

تحلیل مناظرات رضوی در فرآیند اقناع و تبلیغ معارف دینی (بر اساس الگوی Assure)

نگار کاظمی اسفه^۱



چکیده

از شیوه‌های مهم و مؤثر تبلیغ دین و نشر معارف الهی، مناظره با هدف اقناع مخاطب و تغییر نگرش او برای فهم منابع اصیل است. از مهم‌ترین مناظره‌های اسلامی و شیعی، مناظره‌های امام‌رضا(ع) با افراد مختلف، از مذاهب و گرایش‌های فکری گوناگون است که کیفیت تنوع آن‌ها باعث می‌شود بتوان آن‌ها را از ابعاد و زوایای گوناگون بررسی و تحلیل نمود. آنچه در این مناظرات اهمیت دارد اقناع مخاطب و استفاده از شیوه‌های مختلف برای یادگیری و یاددهی است.

در ادبیات آموزشی یکی از مدل‌های مناسب برای یادگیری-یاددهی، الگوی اشور (Assure) است که توسط مولند، راسل و اسنمالدینو در سال ۱۹۸۹ ارائه شده است. طراحان الگوی اشور معتقدند، با استفاده از الگوی مذکور می‌توان از اثربخشی آموزش اطمینان حاصل کرد. این الگو به افراد کمک می‌کند تا گام‌های لازم برای آموزش را شناسایی و برای هر یک از این گام‌ها تدابیر لازم را جهت اقناع مخاطبان اتخاذ کنند. بنابراین هدف پژوهش حاضر تحلیل مناظرات رضوی بر اساس الگوی مورد اشاره در جهت اقناع و تبلیغ معارف دین است که می‌توان گفت امام‌رضاع(ع) از طرق مختلف و با به کارگیری رسانه‌ها و مواد متعدد توانستند به هدف خود که اثبات حقانیت دین اسلام و مذهب شیعه و اقناع مخاطبان است، دست یابند.

واژگان کلیدی: مناظره، امام رضا علیه السلام، مخاطب، الگوی اشور، اقناع.

۱- مقدمه و بیان مسئله

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 (مؤذنی و احمدی، ۱۳۹۳: ۱۰۹). سخن گفتن و ارتباط کلامی راهی در جهت تأثیر بر مخاطبان و جلب توجه آن‌ها بوده است که ابزارهای متفاوتی برای تبلیغ و اشاعه‌ی دین از طریق سخن بیان شده است، مواردی همچون؛ موعظه، خطابه، مناظره، نثر و نظم از مهمترین عوامل تبلیغ از طریق سخن هستند که هر کدام ویژگی‌ها و جایگاه خاص خود را دارا می‌باشند. مناظره یک روش تبلیغ و آموزش ارزنده و جذاب است که می‌تواند در امر تبلیغ دین بسیار موثر باشد. زیرا نتیجه‌ی بحث و استدلال است و به همین دلیل در اذهان ماندنی است، از طرفی به دلیل غیرمستقیم بودن، پذیرفتنی و جذابتر است که ارزش بلاغی مناظره در حین پیام‌دهی غیرمستقیم آن است و چون معایب و محاسن موضوع یا مسأله باین می‌گردد، امکان تبلیغ، توسعه و تکامل را فراهم می‌آورد (مه‌دیویان و رحیم زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۹). مناظره یکی از وسایل تبلیغ و اشاعه‌ی فرهنگ دینی دانسته شده است و در مباحث علمی و تبلیغی نقش زیادی دارد (ارزانی و ربانی اصفهانی، ۱۳۹۱: ۴۳). چنانکه در قرآن کریم نیز یکی از راه‌های تبلیغ و اشاعه دین، مناظره و بحث و گفت و گو دانسته شده است و به پیامبر دستور داده شده است که: «ادْعِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»، با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت نما، و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن» (نحل/۱۲۵).

تاریخ ادیان توحیدی نشان می‌دهد که مناظره از همان آغاز آفرینش از ابزارهای مهم ارتباطی برای آموزش، تفهیم و تفاهم بوده است و انسان در موقعیت‌های گوناگون از این شیوه بهره برده است. به عنوان مثال احتجاج حضرت نوح، هود، صالح، ابراهیم، لوط، شعیب، موسی و عیسی (ع) با کافران قوم و مخالفان فکری خود، در قرآن گزارش شده است (نک؛ هود: آیات ۲۵-۳۵ و ۵۰-۵۷ و ۶۱-۶۳؛ شعراء: آیات ۶۹-۸۱ و ۱۶۰-۱۸۸؛ مریم: آیات ۴۱-۴۷؛ انعام: آیات ۷۵-۷۹؛ بقره: ۲۵۸ آیه؛ طه: آیات ۴۲-۶۲).

دقت در سیره ارتباطی امامان معصوم علیهم السلام و سیره تربیتی- اخلاقی امام رضا (ع) و مخصوصاً مناظرات ایشان، نشانگر توجه آن‌ها به اقناع و تغییر نگرش در جهت رشد و تعالی پیروان آن‌ها و سایرین بوده است. هدف ایشان از برقراری ارتباطات، ترغیب و تبلیغ در معنای انسانی آن است. حوزه دین پژوهی از صور جدید در عرصه مطالعات نوین تبلیغ و ارتباطات است و گزافه نیست که یکی از اصول و ملزومات رشد علم، وابسته به مباحثه و مناظره‌های

علمی است و نتیجه یک مباحثه اصولی و اخلاقی، به دور از پیش داوری و لجاجت، رسیدن به حقیقت است (سپنچی و مؤمن دوست، ۱۳۹۰: ۱۱۸) پس شناخت و تبیین روش‌های صحیح این نوع ارتباط و ویژگی‌های مخاطبان و ابزار و وسایلی که در مناظره‌ها استفاده می‌شده است، امری اجتناب ناپذیر است.

از طرفی مناظرات امام رضاع (دارای تعدد و تنوع زیادی است که به نظر می‌رسد می‌توان از آن‌ها تحلیلی آموزشی ارایه نمود. یعنی اینکه آن‌ها را یک نوع آموزش به حساب آورد که در خود مواد آموزشی و شیوه‌ها و آنچه در رابطه با آموزش به کار می‌رود را، دارا هستند و لذا قابل تحلیل و بررسی از این منظر هستند. یکی از مدل‌های آموزشی که به نظر می‌رسد می‌توان انطباق آن را با مناظرات پیدا و بررسی نمود، مدل آموزش اشور است که توسط هینیچ، مولندا، راسل و اسنمالدینو در سال ۱۹۸۹ ارائه شده است. اشور سرواژه‌ی اصطلاحاتی است که مراحل یا مؤلفه‌های این الگو را تشکیل می‌دهد. معادل این واژه «اطمینان دادن» است. دلیل این نام گذاری آن است که طراحان الگوی اشور معتقدند، با استفاده از الگوی مذکور می‌توان از اثربخشی آموزش اطمینان حاصل کرد. این الگو به افراد کمک می‌کند تا گام‌های لازم برای آموزش را شناسایی و برای هر یک از این گام‌ها تدابیر لازم را اتخاذ کنند و بتوانند نیازهای مخاطب و سطح درک و انگیزش او را در جهت اقناع و یادگیری بیشتر درک کنند. الگوی اشور به آموزش موضوع خاصی محدود نیست و به نحوی تدوین و اصلاح شده است که قادر است برای موضوعات گوناگون و مختلف استفاده گردد. لذا مسئله‌ی اصلی این پژوهش تحلیل مناظرات رضوی براساس این الگو در جهت اقناع مخاطبان و تبلیغ دین است.

۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

نقد و مناظره در تاریخ بشر سابقه دیرینه‌ای دارد که به عنوان یک شیوه‌ی بسیار مهم، ظریف و حساس در آموزش و تبلیغ و اقناع مخاطبان است به گونه‌ای که انجام مطلوب آن بسیار سودمند و اثربخش است و انجام غیر صحیح و نامناسب آن نتیجه‌ی عکس می‌دهد (هاشمی اردکانی و میرشاه جعفری، ۱۳۸۷: ۸). تاریخ ادیان توحیدی نشان می‌دهد که پیامبران بزرگ الهی همواره در موقعیت‌های گوناگون تبلیغی، از این ویژگی عمومی و فطری بشر بهره‌های فراوان برده‌اند (طبرسی، ۱۴۰۳: ق: ۲۲) و هدف‌های متفاوتی برای آن، در نظر داشته‌اند که همیشه بیان و استفاده از آن برای بیان برتری خود بر دیگری نبوده است. هدف اصلی مناظره‌ها را رسیدن به حقیقت یک امر دانسته‌اند که در کنار سایر اهداف مانند آموزش؛ (آموزشی غیر مستقیم که به دلیل شیوه‌ی خاص مناظره در اذهان ماندگارتر است) (شهیدثانی، ۱۳۷۴: ۵۵۱-



۵۴۷) می‌تواند عقاید و تعالیم را به نحو موثرتری در مباحث دینی و حتی سایر مباحث دیگر انتقال دهد. به بیان ساده می‌توان مناظره را یک شیوه‌ی آموزشی در جهت تبلیغ و اقناع مخاطب دانست که در تعالیم دینی و قرآنی (نک؛ نحل، آیه ۱۲۵) نیز به آن توجه شده است، لذا ضرورت دارد تا این مفهوم از زوایای بیشتری بررسی و تبیین گردد.

مناظره اگرچه بیشتر یک روش تبلیغ و گسترش دین و اثبات برتری حقانیت امری بر امر دیگر است، ولی یک شیوه‌ی آموزشی نیز محسوب می‌گردد که می‌تواند در جهت آموزش تعالیم و مفاهیم مختلف مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین اهمیت و ضرورت این پژوهش برای آن است تا ضمن شناساندن مناظره و تبلیغ و اقناع، آن را یک ابزار و مدل آموزشی در جهت فهم مفاهیم دینی بداند و با توجه به الگوی آموزشی مورد نظر (الگوی Assure) مناظرات امام رضا(ع) را از دیدگاه و مراحل این الگو تحلیل و بررسی نماید.

۳- مفهوم‌شناسی

– مناظره

مناظره واژه‌ای عربی از ماده «نَظَرَ يَنْظُرُ مَنْظَرَةً» به معنای دیدن با چشم است (فراهیدی، ۱۴۰۹، ج ۸: ۱۵۴) و گاه مراد، معرفت حاصل شده بعد از فحص و تأمل (قرشی، ۱۳۹۵، ج ۳۷: ۳۷) سپس این کلمه از لحاظ معنا توسعه یافته و به مفهوم تدبّر و تفکّر در یک امر نیز به کار رفته است (ابن فارس، ۱۴۰۴، ج ۵). مناظره را همانند جدال و مناقشه، از فنون کلامی دانسته‌اند که هریک از طرفین گفت و گو تلاش دارد با استفاده از مقدمات مسلم و پذیرفته شده از سوی طرف مقابل، به گونه‌ای که نقض آن دشوار باشد، مطلب خود را اثبات و در مواردی نیز برتری و فضیلت خود را بر دیگران ثابت کند (سپنچی و مؤمن دوست، ۱۳۹۰: ۱۲۲).

مناظره در لغت؛ «مباحثه کردن درباره‌ی حقیقت و ماهیت چیزی، یا با هم سوال و جواب کردن است» (دهخدا، ۱۳۶۶؛ ج ۱۴: ۲۱۵۶۳). به تعبیر دیگر مکالمه و گفتگویی است دو طرفه که هر طرف با استدلال و ارائه‌ی براهین سعی می‌کنند برتری و فضیلت خویش را بر دیگری به اثبات رسانند (شمیسا، ۱۳۸۵: ۲۲۶). در اصطلاح، مناظره (مناظره علمی) جریان جست و جو برای به دست آوردن پاسخ یا راه حلی از راه گفتگو، تبادل اطلاعات و عرضه ایده‌ها و نظرهاست. این روش هم به یادنده و هم به یادگیرنده فرصت می‌دهد که در فرایند مباحثه شرکت داشته، درباره موضوعات مختلف تبادل اطلاعات کنند. مهم‌ترین ویژگی این روش آن است که فرصتی برای یاد گرفتن به وسیله بیان و کشف ایده‌های متعدد و تجربه‌های ناشی از همکاری دوجانبه ارایه می‌کند (سجادی، ۱۳۸۰).

از منظر ادبی نیز مناظره را مکالمه و گفتگویی دوطرفه دانسته‌اند (دیالوگ^۱) که هر یک با استدلال و ارائه براهین، سعی می‌کند برتری و فضیلت خویش را بر دیگری به اثبات برساند (رمزجو، ۱۳۷۰: ۱۳۳). یا اینکه علمی است که به وسیله آن آداب طرق اثبات مطلوب و نفی دلیل خصم استفاده می‌شود و قوانین مباحثه در آن مندرج می‌باشد (تهانوی، ۱۹۹۶، ج ۲: ۱۶۵۲). در عبارتی خلاصه تر، مناظره عبارت است از گفتگو و نکته بینی طرفینی رو در رو، و به میان آوردن هر آنچه به آن معتقدند (راغب اصفهانی، ۱۳۶۲: ۴۹۸).

– اقناع

دیدگاه‌ها درباره طبیعت اقناع متفاوت است و اقناع در هر گفتمانی (discourse) به شکلی متفاوت ظهور می‌کند؛ به همین دلیل، تعریف جامع و کاملی از این فرآیند، بسیار دشوار است (مؤذنی و احمدی، ۱۳۹۳: ۹۴) و تعاریف متنوعی از آن ارائه شده است. در یک تعریف آمده است که، اقناع یا ترغیب؛ به کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان برای تغییر نگرش، باورها و ارزش‌ها یا دیدگاه گفته می‌شود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۵۱). در فرهنگ لغت منظور از اقناع، قانع ساختن و متقاعد نمودن مخاطب است (معین، ۱۳۷۱، ج ۱: ۳۲۶). 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 اصطلاح دانش منطق، اقناع یکی از هدف‌های صناعت جدل و غرض و هدف فن خطابه به شمار می‌آید و خطابه صنعتی است که از پرتو آن اقناع توده‌ی مردم در زمینه‌های گوناگون ممکن می‌گردد. این اقناع در مورد مسائلی است که مردم باید آن‌ها را بپذیرند (صدرحاج سیدجوادی، ۱۳۷۵، ج ۲: ۳۵۲). در عبارتی دیگر اقناع فرآیندی است که با توسل 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). همچنین اقناع فرآیندی ارتباطی است که هدف آن نفوذ در گیرنده پیام است. به این معنی که یک پیام ترغیبی، یک نظر یا رفتار را، به شکل داوطلبانه به گیرنده ارائه می‌دهد و انتظار می‌رود که این پیام در مخاطب یا گیرنده پیام، مؤثر واقع شود (مرادی، ۱۳۸۹: ۲۱).

- تبلیغ

تبلیغ، کلمه‌ای است که در قرآن کریم زیاد استعمال شده است. این کلمه (از بلاغ) گرفته شده و بلاغ و بلوغ یعنی رسیدن به انتهای مقصود، خواه مقصود زمانی یا مکانی یا امری از امور معین دیگر باشد (ابن منظور، ۱۴۱۴، ج ۸: ۴۲۰). تبلیغ در اصطلاح عبارت است از «جمع اقدام‌های مؤثر در عقیده، تصور و تصمیم‌گیری فرد فرد انسان‌ها یا گروهی از آن‌ها، به شرط آنکه مشتاقانه به سوی هدف‌های تبلیغ گام بردارند» (سلاحی، بی تا: ۲۱) تبلیغ رویکردی روشنگرانه و آگاه کننده دارد. یعنی دانشی است که در پرتو آن، روش‌ها و فنون تبیین اعتقادات، اخلاق و احکام اسلامی شناخته می‌شود (احمدغلو، ۱۹۸۷: ۱۰).

تبلیغ عبارت است از روش یا روش‌های مهم به هم پیوسته - در قالب یک مجموعه - برای بسیج و دادن جهت به نیروهای اجتماعی و فردی از طریق نفوذ در شخصیت، افکار، عقاید و احساسات آنها، جهت رسیدن به یک هدف مشخص. (صادقی نیری، حاجی زاده، ۱۳۹۰: ۱۶۶).

ابلاغ و [تبلیغ] در لغت به معنای [رساندن] و [رسانندگی] است ولی در فرهنگ اسلام آنچه از این واژه منظور بوده و هست بیش از رساندن صرف پیام است بلکه باید ابلاغ مبین: [ما علی الرسول الا البلاغ المبین] صورت بگیرد. پیام رسا و گویا و متناسب با فرهنگ هر عصر باشد تا در دلها و اندیشه‌ها نفوذ نماید. قید [مبین] که در این آیه شریفه و در دیگر آیات بیشتر با [ابلاغ] آمده شاهد گویایی است بر این مدعا زیرا باید محتوای پیام که همان دستورات و احکام شریعت است برای مکلفی که می‌خواهد بدان جامه عمل بپوشد و در روز واپسین در مورد انجام و یا عدم انجام آن مورد بازخواست قرار بگیرد به گونه‌ای روشن بیان گردد تا حجت بر وی تمام گشته و عذری برای او باقی نماند (کتابخانه دیجیتالی تبیان).

۴- الگوی آموزشی آشور (Assure)

الگو باز نمود جنبه‌های مختلف پیرامون یک موضوع یا نظریه است که به درک مطلب کمک می‌کند و ابزار مناسبی برای سازماندهی و تبیین مجموعه‌ای از اطلاعات و دانش است (ارنشتاین و هانکینز، ۱۳۸۴) و از آنجایی که نتایج، شرایط، روش‌ها و مواد متعددی در موقعیت‌های آموزشی وجود دارد، الگوهای طراحی آموزشی نیز متفاوت است (فرد دانش، ۱۳۸۳) به گونه‌ای که برخی از اندیشمندان مانند چن^{۳۷} (۲۰۰۸) معتقدند در حال حاضر بیش از صد الگوی طراحی آموزشی وجود دارد که هر کدام قابلیت‌های خاص خود را دارا می‌باشند. یکی از این الگوها، الگوی آشور

است که توسط مولندا، راسل، اسمالدینو در سال ۱۹۸۹ ارائه شد (گوستافسون و برنچ، ۱۹۹۷، نقل از نوروزی و رضوی، ۱۳۹۳: ۲۰۷). الگوی ASSURE (آشور) از سرواژه‌هایی تشکیل شده است که مراحل این الگو را تشکیل می‌دهد و آن عبارت است از: ۱- تجزیه تحلیل ویژگی‌های فراگیر^۱، ۲- بیان اهداف آموزشی^۲، ۳- انتخاب روش، رسانه و مواد آموزشی^۳، ۴- کاربرد رسانه و مواد آموزشی^۴، ۵- مشارکت یادگیرندگان^۵، ۶- ارزشیابی و بازنگری آموزش^۶، این الگو فقط مختص آموزش موضوعی خاص نیست و می‌توان از آن برای آموزش موضوعات و مسائل مختلف استفاده نمود (نوروزی و رضوی، ۱۳۹۳: ۲۰۸-۲۰۷).

در الگوی نامبرده طراح، مربی و یا معلم باید؛ ۱. ویژگی‌های یادگیرندگان را تحلیل کند، ۲. هدف‌های آموزشی را بیان کند، ۳. روش‌ها، رسانه‌ها و مواد آموزشی را انتخاب کرده، ۴. مواد و رسانه‌های آموزشی را به کار برده، ۵. و یادگیرندگان را در کار آموزشی مشارکت دهد، ۶. و نهایتاً مراحل آموزش را ارزش‌یابی و آن را بازنگری کند (چن، ۲۰۰۸).

گام اول: تحلیل ویژگی‌های یادگیرندگان

در گام نخست الگو، ویژگی‌های یادگیرندگان شناسایی می‌شود و بدین ترتیب، تحلیل توانایی و ظرفیت آنان میسر می‌گردد. چرا که این کار باعث هماهنگی بین ویژگی‌های مخاطب و محتوای آموزشی می‌شود. بنابراین بهتر است خصوصیات کلی و عمومی آن‌ها مانند سن و جنس و ویژگی‌های فرهنگی-اقتصادی و اجتماعی و نظایر آن‌ها در کنار ویژگی‌های ورودی خاص مانند دانش و مهارت‌های آن‌ها شناسایی گردد (نوروزی و رضوی، ۱۳۹۳: ۲۱۱).

گام دوم: بیان هدف‌های آموزشی

گام دوم در طراحی آموزشی، بیان هدف‌ها در قالب عباراتی خاص و مشخص است. هدف‌ها باید در قالب آن چه یادگیرنده قادر به انجام آن است (رفتار مخاطب)، و به عنوان بازده آموزش بیان شود. شرایطی که مخاطب و یا دانش‌آموز به انجام یک عمل می‌پردازد یا شایستگی خود را نشان می‌دهد نیز باید ذکر شود (همان؛ ۲۱۲-۲۱۱).

- 1 Analyze Learner Characteristics
- 2 State Objectives
- 3 Select Media And Materials
- 4 Utilize Media And Materials
- 5 Require Learner Participation
- 6 And Revise Evaluation

گام سوم: انتخاب روش‌ها، رسانه‌ها و مواد آموزشی

در این قسمت، پس از آن که عمل تحلیل مخاطبان و بیان هدف‌های آموزشی انجام شد، به نظر می‌رسد گام شروع آموزش (دانش، مهارت و نگرش فعلی مخاطب) و هم چنین گام پایانی آموزش (هدف‌های آموزشی) مشخص شده است. و لذا بین این دو نقطه پیوندی برقرار می‌شود و مواد آموزشی متناسب (موجود، جدید، در دسترس) همراه با رسانه‌ها و شیوه‌های آموزشی (اکتشاف و پرسش و پاسخ و ...) انتخاب می‌شوند (همان؛ ۲۱۲).

گام چهارم: به کارگیری رسانه‌ها و مواد آموزشی

پس از آن که مواد آموزشی انتخاب، اصلاح یا طراحی شد، برای بهره‌گیری از آن‌ها باید طرحی اندیشیده شود. معلم یا مربی نخست مواد آموزشی و فعالیت‌هایی را که در نظر دارد مورد بازبینی قرار می‌دهد و سپس مخاطبان و یا دانش‌آموزان را آماده می‌کند و تجهیزات و امکانات مورد نیاز را فراهم می‌آورد. آن‌گاه مواد آموزشی را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد و از آن‌ها در فرآیند آموزش در موقعیت‌های مناسب استفاده می‌کند (نک؛ نوروزی و رضوی، ۱۳۹۳: ۱۱۴).

گام پنجم: مشارکت یادگیرندگان

یادگیری مؤثر هنگامی صورت می‌گیرد که مخاطبان و یادگیرندگان برای رسیدن به هدف‌های آموزشی تمرین‌های کافی و مناسب انجام دهند. این کار سبب می‌شود خطاها و اشتباهات آن‌ها تصحیح شود. ضروری است که در آغاز تمرین هیچ نوع ارزش‌یابی یا امتحانی از یادگیرنده به عمل نیاید. مشارکت یادگیرندگان در فعالیت‌ها و مراحل مختلف آموزش و یادگیری، برای آنان بازخوردهایی فراهم می‌آورد که بتوانند صحت پاسخ‌های خود و میزان یادگیری خود را درک کنند و مطلب آموزشی را بهتر یاد گیرند (نک؛ نوروزی و رضوی، ۱۳۹۳: ۲۱۵).

گام ششم: ارزش‌یابی و بازنگری آموزشی

بعد از آن که موضوعات مورد نظر تدریس شد، ارزش‌یابی اثربخشی تدریس و آموزش صورت می‌گیرد. برای آن‌که بتوان سیمای کاملی از آموزش به دست آورد، ارزش‌یابی از کل فرایند آموزش ضروری است. از این رو، نه تنها میزان تحقق هدف‌های آموزشی در مورد مخاطب یا مخاطبان ارزش‌یابی می‌شود، بلکه میزان کارایی رسانه‌های آموزشی، تناسب روش‌های آموزشی و... نیز باید ارزش‌یابی شود. به همین دلیل ارزش‌یابی‌هایی از عملکرد یادگیرندگان، رسانه‌ها و روش‌ها، فرآیند آموزش، بازبینی و اصلاح فرآیند آموزش و به کارگیری ایده‌های

جدید در این مرحله انجام می‌گیرد (نوروزی و رضوی، ۱۳۹۳: ۲۱۶-۲۱۵).

۵- تحلیل مناظرات رضوی بر اساس الگوی آموزشی آشور گام اول؛ تحلیل ویژگی‌های یادگیرندگان (مخاطبان)

همانطور که بیان شد الگوی آشور دارای مراحل شش گانه‌ای است که در هر مرحله یک گام برای آموزش برداشته می‌شود. مناظرات رضوی نیز یک نوع آموزش و دارای مراحل است که با کمی اغماض می‌توان آن‌ها را در مراحل الگوی آشور پیدا نمود. چنانکه اولین گام الگو، تحلیل ویژگی‌های یادگیرندگان از مناظر مختلف است. در این مرحله ویژگی‌های عمومی و کلی یادگیرندگان، ویژگی‌های اختصاصی آن‌ها، دانش‌ها و مهارت‌هایشان در کنار سایر ویژگی‌های شناختی و انگیزشی مورد بررسی قرار می‌گیرد. رسول اکرم (ص) با توجه به در نظر گرفتن سطح فکری مخاطب برای آموزش و صحبت با او می‌فرمایند: «ما پیامبران مأمور شده ایم تا با مردم بر اساس سطح فکری و عقل آن‌ها سخن بگوییم» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۱: ۴۶).

امام رضا (ع) در مناظرات گوناگون ضمن شناخت کامل از طرف‌های مناظره‌کننده، توجه به ویژگی‌های عمومی و خصوصی آن‌ها نیز داشته و با شناخت کامل از طرف مقابل با او به مناظره و گفتگو می‌نشستند. برای مثال در مناظره با جاثلیق نصرانی، ضمن سوال کردن از او در مورد دانش و اطلاعاتش در رابطه با شهادت عیسی (ع)، با یک پرسش و پاسخ او را نسبت به نادانی خود در این رابطه آگاه نمود (صدوق، ۱۳۹۰، ج ۱: ۱۴۰). امام رضا (ع) در مناظرات خویش همیشه با توجه به ویژگی‌های حریفان مناظره بر اساس کتاب‌های خود آنان و براساس منطقی محکم و استوار به اثبات حقانیت و احیای اسلام و اثبات برتری و حقانیت اهل بیت می‌پرداختند (ارزانی و ربانی اصفهانی، ۱۳۹۱: ۴۸) همچنین ایشان فضای کلی مناظره و اوضاع سیاسی و علمی آن زمان را که باعث شده بود آزادی بیان رشد پیدا کند و فرقه‌های گوناگون پدیدار شوند در نظر می‌گرفتند.

از دیگر اقدامات امام رضا (ع) در جهت شناسایی مهارت و دانش و کسب اطلاعات عمومی و خصوصی در رابطه با مناظره‌کنندگان این سخن زیبا و متواضعانه است که همیشه در ابتدای مناظرات می‌فرمودند: «اگر کسی در بین شما هست که می‌خواهد سوال کند، بدون خجالت و رودربایستی بپرسد» (صدوق، ۱۳۹۰، ج ۱: ۱۵۴).

به صورت کلی مخاطب شناسی امام رضا (ع) در مناظرات را می‌توان در راستای اولین گام از الگوی آموزشی آشور دانست که از طریق آن ویژگی‌های یادگیرندگان به خوبی مشخص و تحلیل می‌شد. یعنی با درک صحیح از تفاوت استعدادها و توان وجودی انسان بدون ورود به



مباحث پیچیده به پاسخگویی سوالات می‌پرداخت. چنانکه در مقابل برخی مخاطبان صرفاً به پاسخ افناعتی اکتفا می‌نمود و از بیان پاسخ دقیق علمی خودداری می‌نمود. به عنوان مثال در پاسخ فردی که می‌گفت خدا دوتاست، فرمود: اینکه تو می‌گویی خدا دوتاست خود دلیل بر یکتایی است، زیرا تو دومی را نمی‌خوانی مگر اینکه اولی را اثبات کنی، پس درباره‌ی اولی همگان توافق دارند، ولی دومی محل اختلاف است» (صدوق، ۱۳۸۷: ۲۶۹).

گام دوم؛ تعیین اهداف آموزشی (اهداف مناظرات)

گام دوم از الگوی آموزشی اشور تعیین اهداف آموزشی است که باید پس از شناخت مخاطبان هدف‌هایی را در رابطه با آموزش آن‌ها در نظر گرفته و تدوین نمود. هدف اصلی امام رضا(ع) در مناظرات، اثبات حقانیت دین اسلام و ائمه معصومین(ع) است که انتظار دارد در مخاطبان ایجاد گردد و ایشان در تمام مناظرات خود به دنبال اهداف اخلاقی و هدایت افراد بوده‌اند (محمودی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۵). طبق الگوی نامبرده اهداف باید به گونه‌ای باشد که در شناخت و رفتار مخاطب تأثیر گذارد.

هدف امام رضا(ع) از ارتباطات و مناظرات مختلف، جدای از برقراری این ارتباطات، ترغیب و تبلیغ در معنای انسانی آن بوده است که به معنی ارائه راه و شیوه صحیح است و از بحث الزام و اجبار متمایز است لذا اقناع از نظر ایشان بسیار حائز اهمیت است (سپنچی و مؤمن دوست، ۱۳۹۰: ۱۱۹) اهداف امام رضا(ع) در مناظرات خویش در واقع، ۱. رسیدن به فهمی انتقادی و روشن از موضوع مورد بحث، ۲. ارتقای خودآگاهی فرد شرکت کننده در مباحثه و ۳. ایفای نقش کاتالیست (تسریع کننده) برای کمک به مخاطب است تا به روش آگاهانه‌تر و روشن‌تری به مباحث نگاه کند (هاشمی اردکانی و میرشاه جعفری، ۱۳۸۷: ۱۰) به گونه‌ای که افراد به یک فهم انتقادی دست یافته و ارتقای خودآگاهی داشته باشند (ارزانی و ربانی اصفهانی، ۱۳۹۱: ۴۴) حضرت امام رضا(ع) در مناظره با علمای اهل کتاب، با عدم تعصب در استناد به قرآن کریم و بیان استدلال‌هایی از کتب مورد وثوق طرف مناظره، به درستی هدف مناظره را روشنگری و عدم منفعت طلبی بیان کردند (سپنچی و مؤمن دوست، ۱۳۹۰: ۱۳۵) که از طریق آن آموزش به دور از تعصب و پیش داوری و یادگیری بهتر اتفاق خواهد افتاد.

همانطور که بیان گردید، امام رضا (ع) در تمام مناظرات خود به دنبال اهداف اخلاقی و هدایت افراد بوده و هیچگاه تخطئه و تخریب افراد را بر نمی‌تابید. هیچ‌گاه خشمگین نمی‌شد، حتی اگر سخنان باطل می‌شنید. با مبانی طرف مقابل استدلال می‌کرد و رعایت انصاف را می‌نمود. از جمله دعوت عملی حضرت به اخلاق و دین (از اهداف رفتاری و عملی در آموزش و مناظره)، رها

نمودن مناظرات برای انجام فریضه نماز در اول وقت بود. توجه به بُعد تعالی بخشی و آزاداندیشی از ویژگی‌های دیگر مناظرات امام است به طوری که تلاش‌های امام سبب احیای مجدد اسلام گردید (خاکپور، ۱۳۹۳: ۳۲). امام در مناظرات خویش همواره سعی داشت مخاطبان خود را با تذکرات سازنده از دام شیطان و وسوسه‌های نفسانی نجات دهد و به سوی اهداف مناسب رهنمون کند. در حقیقت با شیوه تربیتی موعظه و ارشاد در پرتو مناظرات سازنده، امام (ع) با ارائه شناخت کافی از مسیر حرکت متربیان، آنان را با نتایجی که حرکت آنان به آن منتهی می‌شد؛ واقف می‌ساخت و با بشارت‌ها و اندازها و زنده کردن عواطف فطری‌شان، آنان را به حرکت در مسیر درست سوق داده و از حرکت در مسیر نادرست باز می‌داشتند (دریس‌سوی و فقیه‌هی، ۱۳۹۴: ۱۹۰).

به صورت کلی، عمده‌ی مناظرات امام رضا (ع) به مباحث اعتقادی شامل معارف توحیدی، نبوت، حقانیت قرآن و مسئله امامت مربوط می‌شد (مردانی نوکنده، ۱۳۹۱: ۱۵) و اهداف حضرت نیز در بیشتر مناظره‌ها اثبات نبوت پیامبر (ص)، برگزیدگی عترت و اهل بیت (ع) و برتری آنها، معصوم بودن ائمه معصومین (ع)، روشن و واضح نمودن مفهوم آل و ... بود (ارزانی و ربانی اصفهانی، ۱۳۹۱: ۴۵) که در این رابطه از مواد و روش‌های آموزشی مختلف بهره می‌گرفتند.

گام سوم؛ انتخاب رسانه، مواد و روش آموزشی

پس از آنکه گام اول شروع آموزش (دانش، مهارت و نگرش فعلی مخاطب) و هم چنین گام پایانی آموزش (هدف‌های آموزشی) مشخص شد در این گام از آموزش، بین این دو نقطه پیوندی برقرار است و مواد و روش‌های آموزش انتخاب و مشخص می‌گردد. در مناظرات رضوی نیز از روش‌های یاددهی و آموزش و شیوه‌های گوناگون برای اقناع بیشتر مخاطبان و اثر گذاری موضوع استفاده شده است.

امام رضا (ع) در عمده‌ی مناظرات خویش سعی می‌نمودند تا مستند صحبت کرده و از شیوه‌های مختلف برای اقناع و تغییر نگرش و همچنین آموزش آنچه مد نظر است، استفاده نمایند. چنانکه برای آموزش و مناظره با مخاطبان خویش از روش‌های مختلف استفاده می‌فرمودند. به گفته امام علی (ع)؛ «من العبادة لین الکلام (آمدی، ۱۳۴۶)؛ بخشی از عبادت مسلمان دلنشین سخن گفتن اوست». امام رضا (ع) برای تأثیر هر چه بیشتر سخن در طرف مناظره‌ی خود و رسیدن به درک همدلانه با او همواره مطالب را نرم، ملایم و در قالبی موزون می‌ساخت و از معانی و مفاهیم تند، رنج آور و ناراحت کننده خودداری می‌نمود. (هاشمی اردکانی و میرشاه جعفری، ۱۳۸۷: ۱۱) مناظرات امام رضا (ع) سرشار از براهین و احتجاجاتی است که از مبانی عقلی و یقینی برآمده و

متناسب با فهم و درک مخاطب و دسترسی او به انواع این برهان‌ها، در مناظره و بحث استفاده می‌شده است. از عمده مواد و رسانه‌هایی که در مناظرات رضوی انتخاب شده می‌توان به برهان، جدل، پرهیز از مغالطه، خطابه، شعر و ضرب‌المثل، تشبیه، استفاده از آیات قرآن و نوشته‌های سایر کتب آسمانی اشاره نمود که برای فهم دقیق‌تر و بهتر موضوع در بین مناظرات استفاده می‌شده است.

در بحث روش‌شناسی و استفاده از روش‌های مناسب برای یاددهی و یادگیری، امام رضا در مناظرات خویش همیشه سعی می‌نمود تا با رعایت انصاف و منطق مناظره و گفتگو نماید، چنانکه در مناظره با عمران صائبی به او فرمود: «ای عمران هر چه می‌خواهی بپرس اما انصاف داشته باش و از سخن بیهوده و باطل برحذر باش» (طبرسی، ۱۴۰۳، ج ۲: ۴۱۹) همچنین ایشان در مناظرات خود همیشه می‌کوشیدند تا یک سیره اخلاقی در بین مردم پایه‌گذاری شود و احترام و تکریم افراد حفظ گردد چنانکه در مناظرات به هیچ کس توهین نکرد و همیشه احترام طرف مقابل و مخاطب را حفظ می‌نمود (ضیغم زیدی، ۱۳۹۰: ۱۸۰). امام رضا (ع) در مناظرات خویش هیچگاه با تعصب رفتار ننمود و اگر مخاطب پیامبر اسلام (ص) و قرآن را قبول نداشت، از همان کتاب و پیامبری که به او معتقد بود حجت و دلیل اقامه می‌کرد. در مناظره‌ی جاثلیق با امام رضا (ع) که توسط مأمون ترتیب داده شده بود، جاثلیق به مأمون گفت که من چگونه با کسی مناظره کنم که از کتابی دلیل می‌آورد که من منکر آن هستم و از پیامبری سخن می‌گوید که من به او ایمان ندارم؟! در این میان امام رضا (ع) با مهربانی به او فرمود: «ای نصرانی اگر من برای تو از انجیل دلیل و حجت بیاورم، می‌پذیری؟» که جاثلیق در پاسخ امام گفتند: آیا من قادرم آن چیزی که انجیل گفته، رد کنم؟ بله به خداوند سوگند من قبول می‌کنم اگر چه علیه من باشد (طبرسی، ۱۴۰۳، ج ۲: ۴۰۴).

به صورت کلی می‌توان بیان کرد که الزام طرف مناظره با استفاده از دانسته‌های خودش، بهره‌گیری از تمثیل و تشبیه، برانگیختن نیروی خرد طرف مناظره، اثبات وجهه عقلانی احکام و اهمیت تفکر، اجازه‌ی پرسش و آزادی بحث، تأکید بر رعایت انصاف، تکیه بر دلایل متقن به جای استفاده از شیوه مغالطه، احترام و تکریم متقابل، بیان اصول و معیارهای کلی و عقلانی، استفاده از شیوه جدل برای ارشاد و هدایت نظم منطقی مباحث و سامان علمی، الزام طرف مقابل به پذیرش اشتباه خود و توجه به فرایض در وقت خود حتی در اوج مناظره که خود یک شیوه عملی آموزش و تبلیغ است (نقی‌زاده و رضاداد، ۱۳۸۶: ۱۲۲-۱۱۴)، می‌تواند در جهت انتخاب شیوه آموزش مناسب و انتخاب مواد و رسانه در الگوی اشور باشد که توانسته است ظرفیت و پتانسیل مناظره‌های رضوی را در رابطه با این بخش از الگو به خوبی نشان دهد.

گام چهارم؛ کاربرد رسانه و مواد

یکی از اقدامات اساسی امام رضا(ع) در مناظرات خود فراهم کردن شرایط مناسب در جهت تسهیل امر یادگیری و اثرگذاری بیشتر مناظرات خویش است که برای این امر در برخی مناظرات از نوگروندگان به دین اسلام دعوت می نمود. نمونه این را در مناظره ایشان با سلیمان مروزی می بینیم. نخست که وارد صحنه مناظره می شوند، امام عمران صائبی را که از تازه مسلمان شده ها بود و خود در جلسه مناظره پذیرای اسلام شده بود، وارد صحنه مناظره با سلیمان می کند و عمران هم در مناظره پیرامون مسئله ی «بداء» پیروز می شود. پس از آن امام رضا علیه السلام خودشان مناظره را ادامه می دهند(قرشی، ۱۳۸۲، ج: ۱، ۲۰۸-۱۹۲، طبرسی، ۱۴۰۳، ج: ۲، ۳۷۳) که در این مورد از مناظره به خوبی کاربرد مواد و رسانه یا همان شاهد عینی و مثال زنده به خوبی به کار رفته است.

تغییر لحن و آهنگ و تن صدا نیز می تواند در جهت یاددهی بیشتر و اثر گذاری بهتر در مناظرات و آموزش ها استفاده گردد. با نگاهی به مناظره های حضرت رضا (ع) و نوع کلمات و عبارات ایشان روشن می گردد که در کنار خطاب به اندیشه های مخاطبان، به دل و فطرت آنان، یا از زاویه دیگر، در همان مناظره توجه و خطاب می شد؛ لحن گفتارها و کیفیت تغییر لحن حضرت گویای این حقیقت است(هاشمی اردکانی و میرشاه جعفری، ۱۳۸۷: ۱۱) که متناسب با نیاز مخاطب و درک او لحن و شیوه گفتار تغییر می کرد. همچنین استفاده از زبان مخاطب و سخن گفتن با زبان او از دیگر شیوه های کاربرد رسانه در جهت اقناع مخاطب و آموزش ایشان است. در بیان مناظرات و گفتگوهای امام رضا(ع) آمده است که ایشان با هر کسی مناظره نموده اند، با زبان خودش صحبت فرموده اند. در مناظره و گفت و گویی که بین ایشان و ابواسماعیل سندی رخ داد؛ ابواسماعیل چون عربی نمی دانست در ابتدا به زبان سندی با ایشان احوالپرسی می کند، امام هم به زبان سندی جواب می دهد، سپس با زبان سندی به گفتگو می نشینند. در آخر مناظره، ابواسماعیل به ایشان می گوید، من عربی نمی دانم از خداوند بخواهید آن را به من الهام کند تا با اهل آن با زبان خودشان گفتگو کنم. در این هنگام، حضرت رضا(ع) دست خودشان را بر لب های ابواسماعیل کشیدند و او زبان عربی را یاد گرفت(عطاردی، بی تا: ۶۲۰) چنانکه در مناظره دیگری (مناظره با عمرو بن هذاب) هم که منکر علم امام به تمام زبان ها بود، اتفاقاً مجلسی تشکیل شد که در آن هندی، رومی، فارسی و ترکی بود. امام با هریک از آنها با زبان خودشان به گفتگو نشست (عطاردی، بی تا: ۶۲۱).

تقدیم مثال و بیان نمونه از ادیان و کتب مختلف در مناظره از روش های دیگر امام رضا(ع) و مناسب سازی فضای گفتگو برای اقناع بیشتر و اثر گذاری آموزش است. ایشان در مناظره



با ابوقره، زمانی که ابوقره می گوید به ما گفته شده است که همه کتابها روز قیامت می آیند در حالیکه مردم در یک صف برای پروردگار جهانیان ایستاده اند نگاه می کنند تا این که آن کتاب-ها به سوی او بر می گردند. زیرا آنها قسمتی از او هستند و او جزئی از آنهاست. پس به سوی او برمی گردند. امام می فرمایند: «همین نصارا گفتند که مسیح روحی از خدا بود، جزئی از او بود و به سوی او باز می گردد، همچنین مجوس گفتند که آتش و خورشید جزئی از او هستند و به سوی او باز می گردند. خدا برتر از همه این هاست که قابل تجزیه و یا مختلف باشد» (قرشی، ۱۳۸۲، ج ۱: ۲۱۰، طبرسی، ۱۴۰۳، ج ۲: ۳۹۶-۳۹۵).

حضرت رضا(ع) همیشه در مناظرات و گفتگوهای خود از مثال های ساده و ملموس که در زندگی روزانه قابل مشاهده و درک بود استفاده می نمودند و استدلال های خود را بر این پایه استوار ساخته و مجال شک و تردید برای مخاطب باقی نمی گذاشتند. گفتگوی عمران صائبی با امام نمونه ای این مدعا است. وقتی که عمران از امام سؤال می کند آیا خدا قبل از آفرینش ساکت بوده است و بعد از آن تکلم را آغاز کرد؟ امام رضا(ع) فرمود: «سکوت معقول نیست مگر آنکه قبل از آن نطقی صورت گرفته باشد. به عنوان مثال گفته نمی شود، «چراغ ساکت است و سخن نمی گوید» همانطور که گفته نمی شود «چراغ با اراده ی خود به ما روشنایی می دهد»؛ زیرا روشنایی فعل ارادی آن نیست و چراغ ماهیتی به غیر از روشنایی ندارد. وقتی چراغ روشن شد می گوییم: چراغ روشن است و ما از روشنایی آن برخوردار هستیم و از آن فروغ و پرتو می گیریم. با این مثال حقیقت مطلب برای تو روشن می شود». عمران گفت، سرورم، من بر این باور بودم که خدا با خلق آفرینش تغییر یافته است و در حال او دگرگونی پدید آمده است. (پس از سکوت به نطق تحول یافت). امام فرمود: ای عمران، اینکه بگویی خداوند به گونه ای دچار تغییر شده است، یعنی از آنچه ذات مقدس او است متأثر گردید و تحول یافت، محال است. ای عمران آیا دیده ای که تغییر آتش موجب دگرگونی ذات او گردد یا می پنداری که گرمای خود را می سوزاند و (خود را دچار تغییر می کند) یا می پنداری که بیننده ای در حین رویت بتواند دیدگان خود را ببیند؟ عمران گفت نه چنین باور نداشته و اینچنین امری را ندیده ام. سپس عمران پرسید آقای من! مرا آگاه فرما که آیا خداوند درون مخلوقات جای دارد یا مخلوقات درون اویند؟ امام فرمود: ای عمران خدا برتر از آن است که می گویی، خداوند نه درون خلق و نه خلق درون اویند و خداوند برتر از آن است. اینک من رابطه ی خدا با مخلوقات را به تو می آموزم. و لا قوه الا بالله.

ای عمران به من بگو، آن هنگام که عکس تو در آئینه منعکس می شود تو در آئینه ای یا آینه در توست؟ اگر هیچ یک درون دیگری نیست چگونه به انعکاس عکس خودت در آینه استدلال

می‌کنی؟ (کدام سبب می‌شود تصویر خود را در آینه بنگری؟) عمران پاسخ داد: با آن پرتو و روشنایی که بین من و آینه وجود دارد. امام رضا(ع) فرمود: آیا پرتوی که در آینه می‌بینی بیش از پرتوی است که در چشم خود می‌بینی؟ عمران گفت آری. امام گفت آن را نشان من بده. عمران دیگر نتوانست پاسخی بدهد. اما فرمود نتیجه آن نور است که نه در آینه است نه در تو، بلکه چیزی است جدا که شما را به یکدیگر مربوط ساخته است(و هم تو را و هم آینه را نشان می‌دهد). البته برای توضیح این حقیقت مثال‌های دیگری وجود دارد که افراد نادان را راهی بدان نیست(و **لله المثل الاعلی**) (صدوق، ۱۳۹۰: ۱۴۷-۱۴۰، نقل از ارزانی و ربانی ۱۳۹۱: ۶۳-۶۱).

اقدام عملی و انجام فرائض نیز می‌تواند از شیوه‌های مؤثر آموزش باشد و در رفتار و تفکر مخاطب اثر داشته باشد. در مناظره‌های امام رضا(ع) آمده است، هنگامی که امام با عمران صائبی مناظره می‌نمود و زمینه پذیرش در عمران آماده شده بود، وقت اذان و نماز رسید و امام رضا(ع) از ادامه مناظره خودداری کرد و برای اقامه نماز آماده شدند. عمران از ترس اینکه مبادا مناظره او با امام از سر گرفته نشود، اظهار داشت: آقای من رشته گفتگو را قطع مکن زیرا قلب من با تو سازگار است(برای پذیرش کلامتان نرم شده است). اما امام به او وعده دادند که مناظره بعد از نماز پی گرفته می‌شود(صدوق، ۱۳۹۰: ۱۴۷) بر اثر همین رفتار علمی و عملی امام، عمران صابی شهادتین گفت، در برابر پروردگار به سجده افتاد و مسلمان شد(مکارم، ۱۳۸۸: ۶۴-۶۳) و روشن است که منطق و هدف امام از بحث‌ها و مناظره‌ها، تبیین و اجرای تعالیم الهی بود (عمادزاده، ۱۳۶۱: ۲۷۶-۲۷۸).

گام پنجم؛ مشارکت فراگیر

همانطور که در الگوی آشور گفته شد، یادگیری مؤثر هنگامی صورت می‌گیرد که مخاطبان و فراگیران برای رسیدن به هدف‌های مورد نظر مشارکت و همکاری بیشتری داشته باشند و بازخورد فعالیت خود را درک کنند که این کار سبب تصحیح خطاها و اشتباهات آن‌ها می‌شود و فراگیر به هدف آموزش نزدیک‌تر می‌گردد. در مناظرات رضوی نیز همیشه سعی شده است که افراد مناظره کننده در بحث و گفتگو مشارکت بیشتری داشته باشند و جنبه‌های مختلف موضوع را دریابند. به همین دلیل امام رضا(ع) سعی می‌نمودند با سوال از مخاطب، جنبه‌های مختلف موضوع را مشخص نموده و فراگیر و مخاطب را وادار به تفکر و تعمق نمایند. امام (ع) ضمن تحریک مناظره‌گر، از وی اطلاعات یا پرسشگری‌های بیشتر طلب می‌فرمودند. چنان که در مباحثات مشهود است، مخاطبان امام (ع) معمولاً، سؤال‌های خود را در یک عبارت



و حداکثر در چند عبارت کوتاه بیان می‌داشتند که عمدتاً جامعیت کافی نداشتند اما امام (ع) سعی می‌فرمودند مخاطب را ضمن وادار کردن به فکر و تعمق، به سمت جامعیت سؤال بکشانند؛ چرا که در مناظره، هدف، تکامل شکل‌گیری ذهنیت مخاطب از موضوع یا مشکل مطرح شده است نه صرفاً پاسخگویی؛ چنان‌که می‌توان اذعان داشت اهمیت شکل‌گیری تکامل ساختار ذهنی مخاطب از مسئله، وی را خود به خود، برای گرفتن بی‌کم و کاست پاسخ هدایت می‌کند که در غیر این صورت، هر چند پاسخ صحیح داده شود، پس از مدتی، با همان سؤال ناقص با ساختاری متفاوت، شبهه‌ی مجدد در ذهن شکل می‌گیرد (هاشمی اردکانی و میرشاه جعفری، ۱۳۸۷: ۱۹-۱۸).

امام رضا(ع) در مناظرات خود با افراد مختلف سعی می‌نمود تا حضار را نیز در فرآیند مناظره و آموزش دخیل کند و حقانیت عقاید و اعتقادات خویش را هم بر مناظره شونده و هم سایر مخاطبان اثبات نماید. به صورت کلی می‌توان گفت که مشارکت فراگیران و مخاطبان اعم از فرد مناظره کننده و سایر افراد در مناظرات رضوی به خوبی قابل مشاهده است زیرا درگیر نمودن تمام افراد در بحث باعث می‌شود تا آن‌ها بهتر و بیشتر توجه و دقت نمایند و پذیرش و یادگیری بهتری در مورد آن‌ها انجام پذیرد.

در مناظره ی امام رضا(ع) با جاثلیق امام(ع) پس از تأیید نبوت در مورد شهادت علمای انجیل سؤال می‌کند و او همگی را حق می‌داند، سپس امام می‌فرماید: «آیا می‌دانی که متی گفته است: مسیح، فرزند داود بن ابراهیم بن اسحاق بن یعقوب بن یهوذا بن خضرون است و مرقابوس درباره اصل و نسب عیسی بن مریم (س) گفته است: او «کلمه» خداست که خداوند او را در جسد انسانی قرار داد و به صورت انسان درآمد و الوقا گفته است: عیسی بن مریم (س) و مادرش انسان‌هایی بودند از خون و گوشت که روح القدس در آنان حلول کرد و در ضمن قبول داری که از جمله مطالب عیسی درباره خودش، این است که فرموده: ای حواریون! به راستی و صداقت برایتان می‌گویم: هیچکس به آسمان نخواهد رفت، جز آنکه از آن فرود آمده است مگر آن شترسوار، خاتم الأنبیاء، که او به آسمان صعود می‌کند و فرود می‌آید، نظرت درباره این سخن چیست؟ جاثلیق گفت: این سخن عیسی است و ما آن را انکار نمی‌کنیم، حضرت فرمودند: نظرت درباره شهادت و گواهی الوقا، مرقابوس و متی درباره عیسی و اصل و نسب او چیست؟ جاثلیق گفت: به عیسی افترا زده اند، حضرت به حضار فرمودند: آیا (همین الان) پاکی و صداقت آنان را تأیید نکرد و نگفت آنان علمای انجیل هستند و گفتارشان حق است و حقیقت؟! جاثلیق گفت: ای دانشمند مسلمین، دوست دارم مرا در مورد این چهار نفر معاف داری، حضرت فرمودند: قبول است، تو را معاف کردیم» (ابن بابویه، ۱۳۷۲: ۳۳۱).

گام ششم؛ ارزیابی و تجدید نظر

در مرحله ششم از الگوی اشور میزان یادگیری و مؤثر بودن رسانه‌ها و مواد آموزشی با پرسش و محک زدن فراگیران و مخاطبان انجام می‌شود. همچنین بازبینی در عملکرد و میزان اثر گذاری مطالب بر مخاطبان در کنار تأثیر رسانه‌ها و شیوه‌ها و مواد آموزشی در این مرحله صورت می‌پذیرد. در مناظرات رضوی نیز می‌توان به صورت غیرمستقیم این مرحله را مشاهده نمود. به عنوان نمونه می‌توان بیان کرد که امام رضا(ع) از روش‌ها و شیوه‌های عقلانی در مناظره استفاده می‌نمود و معتقد بود که دفاع از هر قضیه‌ای باید مبتنی بر اصول عقلانی باشد. اگرچه ممکن است مغالطه و سفسطه بتواند در برخی موارد در اقتناع و آموزش مخاطب مؤثر باشد، ولی تأکید ایشان بر اصلاح روش و استفاده از اصول عقلانی در مناظره می‌بود(ارزانی و ربانی، ۱۳۹۳) به همین دلیل می‌توان گفت که مناظرات و احتجاج‌های امام هشتم(ع) بستری برای رشد، تعالی و برانگیخته شدن روحیه حق جویی نهفته در فطرت طرف‌های مناظره شد و علوم اسلامی با آن نشر پیدا کرد. این روش شناسی نمود عینی مجادله احسن و دوری از مرء و جدال‌های تخریبی است(میراحمدی و رضایی پناه، ۱۳۹۵: ۹۲). به عبارت کلی پیشرفت و یادگیری مخاطبان در مناظره، نشان از ارزیابی و در صورت لزوم، تجدید نظر در شیوه‌ها و مراحل الگوست. همان طور که اشاره شد نمونه این امر را در مناظره ایشان با سلیمان مروزی می‌بینیم که امام عمران صائبی را که از تازه مسلمان شده‌ها بود و خود در جلسه مناظره پذیرای اسلام شده بود، وارد صحنه مناظره با سلیمان می‌کند و به گونه‌ای از او ارزیابی به دست می‌آورد و او در مناظره در رابطه با «بداء» پیروز می‌شود(طبرسی، ۱۴۰۳، ج ۲: ۳۷۳).

امام رضا(ع) با پیمودن راه اعتدال در مناظرات خویش و دوری از تمسخر و دروغ‌گویی و مغالطه کاری، و پرهیز از نقد شخصیت افراد، توانسته‌اند توجه مخاطبان را به سوی خویش جلب کنند و تغییرات لازم را در رفتار و سطح یادگیری آن‌ها مشاهده نمایند. توجه به این نکته و دوری از آن، یعنی خروج از اعتدال و توسل به سخنان دروغ، تحریف یا مغالطه -آنچنان که جاثلیق نصرانی از تنها فرصتی که برای نقد امام پیش آمده سریع استفاده کرده و حضرت را به داشتن ضعف متصف می‌کند- می‌تواند توجه مخاطبان را به سوی حق مداری طرف مناظره کننده جلب کند و از متمایل شدن مناظره علمی به یک دعوای شخصی و جناحی جلوگیری کند(صادقیان، ۱۳۸۸: ۶۶-۶۵).

۶- نتیجه گیری

در این نوشتار، با توجه به جریان مناظره‌های امام رضا(ع) و کیفیت و تنوع آن‌ها، روش‌های



مناظراتی امام رضا (ع) به عنوان یک الگوی آموزشی مورد نظر قرار گرفت که همواره می‌توان از آن نتیجه گرفت و به عنوان یک روش یاددهی - یادگیری در مکان‌ها و زمان‌های آموزشی مختلف استفاده کرد.

مناظره علاوه بر اینکه یک روش تبلیغ و اشاعه‌ی فرهنگ دینی است، در سایر مباحث علمی و آموزشی نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد و به عنوان یک الگوی آموزشی مورد بررسی و استفاده قرار گیرد. استفاده از الگوهای آموزشی به تسهیل فرآیند یادگیری و ساده‌سازی درک مفاهیم کمک می‌کند. آنچه در این متن ارائه شد، تحلیل مناظرات رضوی با توجه به الگوی آموزشی و یاددهی - یادگیری اشور (Assure) بود که گام‌های مختلف الگو در مناظرات ردیابی شد و تحلیل و بررسی گردید.

مطابق با مراحل الگوی اشور در اولین گام، ویژگی‌ها و خصوصیات فراگیران مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد که در مناظرات رضوی نیز امام رضا(ع) متوجه شناخت ویژگی‌های مخاطبان بود و همیشه قبل از مناظرات از مخاطبان درخواست می‌نمود تا سوالاتی که دارند بیان کنند تا سطح فکری و علمی و ویژگی‌های آن‌ها برای امام بهتر مشخص شود. در گام دوم از الگو تعیین اهداف صورت می‌گیرد که در مناظرات رضوی به خوبی اثبات برتری و حقانیت دین اسلام و اقناع فکری و اخلاقی مخاطبان و رسیدن به یک خودآگاهی در مخاطب و دست یافتن به یک فهم انتقادی و روشن از موضوعات مد نظر بوده است.

در سومین گام از الگوی نامبرده که انتخاب رسانه، مواد و روش آموزشی است، امام رضا(ع) برای اثرگذاری بهتر و بیشتر از مستندات قابل قبول در قالب وزن و آهنگ متناسب و لحن آرام و دلنشین برای این امر استفاده کرده است. همچنین مناظرات ایشان سرشار از براهین و احتجاجاتی است که با رعایت انصاف بیان می‌شده است. رسانه‌ها و مواد آموزشی مناظرات امام رضا(ع) را می‌توان، قرآن، کتب آسمانی و کتاب‌های مورد قبول مخاطبان، شعر، ضرب‌المثل و آیات و نشانه‌های الهی برشمرد که در مرحله چهارم از الگو و کاربرد رسانه‌ها و مواد به خوبی از این مواد و روش‌ها استفاده شده است. مرحله پنجم از الگو که مشارکت فراگیران است در تمام مناظرات رضوی قابل بازبینی و ردیابی است. چرا که ایشان همیشه سعی می‌نمود تا طرف‌های مناظره به خوبی در جریان بحث و گفتگو وارد سازد و با درگیر ساختن آن‌ها در جریان مناظره به خوبی به اقناع و آموزش آن‌ها دست یابد. حتی در برخی مناظرات آمده است که امام رضا (ع) حاضار و شنوندگان حاضر در مناظره را نیز در جریان آموزش و گفتگو مشارکت می‌داده است. آخرین گام از الگوی نامبرده، ارزشیابی و تجدید نظر است که در آن میزان اثربخشی و تغییر رفتار و سطح یادگیری مخاطبان مورد بررسی قرار می‌گرفته است و در مناظرات امام رضا(ع)

نیز ایشان با پرسیدن سوال و در خواست اینکه اگر دیگر سوالی باقی مانده است، مخاطبان را مورد آزمون قرار می‌داده است. همچنین با شیوه‌هایی که به کار می‌برده است تغییرات رفتاری و فکری - ذهنی مخاطبان را مدنظر داشته و در مناظرات بعدی و دیگری از شیوه‌های متفاوت استفاده نموده‌اند. در نتیجه می‌توان گفت که امام رضا(ع) از طریق مناظرات خویش و توجه به همه ویژگی‌های گفته شده در تمام مناظرات خویش توانسته است به اهداف خود دست یابد و مخاطبان را اقناع کرده و بر آن‌ها پیروز گردد. بنابراین نگاه آموزشی به مناظرات امام رضا(ع) برای اقناع و تبلیغ دین و تحلیل‌های آن، می‌تواند در همه زمان‌ها در برابر سایر شیوه‌ها سودمند و کارساز بوده و زمینه ساز نیل افراد به درک جامع و بهتری از معارف دین و در نهایت رشد و تعالی آن‌ها در پرتو این شیوه‌ی آموزش گردد.

کتابنامه

قرآن کریم

۱. ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۷۲)، عیون اخبار الرضا علیه السلام. مترجم علی اکبر غفاری، تهران: نشر صدوق.
۲. ابن فارس، احمد (۱۴۰۴)، معجم مقاییس اللغة، قم: مکتبه الأعلام الإسلامی.
۳. ابن منظور، محمد بن مکرّم (۱۴۱۴)، لسان العرب، بیروت: انتشارات دار الفکر.
۴. احمدغلوّش، احمد (۱۹۸۷)، الدعوه الاسلامیه، اصولها و وسائلها، بیروت: دارالکتب البنانی.
۵. ارزانی، حبیب رضا، ربانی اصفهانی، حوریه (۱۳۹۱)، «سبک ارتباطی اخلاقی رضوی در تعامل با پیروان ادیان با تکیه بر مناظرات امام(ع)»، فصلنامه علمی - ترویجی اخلاق، سال ۲، شماره ۶، صص ۶۶-۳۹.
۶. ارنشتاین، الن سی و فرانسس پی هانکینز (۱۳۸۴)، مبانی، اصول و مسائل برنامه درسی، ترجمه ی قدسی احقر، جدل اول، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
۷. آمدی تمیمی، عبد الواحد (۱۳۶۶)، تصنیف غرر الحکم و دررالکلم، چاپ اول، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
۸. بینگلر، اتولر (۱۳۶۷)، ارتباطات اقناعی، ترجمه علی رستمی، تهران، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه ای صداوسیما.
۹. نقی زاده، حسن و رضا زاد، علییه (۱۳۸۶)، «مناظرات امام رضا(ع)، ویژگی ها و روش ها»، فصلنامه ی مشکوه، شماره ۱۳، صص ۱۲۵-۱۰۷.
۱۰. تهاونی، محمد (۱۹۹۶)، کشف اصطلاحات الفنون و العلوم، چاپ اول، بیروت: کتابخانه ناشرون.
۱۱. خاکپور، حسین (۱۳۹۳)، «نقش و آثار مدیریت فرهنگی امام رضا بر جامعه شیعه»، فصلنامه فرهنگ رضوی، سال دوم، شماره هشتم.
۱۲. دریسواوی، سمیه و فقیهی، علی نقی (۱۳۹۴)، «شیوه‌های تربیتی در گفتمان معصومین(ع) با تأکید بر سیره رضوی(ع)»، مجموعه مقالات همایش خانواده و سبک زندگی، از سری برنامه‌های چهاردهمین جشنواره بین المللی امام رضا(ع)، مشهد: کمیته امداد امام خمینی(ره).

۱۳. دهخدا، علی اکبر (۱۳۶۶)، لغت‌نامه‌ی دهخدا، تهران: موسسه‌ی دهخدا.
۱۴. راغب اصفهانی، ابوالقاسم (۱۳۶۲)، المفردات فی غریب الفاظ القرآن، چاپ دوم، تهران: کتابفروشی مرتضوی.
۱۵. رزمجو، حسین (۱۳۷۰)، انواع ادبی و آثار آن در زبان فارسی، چاپ اول، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
۱۶. سپنجی امیر عبدالرضا؛ مومن دوست نفیسه (۱۳۹۰)، «اقتناع و تغییر نگرش، جایگاه آن در سیره ی ارتباطی امامان معصوم(ع)؛ مروری بر مناظرات مکتوب حضرت امام رضا(ع)»، دو فصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات، سال ۱۸، شماره ۲، پیاپی ۴۰، صص ۱۴۴-۱۱۷.
۱۷. سجادی، سید مهدی (۱۳۸۰)، تبیین رویکرد استنتاج در فلسفه تعلیم و تربیت، تهران: انتشارات امیر کبیر.
۱۸. سلاحی، عزیز؛ عباس، تکیه(بی تا)، تبلیغات بازرگانی، تهران: مدرسه عالی بازرگانی.
۱۹. سورین، ورنر، تانکار، جیمز (۱۳۸۶)، نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، چاپ سوم، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۲۰. شمیسا، سیروس (۱۳۸۵)، انواع ادبی، تهران: انتشارات میترا.
۲۱. شهید ثانی (۱۳۷۴)، منیه المرید فی آداب الفمید و المستفید، مترجم سید محمد باقر حجتی، قم: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۲۲. صادقی نیری، رقیه؛ حاجی زاده، مهین (۱۳۹۰)، «روش های دعوت و تبلیغ قرآنی از دیدگاه علامه طباطبایی»، مجله پژوهش های دینی، دوره - شماره ۲۲، صص ۱۹۲-۱۶۵.
۲۳. صادقیان، محمد (۱۳۸۸)، «نگاهی بر شیوه مناظره امام رضا(ع) با بزرگان ادیان»، نشریه مشکوه، شماره ۱۰۲، صص ۶۰-۷۶.
۲۴. صدرحاج سید جوادی، احمد (۱۳۷۵)، دایره المعارف تشیع، چاپ اول، تهران: نشر شهید محبی.
۲۵. صدوق، محمدبن بابویه (۱۳۸۷)، التوحید، قم: انتشارات مکتب الصدوقی.
۲۶. همان (۱۳۹۰)، عیون اخبارالرضا(ع)، قم: انتشارات پیام علمدار.
۲۷. ضیغم زیدی، سیدعلی (۱۳۹۰)، «مناظره و ویژگی های مناظرات امام رضا(ع)» نشریه پیام بلیغ، سال ۵، شماره ۶، صص ۱۹۰-۱۵۹.
۲۸. طبرسی، احمد بن علی (۱۴۰۳)، الإحتجاج، مشهد: انتشارات مرتضی.
۲۹. عطاردی، عزیزالله(بی تا)، اخبار و آثار امام رضا(ع) بی جا.
۳۰. عمادزاده، حسین (۱۳۶۱)، زندگانی حضرت امام رضا(ع)، تهران: انتشارات گنجینه محمد.
۳۱. فراهیدی خلیل بن احمد (۱۴۰۹)، العین، قم: نشر هجرت.
۳۲. فرددانش، هاشم (۱۳۸۳)، مبانی تکنولوژی آموزشی، تهران: انتشارات سمت.
۳۳. قرشی، محمدباقر شریف (۱۳۸۲)، پژوهشی دقیق در زندگانی امام علی بن موسی الرضا(ع)، ترجمه سیدمحمد صالحی، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۳۴. کلینی، محمدبن یعقوب (۱۴۰۷)، اصول کافی. تهران: دارالکتب الإسلامیه.
۳۵. محمودی، مرضیه؛ خاکپور، حسین؛ گلی، مهرناز؛ نوری، ابراهیم (۱۳۹۴)، «اخلاق مناظراتی و مناظرات اخلاقی در سیره رضوی و شیوه ی بکارگیری آن در کرسی های آزاد اندیشی»، فصلنامه ی اخلاق زیستی، سال ۵، شماره ۱۵، صص ۱۹۴-۱۶۳.

۳۶. مرادی، حجت‌الله (۱۳۸۴)، افق‌سازی و ارتباطات اجتماعی، چاپ دوم، تهران: نشر ساقی.
۳۷. مردانی نوکنده، محمدحسین (۱۳۹۱)، «ضرورت و چیستی مناظرات و مباحثات امام رضا(ع)»، مجموعه مقالات درآمدی بر مناظرات امام رضا(ع)، تهران: دبیرخانه دائمی جشنواره بین‌المللی امام رضا(ع).
۳۸. معین، محمد(بی‌تا)، فرهنگ معین، چاپ هشتم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۳۹. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۸)، مناظرات تاریخی امام رضا (ع) با پیروان مذاهب و مکاتب دیگر، چاپ دوم، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
۴۰. مهدویان، محبوب و رحیم زاده، کبری (۱۳۸۹)، «شیوه‌ی آموزشی مناظره در سنت و قرآن»، نشریه منهای، سال ۶، شماره ۱۰، صص ۱۵۹-۱۴۳.
۴۱. مؤذنی، علی محمد؛ احمدی، محمد (۱۳۹۳)، «درآمدی بر جایگاه فرآیند افق‌اندازی در فن خطابه و مطالعات ادبی»، نشریه‌ی پژوهش‌نامه‌ی نقد ادبی و بلاغت، سال ۳، ش ۲، صص ۱۱۱-۹۳.
۴۲. میراحمدی، منصور؛ رضایی پناه امیر (۱۳۹۵)، «تحلیل گفتمان مناظره‌ها و مجادله‌های حضرت رضا(ع) با دگرهای گفتمانی (مبانی قرآنی کلامی ساخت بندی هویت اسلامی)»، فصلنامه فرهنگ رضوی، سال ۴، شماره ۱۴، صص ۹۶-۷۵.
۴۳. نوروزی، داریوش؛ رضوی، سیدعباس (۱۳۹۳)، مبانی طراحی آموزشی، چاپ چهارم، تهران: انتشارات سمت.
۴۴. هاشمی اردکانی، سید حسن و میر شاه جعفری، سید ابراهیم (۱۳۸۷)، «روش مناظره علمی در سیره آموزشی امامان معصوم(ع)، (مطالعه موردی مناظرات امام رضا(ع))»، دو فصلنامه‌ی علمی- تخصصی تربیت اسلامی، سال ۳، شماره ۷، صص ۲۱-۷.

45. Chan, Irene(2008). " Instructional Design Methodologies" In Kidd, Terry T. and Song, Holim(Eds), Handbook of research on Instructional system and Technology. New York: Information Science Reference

46. Lesser, Laurie (2011), Persuading Your Audience, USA: Brandeis

منابع الکترونیکی:

- کتابخانه دیجیتال تبیان (آنلاین)، «عصر تبلیغ در پیکره‌ی دین»، بازبینی شده در ۱۳۹۶/۵/۲۰، قابل بازبینی در آدرس؛ <http://library.tebyan.net/fa/Viewer/Text/0#2/81333>