست، انجام دادند.</p>	<p>-</p>	<p>استفاده از زبان مستعمل مخاطب (شبهات منبع پیام)</p>	
<p>برخورد امام (علیه‌السلام) با عمران به نحوی بود که او برای شروع و ادامه مناظره اشتیاق داشت.</p>	<p>﴿قَالَ الرَّضَاعُ يَا قَوْمَ إِنْ كَانَ فِيكُمْ أَحَدٌ يُخَالِفُ الْإِسْلَامَ وَ أَرَادَ أَنْ يَسْأَلَ فَلْيَسْأَلْ غَيْرَ مُحْتَشِمٍ﴾ (حضرت خطاب به جمعیت فرمودند: اگر در بین شما، کسی مخالف اسلام هست و می‌خواهد سؤال کند، بدون خجالت و رودربایستی سؤال کند)</p>	<p>برخورد محبت‌آمیز (گشاده‌رویی و خوش‌خلقی)</p>	
<p>امام (علیه‌السلام) در پاسخ‌دهی با طمأنینه سخن می‌گویند و بعد از اتمام هر پاسخ منتظر سؤال بعدی عمران می‌شوند.</p>	<p>-</p>	<p>حلم و بردباری در طول زمان مباحثه (گشاده‌رویی و خوش‌خلقی)</p>	
<p>امام (علیه‌السلام) قبل از آنکه عمران خودش را در مجلس معرفی کند، نام او را ذکر می‌کنند.</p>	<p>قَالَ الرَّضَاعُ إِنْ كَانَ فِي الْجَمَاعَةِ عِمْرَانُ الصَّابِيُّ فَأَنْتَ هُوَ (حضرت فرمودند: اگر در بین جمعیت عمران صابی حاضر باشد، حتماً تو هستی)</p>	<p>اعتمادسازی با بردن نام مخاطب در ابتدای مناظره (اعتباربخشی)</p>	
<p>امام (علیه‌السلام) در پایان پاسخ به هر سؤال و قبل از شروع پرسش جدید از عمران در مورد فهم او از پاسخ سؤال می‌کردند.</p>	<p>تَعْقَلْ هَذَا يَا عِمْرَانُ قَالَ نَعَمْ وَ اللَّهُ يَا سَيِّدِي (آیا این مطالب را می‌فهمی؟ گفت: بله سرورم) أَ فَهَمَّتْ يَا عِمْرَانُ قَالَ نَعَمْ وَ اللَّهُ يَا سَيِّدِي (آیا فهمیدی ای عمران؟ گفت: آری ای سرور من) أَ فَهَمَّتَهُ قَالَ نَعَمْ (آیا فهمیدی؟ گفت: بله) أَ فَهَمَّتْ قَالَ نَعَمْ يَا سَيِّدِي زِدْنِي (آیا فهمیدی؟ گفت: بله بیشتر توضیح بدهید) أَ فَهَمَّتْ يَا عِمْرَانُ قَالَ نَعَمْ يَا سَيِّدِي قَدْ فَهَمْتُ (آیا فهمیدی عمران؟ گفت: بله سرورم،</p>	<p>گرفتن بازخورد از درک مخاطب در هر مرحله (توجه به سطح آگاهی و پذیرش مخاطب)</p>	<p>اصول حرفه‌ای</p>

	فهمیدم		
<p>امام (علیه السلام) پاسخ‌های خود را بر مبنای مفروضات مخاطب ارائه داده‌اند، زیرا در هیچ‌کدام از پاسخ‌ها عمران اشکال و ایرادی وارد نکرده است</p>	-	<p>استناد به منابع مورد وثوق مخاطب (صلاحیت علمی)</p>	
<p>امام (علیه السلام) در طول مدت مناظره و پس از ارائه پاسخ خود، از فهم مخاطب اطمینان حاصل می‌نمایند.</p>	-	<p>پیش بردن مناظره بر اساس سطح فهم مخاطب (تنظیم پیام بر اساس سطح درک مخاطب)</p>	
<p>امام (علیه السلام) حاضرین در جلسه که مخالف اسلام هستند را به پرسش دعوت می‌کنند.</p>	<p>فَقَالَ الرِّضَاعُ يَا قَوْمِ إِن كَانَ فِيكُمْ أَحَدٌ يُخَالِفُ الْإِسْلَامَ وَأَرَادَ أَنْ يَسْأَلَ فَلْيَسْأَلْ غَيْرَ مُحْتَسِمٍ (حضرت خطاب به جمعیت فرمودند: اگر در بین شما، کسی مخالف اسلام هست و می‌خواهد سؤال کند، بدون خجالت و رودربایستی سؤال کند).</p>	<p>اهتمام به آزاداندیشی و حق پرسش (مکتون بودن قصد و نیت منبع)</p>	
<p>امام (علیه السلام) پرسش‌های عمران را بر مبنای ساختار منطقی و در چارچوب استدلالی پاسخ می‌دهند.</p>	-	<p>مواجهه منطقی و استدلالی (صلاحیت علمی)</p>	
<p>امام (علیه السلام) مشخصاً در جهت پاسخ دقیق و مرتبط به سؤال عمران برمی‌آیند و از ارائه مطلبی خارج از چارچوب بحث احتراز می‌کنند. امام (علیه السلام) بحث با عمران را بر اساس سلسله منظمی از موضوعات پیش می‌برند.</p>	<p>لَيْسَ لَكَ عَلَى أَكْثَرِ مَنْ تَوَجَّهْتَ إِلَيْهِ (و به جز بیان و اثبات وحدانیت او بیان چیزی دیگر بر من واجب نیست).</p>	<p>پرهیز از درازگویی و حاشیه روی و رعایت نظم منطقی در گفتار (جذابیت کلامی)</p>	

<p>امام (علیه‌السلام) در میان مناظره و هنگام داخل شدن وقت نماز کانال انتقال پیام را از کلام به عمل تغییر دادند و این تغییر عمران را برای ادامه بحث حریص‌تر کرد.</p>	<p>ثُمَّ اتَّفَقَتْ إِلَى الْمَأْمُونِ فَقَالَ الصَّلَاةُ قَدْ حَضَرَتْ (سپس رو به مأمون نموده، فرمودند: وقت نماز شده است) قَالَ الرَّضَاعُ نُصَلِّي وَ نَعُوذُ فَتَهَضَّ (فرمودند: نماز می‌گذاریم و باز می‌گردیم، سپس برخاستند).</p>	<p>تغییر شیوه کلامی به عمل در زمان مناسب (تغییر کانال پیام)</p>	
---	---	---	--

جدول شماره ۳- جدول هنجاری تطبیق ۴ عنصر اصلی متقاعدسازی و مناظره حضرت رضا (ع) با عمران صابی

### نتیجه‌گیری

با بررسی مناظره حضرت رضا (علیه‌السلام) و عمران صابی درمی‌یابیم که ایشان بر اساس آیه ۱۲۵ سوره نحل، جدال احسن را به‌عنوان پایه‌ای‌ترین شیوه مناظره به کار گرفته‌اند. حضرت (علیه‌السلام) بارها عمران صابی را مورد خطاب قرار داده، او را از زمره جاهلان بری دانسته و تأکید می‌کنند که با تفکر صحیح و به‌دوراز هرگونه استدلال ناقص و معیوب سخنان حضرت را شنیده و بر اساس همان اصول، چارچوب‌های فکری خود را استوار کند. این بحث پیش از ورود به تحلیل مناظره، نشان می‌دهد که اعتمادسازی، صحت کلام و استدلال و بیان فی‌مابین دو طرف بر اساس اسلوب جدال احسن، میدانی است که حضرت رضا (علیه‌السلام) عمران را به آن فراخوانده و به‌نوعی وی را از دایره سخن باطل خارج می‌سازد.

در این مناظره عمران صابی به‌عنوان مخاطب اصلی حضرت رضا (علیه‌السلام) به‌صورت مستقیم و مؤکد در معرض پیام ایشان قرار می‌گیرد. عمران صابی شخصی صاحب اعتبار و دارای نفوذ در میان متکلمان آن روزگار است و از همین رو امام رضا (علیه‌السلام) برای اثربخشی بیشتر پیام، او را قبل از مناظره با نام مورد خطاب قرار می‌دهند. این نام آوردن و تأکید امام هشتم هم سبب می‌شود خود عمران با توجه بیشتری به مناظره بپردازد و هم سایرین حاضر در جلسه با تمرکز بالایی به موضوعات مطرح شده گوش فرا دهند. حضرت رضا (علیه‌السلام) عمران را به‌عنوان مخاطب فعال قلمداد می‌کنند و نه یک انسان عادی که مخاطب یک خطابه است و از همین رو عمران در یک فضای به‌دوراز تشنج و اضطراب با توجه و تمرکزی مطلوب به مناظره

می‌پردازد.

حضرت رضا (علیه‌السلام) در این مناظره فضایی صمیمی و همراه با احترام را برای مخاطبش فراهم می‌کنند. این فضا با هدف درک صحیح و دریافت تمام و کمال پیام ایجاد شده و حضرت (علیه‌السلام) پس از بیان هر مطلبی از عمران می‌پرسد که آیا این موضوع را به‌خوبی فهمیدی یا خیر. از آنجایی که حضرت (علیه‌السلام) در پی فهم عمیق پیام در مخاطب است و نمی‌خواهند که عمران تنها شنونده و دریافت‌کننده پیام باشد، بخشی از مناظره را با پرسش و پاسخ پی می‌گیرد.

امام رضا (علیه‌السلام) در پیشبرد مناظره خود کلام صحیح و استدلال درست را از تفکر اشتباه و ناصواب تمیز داده و با بیان استدلال‌های منطقی و کلامی در پی ابطال اعتقادات و نظرات پیشین عمران است. حضرت در مرحله یادداری نگرش جدید تلاش می‌کنند مخاطب پس از درک کامل مقدمه، نتیجه استدلال و قضایای منطقی را نیز به‌طور کامل دریافت کرده و به شکل نظری، معرفتی و یقینی سخن امام رضا (علیه‌السلام) را بپذیرد. حضرت (علیه‌السلام) در ادامه به این اکتفا نمی‌کنند و سعی در ارائه یک بروز عملی از اعتقادات خویش دارند. ایشان در زمان اذان، به نماز می‌ایستند و همین مسئله سبب می‌شود باورهای جدید عمران صابی تثبیت شده و درونی شود؛ به عبارتی مرحله تبدیل نگرش به رفتار اتفاق می‌افتد و عمران در معرض پیام عملی (نماز خواندن) نیز قرار می‌گیرد. عمران در انتهای مناظره به حق بودن پاسخ‌های امام (علیه‌السلام) اذعان و شهادتین را بر لب جاری و به سمت قبله سجده می‌کند.



شکل شماره ۲- مدل توصیفی مناظره حضرت رضا (علیه السلام) و مراحل اقتناع هاولند

نخستین متغیر متقاعدسازی منبع است و ویژگی‌هایی برای اثربخشی بیشتر پیرامون آن مطرح شده است. منبع باید دارای جذابیت، تخصص، مقبولیت، اعتبار و خوش خلقی باشد. حضرت رضا (علیه السلام) در ابتدای ورود به بحث حضرت (علیه السلام) با دعوت عمران به انصاف و دوری از سخن باطل و فاسد و منحرف از حق با او وارد گفت‌وگو می‌شود و تمام تلاش حضرت نمایش تمام‌عیار ادب، روی خوش و استقبال از یک انسان صاحب‌فکر، به‌دوراز مرزبندی‌های اعتقادی است. به عبارتی حضرت مطالب خود را در بستر استدلال‌ها، مثال‌ها و استنتاج‌هایی پیش می‌برند که پایه عقلانی داشته و به این صورت اعتبار بیانات خویش را مستند می‌کنند. مطرح کردن موضوعات اصلی پیرامون وحدانیت خدا جذابیت را در کلام امام رضا (علیه السلام) به قدری بالا می‌برد که مخاطب به‌طور کامل تحت تأثیر قرار گرفته و از حضرت رضا (علیه السلام) می‌خواهد که به شکل مبسوط‌تری نقطه نظرات خود را ادامه دهند. ایجاد جذابیت در

کنار تسلط به موضوع و خوش خلقی، اعتبار منبع را نیز افزایش می‌دهد و عملاً حضرت رضا (علیه‌السلام) با شیوه جدال احسن، مخاطب خود را بر اساس راه صحیح به نتیجه صحیح می‌رساند. در طول مسیر از زمان سؤال تا اعلام پذیرش نهایی از طرف عمران جذابیت، تخصص، مقبولیت، اعتبار و خوش خلقی که از ویژگی‌های برجسته منبع است توسط حضرت رضا به خوبی پیاده‌سازی می‌شود.

پیامی که توسط منبع ارسال می‌شود دومین متغیر اصلی متقاعدسازی است. در این باره پیام به دو نوع استدلالی و هیجانی تقسیم می‌شود و بسته به شرایط مخاطب استخدام هر شیوه بر روند اقناع اثرگذار خواهد بود. حضرت رضا (علیه‌السلام) در ابتدا با شیوه استدلالی بحث را آغاز و در ادامه با بیان برخی سؤالات و پاسخ‌های هدفمند عمران را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در طول مناظره رفته‌رفته بر هیجان مخاطب افزوده می‌شود و در زمان اقامه نماز حضرت رضا (علیه‌السلام) عمران به اوج هیجان رسیده و اذعان به نرم شدن قلبش می‌کند.

کانال پیام یکی دیگر از متغیرهای اصلی متقاعدسازی است. رفتارهای غیرکلامی و کلامی و نوع برخورد با مخاطب تماماً بر پذیرش و تحت تأثیر قرار دادن مخاطب مؤثر است. هر چند اطلاعات دقیقی پیرامون رفتار غیرکلامی امام (علیه‌السلام) در برخورد با عمران صابی در دسترس نیست؛ اما می‌توان از سنت اخلاقی و رفتاری اهل بیت (علیه‌السلام) از جمله حضرت صادق (علیه‌السلام) به عنوان رئیس مذهب جعفری (به دلیل نقل جزئیات زندگانی و چگونگی برخورد با شاگردان) بهره جست و عنوان کرد که حضرت رضا (علیه‌السلام) نیز، با رویی گشاده، لباسی آراسته، برخوردی موقرانه و به‌دوراز تکلف، پذیرای مخاطب بوده و با گوشه‌شنوا با عمران صابی به مناظره پرداخته‌اند.

چهارمین جز از متغیرهای متقاعدسازی مخاطب است و شناخت آن از اصلی‌ترین اصول اثرگذاری محسوب می‌شود. اصلی‌ترین و اثرگذارترین بخش مناظره این است که حضرت (علیه‌السلام) در ابتدای بحث مخاطب را با نام صدا می‌زنند و به او می‌فهمانند که او را می‌شناسند. عمران از برجسته‌ترین متکلمین صابین است و حضرت رضا (علیه‌السلام) با شناخت مناسبی که از مخاطب دارد بهترین و مناسب‌ترین پیام (پیام استدلالی) و کانال انتقال (کلامی و عملی) را انتخاب کرده‌اند.





شکل شماره ۳: راهبرد حضرت رضا (علیه‌السلام) در مناظره با عمران صابی

برای جمع‌بندی نتایج، موارد زیر بیان می‌گردد:

۱. امام رضا (علیه‌السلام) در هر مرحله از زندگانی خود شیوه‌ای را برحسب شرایط و موقعیت برای تبلیغ برگزیدند.
۲. مخاطب شناسی یکی از مهم‌ترین دلایل به‌کارگیری شیوه‌های مختلف تبلیغ امام رضا (علیه‌السلام) است.
۳. در زمان تجمع دانشمندان، متکلمان و افراد فیلسوف و صاحب اندیشه امام (علیه‌السلام) از مناظره به شیوه جدال احسن بهره می‌جویند.
۴. امام رضا (علیه‌السلام) برحسب شیوه‌های علمی مخاطب شناسی، فرهنگ‌شناسی، علم مباحثه، علم کلام و اخلاق عملی، تبلیغات خود را انجام داده و در هر مناظره‌بخشی از ویژگی‌های دین مبین اسلام و مذهب تشیع را برجسته می‌کنند.
۵. هدف امام (علیه‌السلام) در برگزاری مناظرات مسلط شدن و پیروزی علمی نبوده

است، بلکه ایشان سعی داشتند حقانیت اسلام و تشیع را به اثبات برسانند.  
۵. امام رضا (علیه السلام) در تمامی مناظرات خود به ویژه مناظره مورد بررسی مخاطب را با پاسخ‌های سرکوبگر از ادامه بحث منصرف نمی‌کردند؛ بلکه با استفاده از باورهای مخاطب، ذهنیات او را به چالش می‌کشیدند و افکار او را به سمت باور درست هدایت می‌کردند.

در پایان از منش و روش‌های امام رضا (علیه السلام) در مناظرات و بحث‌ها می‌توان نکاتی را استنباط کرد:

اسلام دین آزادی و آزادگی است و هیچ‌کس را به فکر و عقیده خاصی ملزم نمی‌کند.

اسلام به ویژه مکتب امامت و ولایت مکتب دانش، عقل و استدلال است و بر علم و منطق استوار است.

اسلام از شنیدن سخن نظرات دیگران و مخالفان ابا ندارد بلکه آنها را به مباحثه و تبادل فکر و اندیشه دعوت کرده و به‌طور اساسی از تفکر و تعقل و استدلال استقبال می‌کند.

ظرفیت و استعداد علمی در آموزه‌های دینی به حدی است که همواره می‌تواند پاسخگوی سؤال‌ها و ابهامات بشر باشد و همیشه جلو دار قافله علم و منطق است. علاوه بر استدلال، با عمل و رفتار توحیدی می‌توان مردم را به حق دعوت نمود و بستر انتقال اعتقادات را فراهم کرد. بدان معنا که تنها عقل و آگاهی انسان نیست که باید در پذیرش حقیقت قانع شود بلکه در حقیقت جوئی باید عواطف و سایر امکانات وجودی آدمی نیز مورد توجه قرار گیرد. این نکته امروزه در میان مباحث جدید معرفتی نیز مورد توجه بسیاری از متفکران قرار دارد. رویه امام رضا (علیه السلام) در مناظراتش این نیست که اعتقادات اسلام را برای طرف مقابل حق بالقوه فرض کند. در واقع امام (علیه السلام) در مناظرات به دنبال برتری جوئی نبودند و با استفاده از عنصر عقل و منطق به اثبات حقانیت اعتقادات اسلامی می‌پرداختند.

این مناظره‌ها جریان‌های نزدیک به حکومت و اندیشمندان معتزله را ساکت کرد و به روشنی توانایی امام (علیه السلام) را بر علومی که خداوند به او عطا فرموده نشان داد. این موضوع با اثبات حقانیت دین الهی، توطئه جریان‌ات منحرف فکری وابسته به

دستگاه حکومت عباسی چه در اسلام و چه در مسیحیت و یهودیت را خنثی کرد. امروز که اغتشاش فکری رسانه‌های جمعی و ارتباطی وابسته به دشمنان شبهاتی را به جامعه تزریق می‌کند، ناگزیر به اثبات عقلانی داشته‌های اعتقادی خود هستیم؛ لذا بهره‌مندی از شیوه‌ای که امام رضا (علیه‌السلام) در مقابله فکری با ادیان دیگر به کار بردند، می‌تواند به ما کمک کند تا معیارهای تفکر و تعقل ضابطه‌مند را در جهان امروز بسط دهیم و اگر تسلیم آنان شویم و متعصبانه برخورد کنیم ره به جایی نخواهیم برد.



### کتابنامه

۱. قرآن کریم.
۲. احمدی بیرجندی، احمد (۱۳۷۷). *زندگانی امام رضا (علیه السلام)*. مشهد: به نشر.
۳. الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۹). *مبانی نظری و عملی اقناع و مجاب‌سازی*. فصلنامه مطالعات بسیج، سال دوازدهم، شماره ۴۵، صص ۷۱-۴۱.
۴. بدار، لوک؛ لامارش، لوک؛ و دزیل، ژوزه (۱۳۸۱). *روانشناسی اجتماعی (حمزه گنجی، مترجم)*. تهران: ساوالان.
۵. بهبانی، عبدالحریم؛ صدیقی، حسین (۱۳۹۳). *روش‌شناسی کلامی شیخ مفید*. فصلنامه کلام اسلامی، دوره ۲۳، شماره ۹۱، صفحه ۱۲۹-۱۵۱.
۶. جاوت، گارث اس؛ اودانل، ویکتوریا (۱۳۷۲). *تبلیغ و ترغیب (احمد میرعابدینی، مترجم)*. فصلنامه رسانه، سال چهارم، شماره ۴، ص ۴۵.
۷. چهرقانی، آیدا (۱۳۹۸). *علم کلام و مباحث کلامی*. تهران: انتشارات زهره.
۸. حکیم‌آرا، محمدعلی (۱۳۸۴). *ارتباط متقاعدگرانه و تبلیغ*. تهران: انتشارات سمت.
۹. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). *لغت‌نامه دهخدا*. تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۱۰. ساروخانی، باقر (۱۳۸۳). *اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات*. تهران: انتشارات خجسته.
۱۱. شمیسا، سیروس (۱۳۸۵). *انواع ادبی*. تهران: میترا.
۱۲. شیخ صدوق (۱۳۹۳). *عیون اخبار الرضا (محمد رحمتی شهرضا، مترجم)*. قم: نشر جماران.
۱۳. فضل‌الله، محمدجواد (۱۳۸۵). *تحلیلی از زندگانی امام رضا (علیه السلام)* (سیدمحمدصادق عارف، مترجم). مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
۱۴. گیل، دیوید؛ ادمز، بریجت (۱۳۸۴). *الغای ارتباطات (محمد نبوی، مهرا مہاجر و رامین کریمیان، مترجمان)*. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۵. مصطفوی، سیدجواد (۱۳۶۵). *تجلی علوم اهل‌بیت در مناظرات امام رضا (علیه السلام)*. مجموعه مقالات دومین کنگره جهانی حضرت رضا علیه السلام، چاپ اول، مشهد: انتشارات آستان قدس - ج ۱، ص ۳۸۳.
۱۶. واسعی، علیرضا (۱۳۸۶). *درآمدی بر روش‌های تبلیغی ائمه علیهم السلام*. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.