

Investigating the Effect of the Element of "Emotion" in the Persuasive Forms of Imam Reza's Encounter with the Audience with a Look at Cognitive Psychology

Received: 2024/07/01

Accepted: 2024/11/17

Seyyd Motaba Ahmadpanah*
(11-33)

One of the models that can take cognitive psychology knowledge out of the explanatory limitations of the cognitive process is the emotion element. The issue of the present research is to prove the relationship between the emotional factor and the formation of knowledge, and this assessment will be clarified by the explanation that will be made of the relationship between the emotion element and the audience's persuasion and its six-component process. The use of the emotional factor and how it affects the audience can be extracted from Razavi's teachings and it can be considered an efficient model in the development of cognitive psychology. In this research, it will be proven that the four cognitive-persuasive formats of "dynamic listening to the audience's words", "stimulating emotions", "ignoring" and "special attention" with a stimulating factor such as the emotion element provide the basis for the six-component process of persuasion, and the audience will progress from the stage of awareness to action depending on their readiness. The present research aims to present this issue in a descriptive and analytical manner, considering the function of the emotion element in conveying knowledge and intellectual persuasion of the audience, by referring to Razavi's (AS) words and character.

Keywords: Imam Reza's Life and Words, Emotion, Persuasion, Audience, Cognitive Psychology.

*. PhD in Education, majoring in Theoretical Foundations of Islam, Qom University of Islamic Education, Qom, Iran.



بررسی تأثیر عنصر «عاطفه» در قالب‌های اقتناعی مواجهه امام رضا علیه السلام با مخاطب با نگاهی به روانشناسی شناختی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۱

اریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۷

سیدمجتبی احمدی پناه*

(۱۱-۳۳)

چکیده

یکی از الگوهایی که می‌تواند دانش روانشناسی شناختی را از محدودیت‌های تبیینی فرآیند شناخت خارج کند عنصر عاطفه است. مسئله پژوهش پیش رو اثبات ارتباط عامل عاطفی با صورت‌بندی معرفت است و با تبیینی که از نسبت عنصر عاطفه با اقتناع مخاطب و فرآیند شش جزئی آن صورت خواهد گرفت این ارزیابی روشن می‌شود. بهره‌گیری از عامل عاطفی و چگونگی تأثیر آن بر مخاطب را می‌توان از معارف رضوی استخراج نمود و آن را الگویی کارآمد در توسعه روان‌شناسی شناختی به حساب آورد. در این پژوهش اثبات خواهد شد که چهار قالب اقتناعی شناختی «شنیدن پویای سخنان مخاطب»، «تحریک احساسات»، «عدم اعتناء» و «توجه ویژه» با عامل محرکی چون عنصر عاطفه بستر فرآیند شش جزئی اقتناع را فراهم کرده و مخاطب بسته به آمادگی خویش از مرحله آگاهی تا کنش‌گری پیش خواهد رفت. پژوهش حاضر بر آن است که این مسئله را با توجه به کارکرد عنصر عاطفه در ابلاغ معرفت و اقتناع فکری مخاطب، با مراجعه به کلام و سیره رضوی علیه السلام به روش توصیفی و تحلیلی ارائه کند.

واژگان کلیدی: سیره و کلام امام رضا علیه السلام، عاطفه، اقتناع، مخاطب، روان‌شناسی شناختی.

*. دانش‌آموخته دکتری مدرسی معارف اسلامی، گرایش مبانی نظری اسلام، دانشگاه معارف اسلامی، قم، ایران.

مقدمه

شناخت‌گرایی به‌عنوان رویکردی جدید در علم روان‌شناسی مدعی است رفتار انسان را می‌توان با توجه به نحوه تفکر او درک کرد. (استرنبرگ: ۱۳۹۳، ص ۲۸) «شناخت» در آثار روان‌شناسی شناختی، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم علوم شناختی، به «نوعی آگاهی برآمده از سیستم حواس و اعضا و اعصاب و ظاهر شده در رفتارها» تفسیر می‌شود (برمودس: ۱۳۹۵، ص ۷۸ و Balota: 2004, pp 364-365). این شناخت بر اساس تماس با دنیای بیرونی آغاز شده و در نتیجه بازنمایی ما از دنیا صرف یک ثبت منفعلانه نیست؛ بلکه ساخت فعالی است که بر اساس تصمیم‌گیری ما برای استفاده از اطلاعات به دست آمده شناخت را میسر می‌کند (رید: ۱۳۹۵، ص ۵۴).

دانش روان‌شناسی شناختی امروز، بیشتر با مبانی فیزیکی‌الیستی به معنای جسمانی‌انگاری همخوانی دارد؛ اما در دیگر سو، حکمت اسلامی معتقد به سیر تحولی نفس انسانی است (رک؛ صدرالدین شیرازی: ۱۴۲۸، ۸: ۳۸۴). ضروری است با برقراری گفتگو میان این دو زمینه، راهی برای تبیین هرچه بیشتر از فرایند شناخت و نیز میزان دخالت عنصر عاطفه در این فرایند اتخاذ و ابعاد مختلف آگاهی‌ها و حالات روانی - نفسانی انسان روشن شود.^۱ بنابراین به‌کارگیری الگوهای جدید و عدم اکتفا به علوم طبیعی در مسئله شناخت ضروری به نظر می‌رسد (باقری: ۱۳۷۸: ۲۸۵). بر این اساس فرآیند شناخت در علم روان‌شناسی شناختی با محدودیت‌های زیادی روبروست و به نظر می‌رسد به دلیل همین نقص اندیشمندان معاصر مشکل اصلی روان‌شناسی شناختی را غفلت از عناصری مانند عاطفه، قصد و جنبه‌های دیالکتیکی فکر دانسته و معتقدند این علم باید با کنار گذاشتن الگوهای قدیمی به تبیین پدیده‌های روانی مذکور بپردازد (همان، ۲۸۰).

یکی از الگوهای جدید که می‌تواند سبب توسعه قلمروی علم روان‌شناسی شناختی شده و

۱. لازم به توضیح است مفهوم روان در روان‌شناسی شناختی اصولی کاملاً مادی دارد برخلاف مفهوم نفس که در معارف اسلامی به معنای حقیقت انسان بوده و همه ابعاد جسمانی و غیر مادی او را در بر می‌گیرد.

این دانش را تا حدی از محدودیت تحلیل‌های مادی‌انگارانه خارج کند عنصر عاطفه است و با تبیینی که از نسبت عنصر عاطفه با اقناع مخاطب و فرآیند شش جزئی آن صورت خواهد گرفت این مسئله روشن می‌شود.

عنصر عاطفه در اقناع مخاطب^۱ مؤثر است، چرا که عاطفه و حالات عاطفی از سنخ علم حضوری بوده (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ۱: ۱۷۷) و به دلیل آنکه علم حضوری منبع و منشأ علم حصولی می‌باشد (جوادی آملی، ۱۳۷۹: ۵۶) اگر امری به نحو حضوری برای شخص مخاطب ایجاد شود، می‌تواند منشأ علم حصولی برای شخص باشد. با این بیان می‌توان گفت عنصر عاطفه به‌عنوان نیروی محرک، در شش بعد سازمان ادراکی و رفتاری مخاطب تأثیر داشته و او را به حرکت می‌آورد. این شش جزء که عناصر تشکیل‌دهنده فرآیند تغییر دیدگاه مخاطب را تشکیل می‌دهد عبارت است از «دانش، بینش، نگرش، گرایش، منش و کنش» که بسته به آمادگی مخاطب او را به حرکت در می‌آورد. منطق این تبیین در شش مقطع، تبدل حالات نفسانی است که از حصول آگاهی (دانش) آغاز و سپس با استقرار و نفوذ در ساحت‌های نفس، در نهایت به صدور فعل (کنش) ختم می‌شود و این همان توضیح مختصر رابطه علم و عمل از منظر حکمت اسلامی است (ر.ک: قاسمی، ۱۳۸۹: ۵۹ و ۶۰). بنابراین عامل عاطفی، پذیرش مخاطب نسبت به محتوای مدنظر القاء‌کننده را تسهیل می‌کند. به بیان دیگر، اگر امر معرفتی با کاربست عامل عاطفی برای مخاطب حاصل شد؛ راه برای پذیرش او نسبت به متعلق معرفت‌القایی هموار می‌شود.

استفاده از این روش در سیره اهل بیت^ع و به‌ویژه امام هشتم^ع وجود دارد و بر این اساس تلاش خواهد شد عنصر عاطفه و احساسات و تأثیر آن در اقناع فکری مخاطب با فحص در گفتار و رفتار حضرت رضا^ع استخراج گردد. قالب‌های مورد بحث در دو حوزه گفتاری مانند شنیدن پویای سخنان مخاطب (ابن بابویه، ۱۳۹۸: ۴۴۵)، تحریک عواطف و احساسات مخاطب (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۱: ۱۷۰) و قالب‌های رفتاری مثل عدم اعتناء به

۱. این اصطلاح (اقناع)، قابلیت تحقق در هر دو زمینه عاطفی و شناختی را دارد. در قسمت مفهوم‌شناسی به تفصیل درباره این مطلب توضیح داده خواهد شد.

مخاطب (طبرسی، ۱۴۰۳، ج ۲: ۴۴۱) و توجه ویژه به او (راوندی، ۱۴۰۹، ج ۲: ۶۶۲) ارائه می‌گردد.

لازم به توضیح است که در پژوهش پیش رو امتداد فعالیت در حوزه روان‌شناسی شناختی از مرز علوم طبیعی و تحلیل‌های مادی‌انگارانه به سمت تبیین جامع شناخت بر اساس آموزه‌های معرفتی اسلامی با توجه به معارف رضوی علیه السلام در دستور کار خواهد بود و ارتباط عامل عاطفی با صورت‌بندی معرفت در قالب‌های اقناعی رضوی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به بیان دیگر در پژوهش پیش رو رویکرد شناختی در تحلیل قالب‌های اقناعی مداخله حداکثری داشته اما در روش استخراج از آموزه‌های رضوی دخالت خاصی ندارد. بنابراین نگاه مقاله حاضر به علوم شناختی نگاهی درجه دوم بوده و محور اصلی، کلام و سیره امام ۷ در اقناع مخاطب است که مشتمل بر بهره‌برداری از دانش روانشناسی شناختی می‌باشد. به بیانی دیگر می‌توان گفت این محتوا و فنون در منابع حکمت و اندیشه اسلامی و نیز منابع فرهنگ شیعی، یعنی قرآن و سنت به شکل عمیق‌تر و دقیق‌تر در دسترس محققان قرار دارد.

۱. پیشینه تحقیق

با توجه به جستجوی انجام شده در پژوهش‌های اخیر این موضوع دارای سابقه پژوهشی نیست، اما در زمینه‌های مشابه مواردی یافت می‌شود. از آن جمله می‌توان به مقاله «بررسی سیره تربیتی امام رضا علیه السلام بر اساس سه بعد بینش، گرایش و منش» از خانم زهرا عطاری و مقاله «بررسی رویکرد روانشناختی در اشعار دعبل خزاعی در تطبیق با عنصر عاطفه در نگارگری دوره عباسیان» از آقای عبدالکریم البوغبیش اشاره کرد.

آنچه پژوهش پیش رو را از این دو مقاله متمایز می‌کند تمرکز بر نقش عنصر عاطفه در اقناع مخاطب با استفاده از کلام و سیره رضوی است که با نگاهی به دانش روانشناسی شناختی تلاش شده در جهت توسعه این علم به سمت دستاوردهای جامع معارف اسلامی در زمینه ابعاد مختلف آگاهی‌ها و حالات روانی - نفسانی انسان قدمی برداشته شود.

۲. مفهوم شناسی

توضیح اجمالی درباره مفاهیم محوری پژوهش پیش رو که عبارت است از سیره و کلام امام رضا^ع، عاطفه، اقناع و مخاطب سبب روشن شدن موقعیت تحلیل‌ها و مرتفع شدن ابهامات علمی احتمالی خواهد شد.

۲-۱. سیره و کلام امام رضا^ع

سیره بر وزن (فعله) یعنی عملی را به شکل خاصی انجام دادن (مصطفوی، ۱۳۷۵، ج ۵: ۲۸۸) و اصل آن از واژه «سیر» بوده و به معنای روش در چیزی یا سنتی است (ابن فارس، ۱۴۰۴، ج ۳: ۱۲۰ و ۱۲۱). سیره در اصطلاح به معنای منطق عملی و اصول پایداری است که سبک رفتار را در یک حوزه معین تعیین کرده و دارای دو ویژگی اساسی قاعده‌مندی و الگوپذیری است (کارخانه، ۱۳۹۲: ۱۹).

فقهای امامیه با توسعه اصطلاح سنت معتقدند قول و فعل و تقریر معصوم حجت است، چرا که حجیت قول آل‌ال‌بیت^ع تنها از باب وثاقت آن‌ها نبوده و کلام آن‌ها به دلیل آنکه از سوی خدای متعال منصوب هستند برای همه مسلمین واجب‌الاتباع است (مظفر، ۱۳۷۳، ج ۳: ۶۱).

نسبت سیره با سنت معصوم که متشکل از قول و فعل و تقریر معصوم است عام و خاص می‌باشد، به این معنا که سیره جزئی از سنت است اما با دو ویژگی قاعده‌مندی و الگوپذیری (کارخانه، ۱۳۹۲: ۲۳). به این ترتیب پژوهش پیش رو در دو بخش سیره امام هشتم^ع به معنای رفتار ایشان با دو ویژگی مذکور و کلام حضرت^ع به معنای محتوای گفت‌وگوی امام هشتم^ع با مخاطب به بررسی قالب‌های اقناعی خواهد پرداخت.

ایشان با به‌کارگیری روش‌های اقناعی تلاش کردند با برطرف کردن موانع ادراکی مردم و توجه نفوس آن‌ها به مسائل کلان اعتقادی همچون توحید و ولایت، نگرش آن‌ها تغییر کند و به ایجاد یک باور پایدار منجر شده و در نتیجه ایمانی حاصل شود که منشأ پذیرفتن و تسلیم قلبی و عملی باشد. بخشی از این قالب‌های شناختی با محوریت عنصر روانشناختی عاطفه و احساسات بر ذهن و جان مخاطب تأثیر می‌گذاشته و با آگاهی بخشی به مخاطب

در گرایش به جبهه حق و استحکام نگرش او ایفای نقش نموده و بسته به میزان پذیرش مخاطب در یکی از اجزای شش گانه فرآیند اقناع تأثیر گذاشته است.

۲-۲. عاطفه^۱

عاطفه به معنای به «حرکت درآوردن» یا «برانگیختن و تحریک» است و در کاربرد عمومی معنای احساسات درونی و فردی می‌باشد. عاطفه نوعی آمادگی روانی یا روانشناختی است که از تمرکز و ترکیب مجموعه‌ای از احساسات و هیجان‌ها درباره موضوع معین به وجود می‌آید (شعاری نژاد، ۱۳۹۰: ۵۸۴). می‌توان گفت نتیجه کاربرد عاطفه در مواجهه با مخاطب منجر به ایجاد تعلق خاطر در او می‌شود. به این تعلق خاطر دل‌بستگی گفته می‌شود. دل‌بستگی به معنای رابطه‌ای عاطفی است که سبب پیوند فردی با فرد دیگر می‌شود (کریستین، ۱۳۸۵: ۴۶۷).

۲-۳. اقناع

اقناع از ماده «ق ن ع» به معنای اقبال به چیزی بوده (ابن فارس، ۱۴۰۴، ج ۵: ۳۲) و راضی کردن و خرسند نمودن معنا شده (معین، ۱۳۸۲، ج ۱: ۲۹۴) و قانع به معنای فرد خرسند است (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۱۱: ۱۷۳۹۴).

اقناع یا ترغیب در اصطلاح به کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌ها گفته می‌شود (گیل، ۱۳۸۴: ۵۱). بنابراین، اقناع فرآیندی است که با تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی و غیرکلامی ذهنیت افراد را غالباً با هدف تغییر رفتار و وادار کردن آن‌ها به عمل معینی تحت تأثیر قرار می‌دهد (بینگلر، ۱۳۷۶: ۱۰). این اصطلاح (اقناع)، قابلیت تحقق در هر دو زمینه عاطفی و شناختی را دارد. یعنی اشخاص گاه در اثر حصول آگاهی به امری و گاه در اثر حالت انفعال عاطفی، نسبت به امری حالت سکون و قنوع می‌یابند. این حالت زمینه تداوم القاء آگاهی‌های مضاعف برای تحکیم باور و پیدایش گرایش و در نهایت رفتار مطلوب را فراهم می‌کند.

ارتباط آگاهی (به هر شکل ممکن آن)^۱ با رفتار، امری بدیهی است. اما فرایند تبدیل علم به عمل (آگاهی به رفتار) به روش‌های مختلف تبیین شده است. در این میان نباید از اجزاء عامل در این فرایند (قدرت، اختیار و...) غفلت کرد (عابدی آرانی، ۱۴۰۲: ۱۶۷ و ۱۶۸).

فرآیند اقناع و تغییر دیدگاه مخاطب در علوم حکمت اسلامی، روان‌شناسی و اخلاق اسلامی با عنوان مبادی رفتار و فعل ارادی انسان مطرح شده است. مبادی رفتار به معنای مقدماتی است که اعمال و رفتار انسان بر آن مبتنی است و علت بروز رفتارهای ویژه می‌شود (موسوی نسب، ۱۳۸۵: ۵۶). در علم اخلاق خُلق و عادت مبدأ رفتار است (نراقی، ۱۳۷۷، ج ۱: ۶۰)، در روان‌شناسی انگیزه به‌عنوان مبدأ رفتار معرفی شده است (شعاری نژاد: ۱۳۹۰: ۶۰۴). و در حکمت اسلامی مبدأ رفتار از طریق نفس بوده و علم، شوق و اراده از مبادی فعل ارادی است (صدرالدین شیرازی، ۱۴۲۸، ج ۶: ۲۹۰).

در معرفت‌شناسی اسلامی، علم، معرفت، آگاهی، شناخت و... همه به یک معنا هستند و آن «مطلق آگاهی» است (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ج ۱: ۱۵۶). این مطلق آگاهی، تقسیماتی دارد؛ نخستین تقسیم، حصولی و حضوری و سپس تصور و تصدیق و... است. مقصود از دانش در مبحث حاضر، تصورات و تصدیقاتی است که برای شخص نسبت به واقعیتی (خود شخص یا غیر خود شخص) محقق می‌گردد. حال اگر تصدیقات حاصل برای شخص، حول موضوع واحد به‌صورت گزاره‌های منسجم تدوین یابد، نام علم به معنای رشته علمی^۲ بر آن اطلاق می‌گردد (حق‌شناس، ۱۳۸۸: ۳۴۷). علوم شناختی، متمرکز بر فرایند تحقق و تولید و ایجاد تصورات و تصدیقات در ذهن اشخاص، هستند که توسط خود شخص یا عاملی خارج از خود شخص، پردازش و مدیریت می‌شوند (فردنبرگ، ۱۳۹۵: ۸۱ و ۸۴؛ برمودس، ۱۳۹۵: ۱۷۰ و ۱۷۱؛ کین، ۱۳۹۶: ۱۵۶-۱۶۰). در این فرایند، شکل‌گیری تصورات و سپس تصدیقات، یعنی همان مرحله تحقق «دانش، بینش و نگرش» مبدأ باورها و منشأ رفتارهای شخص است. ضمن این‌که عامل عاطفی، یکی از عواملی است که می‌تواند این تصورات و تصدیقات را شکل داده و مورد تأثیر و تغییر و تعلق شدید و... قرار دهد.

۱. حضوری یا حصولی، بسیط یا مرکب، حسی، عقلی، شهودی و... برگرفته از ظاهر امور یا حقایق باطنی.

۲. رشته علمی یا دیسیپلین "discipline" به معنای شاخه مستقل علمی یا زمینه یکپارچه از تخصص

با توجه به مطالب گفته شده به نظر می‌رسد فرآیند تغییر دیدگاه مخاطب را می‌توان دارای شش جزء «دانش، بینش، نگرش، گرایش، منش و کنش» دانست که باعث می‌شود آگاهی مخاطب به رفتار مورد نظر مدیر امت اسلامی رهنمون شود. دانش به معنای علم، بینش به معنای معرفت و شناخت راسخ و مؤثر (خسروپناه، ۱۳۹۶: ۵۳)، نگرش به معنای باور (شرف‌الدین، ۱۳۷۷: ۸۸)، گرایش به معنای اراده و تمایل به انجام کار (جلالی: ۱۳۸۰، ۵۱)، منش به معنای شخصیت (سیاسی، ۱۳۴۲: ۱۱۴) و کنش به معنای رفتار (خسروپناه: ۱۳۹۶: ۵۴) اجزای تشکیل‌دهنده این فرآیند هستند. به‌عنوان تطبیق این عناصر شش‌گانه بر مدعای پژوهش پیش رو می‌توان گفت؛ سه مرحله دانش، بینش و نگرش، مرحله علمی و ادراکی هستند که متشکل از تصور و تصدیق حاصل آمده برای شخص نسبت به امری بوده سپس گرایش و منش، مرحله تعلق نفس به مطلوب بودن تصدیق حاصل آمده می‌باشند که در نفس استقرار و دوام می‌یابد و در آخر مرحله کنش قرار دارد که همان مرحله فعلیت اراده و صدور فعل است.

۲-۴. مخاطب

مخاطب به معنای فرد یا گروه یا جامعه‌ای است که گوینده به شکلی فعالانه با بهره‌گیری از محتواهای خاص به‌منظور اثرگذاری و ایجاد تغییرات بینشی، گرایشی و کنشی با هدف ارضای نیازهای معنوی و تأمین مصالح آن‌ها عمل می‌کند (شرف‌الدین، ۱۳۹۹: ۷۰).

مخاطب با توجه به میزان واکنش و ارتباط‌گیری با شنونده در دو بخش مخاطب فعال و منفعل مورد بررسی قرار می‌گیرد. (بیات، ۱۳۹۶: ۳۶ و ۳۹) مخاطب فعال با گزینشگری، مقاومت در برابر تأثیر و تعامل با گوینده می‌تواند نقش هدایت‌گر گوینده را ادامه دهد (شرف‌الدین، ۱۳۹۹: ۹۳ و ۹۴).

۲-۵. روان‌شناسی شناختی

روان‌شناسی شناختی دانشی است که بر اساس نظریه پردازش اطلاعات به تبیین مسائل می‌پردازد و از دهه شصت میلادی به این سو هم‌زمان با رشد فن‌آوری رایانه‌ای و هوش مصنوعی گسترش یافته است (باقری، ۱۳۷۸: ۲۷۱) این علم تمام فرآیندهایی که درون

دادهای حسی را تبدیل، کاهش، پیچیده، ذخیره، بهبود و مورد استفاده قرار می‌دهند توجه می‌کند (رید، ۱۳۹۵: ۴). به عبارت دیگر، این علم به مطالعه نحوه ادراک، یادگیری، یادسپاری و تفکر افراد درباره اطلاعات می‌پردازد (استرنبرگ، ۱۳۹۳: ۱۸).

همان‌گونه که گذشت رویکرد شناختی در پژوهش پیش رو نه به منزله روش بلکه تنها رویکردی برآمده از علوم شناختی است. این رویکرد در تحلیل تحقیق مداخله حداکثری داشته اما در روش دخالت خاصی ندارد (اولیایی، ۱۳۹۹: ۵۱). از این رو نگاه درجه دوم به معنای رصد پدیده‌های شناختی از دریچه علوم شناختی مدنظر این پژوهش است.

۳. قالب‌های شناختی - اقناعی «عاطفه محور»

با توجه به رسالت پژوهش پیش رو مبنی بر تلاش بر توسعه قلمروی دانش روانشناسی شناختی به وسیله الگوهای جدید ضروری است مهم‌ترین مؤلفه‌های شناخت و قالب‌های تأثیرگذار بر اجزای تشکیل دهنده فرآیند اقناع مخاطب بر مبنای معارف رضوی^ع از دریچه علم روان‌شناسی شناختی شناسایی شده تا تصویری روشن از روش امام هشتم^ع با استفاده از عنصر عاطفه به دست آید و چگونگی تأثیر این مؤلفه در مدیریت افکار مخاطب مشخص شود. این قالب‌ها در دو بخش گفتار و رفتار امام رضا^ع قابل تبیین است. ذکر این نکته ضروری است که کارکرد عنصر عاطفه همیشه به شکل مثبت آن مطرح نیست و به فراخور وضعیت مخاطب می‌بایست به شکل سلبی از آن بهره جست. در میان قالب‌های پژوهش پیش رو قالب عدم اعتناء دارای این کارکرد می‌باشد.

۳-۱. قالب‌های گفتاری

حضرت رضا^ع مجموعه‌ای متنوع از پیام‌های معرفتی را با هدف آگاهی بخشی امت اسلامی جهت استقرار باور مسائل کلان اعتقادی و تغییر نگرش مخاطب به کار گرفتند. این انتقال از دوره گفتار و رفتار ایشان محقق شده است. در این قسمت دو قالب از گفتار امام^ع که در آن‌ها عنصر عاطفه کاربرد شناختی پیدا می‌کند مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

۳-۱-۱. شنیدن پویای سخنان مخاطب

مخاطبین سخنان یک گوینده دارای علاقه‌های متفاوت و سلیقه‌های گوناگونی هستند. برخی

به راحتی با کلام گوینده همراه می‌شوند و تأثیر می‌پذیرند؛ اما برخی به دلایل مختلف جبهه‌گیری کرده و دست به انکار می‌زنند. آنچه برای تأثیرگذاری بر مخاطب و اقناع فکری او لازم است ایجاد درک همدلانه توسط گوینده است. همدلی فرآیندی شناختی است که با توجه به حالات عاطفی مخاطب به درک دقیقی از او نائل می‌شود (پارکز، ۱۳۹۸: ۹۲). با توجه به این معنا می‌توان گفت در این قالب گوینده به مخاطب خود القاء می‌کند هدف از صحبت‌های مطرح شده تنها یک گفتگوی دوستانه و صمیمی است نه یک نزاع برای شکست دادن او و آنچه اهمیت دارد رسیدن به حقیقتی است که مخاطب به دلایل متعدد از آن محروم شده است.

بنابراین گوینده با استفاده از ابزار شنیدن پویای سخنان مخاطب درصدد ایجاد آگاهی مورد نیاز او بوده و تلاش می‌کند به این وسیله نگرش او در مواردی تغییر داده و در موارد دیگر تقویت نماید. این کار با ایجاد آگاهی و شناخت در ذهن به وسیله عنصر عاطفه که می‌تواند به عنوان یکی از الگوهای توسعه‌دهنده دانش روان‌شناسی شناختی مورد مطالعه قرار بگیرد محقق می‌شود. با توجه به نکات گفته شده کار بست مؤلفه عاطفه در ایجاد تعامل دو سویه بین مخاطب و گوینده نقشی اساسی دارد.

به این ترتیب سه بخش اول فرآیند اقناع مخاطب؛ (دانش، بینش، نگرش) توسط فرد اقناع‌کننده به کار گرفته می‌شود. موارد سه‌گانه دوم فرآیند اقناع که مربوط به تمایل به بروز رفتار در مخاطب و ایجاد شخصیت مورد نظر فرد اقناع‌کننده در مخاطب و در نهایت بروز رفتار مورد نظر فرد اقناع‌کننده است بسته به میزان آمادگی و پذیرش او از کلام گوینده می‌باشد. به این معنا که مخاطبی که بالاترین میزان پذیرش را داراست، به وسیله این قالب شناختی دچار تغییر در کنش و رفتار شده و خود به راهنمایی برای دیگر مخاطبین تبدیل می‌گردد.

این ابزار شناختی در قرآن کریم در مناظرات گوناگون حضرت ابراهیم علیه السلام در موضوع اثبات یگانگی خداوند متعال به کار رفته است (انعام: ۷۸). درباره کاربرد این قالب در سیره ائمه اطهار علیهم السلام می‌توان به شیوه رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم در مواجهه با سخن دیگران اشاره کرد که هیچ‌گاه سخن گوینده را قطع نمی‌کرد (ابن بابویه، ۱۴۰۳: ۸۳) و این در حالی است که در موارد

بسیاری سطح علمی و معرفتی گوینده پایین بوده و شنیدن سخن آنان حوصله و تحمل بالایی را می‌طلبد. در کنار این سطح از تحمل، سخن ایشان همراه با لبخند بوده که از نظر روانی تأثیر مثبتی بر مخاطب می‌گذاشت (طبرسی: ۱۴۱۲: ۲۱).

حضرت رضا^ع در سخنان خود با مخاطب، اولین شرط مناظره را رعایت انصاف و دوری از مغالطه و سخن فاسد قرار می‌دهد (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۱: ۱۶۸) و این سخن نشان می‌دهد قصد امام^ع چیره شدن در مناظره به هر قیمتی نیست و از سوی دیگر کسی که این شرط را می‌گذارد به طور طبیعی خود اولین فردی است که به آن پایبند خواهد بود.

ایشان وقتی مطالب علمی دقیق خویش را برای عمران صابی بیان می‌کنند با عبارت ملاطفت‌آمیز «أَفَهْمْتَ يَا عِمْرَانُ؛ آیا متوجه شدی ای عمران» (همان، ۱۳۹۸: ۴۳۱) نیت خود از مناظره با افراد مختلف را کمک به مخاطب برای کشف حقیقت اعلام می‌کنند نه شکست یا تحقیر او. به این ترتیب حضرت رضا^ع به وسیله عنصر عاطفه اقدام به ایجاد آگاهی و شناخت در ذهن مخاطب می‌کنند. در این گفتگو عمران از به کار بردن واژه (الله) به عنوان خالق خودداری می‌کند اما حضرت رضا^ع با حوصله‌ای که در شنیدن سؤالات او به کار می‌گیرد و پاسخ‌های ملاطفت‌آمیزی که می‌دهد به گونه‌ای در جان مخاطب اثر می‌گذارد که با قطع موقت مناظره به دلیل فرارسیدن وقت نماز توسط حضرت^ع او می‌گوید:

«يَا سَيِّدِي لَا تَقْطَعْ عَلَيَّ مَسْأَلَتِي فَقَدْ رَقَّ قَلْبِي؛ مولای من، سؤال مرا قطع نکن، چرا که دلم نرم شده است» (همان: ۴۳۵).

به این ترتیب عمران صابی از مرحله کسب دانش تا بروز کنش مورد نظر امام رضا^ع پیش می‌رود و این مسئله نشان‌دهنده تحقق اقناع حداکثری در مخاطب است.^۱

مورد بعدی از استفاده حضرت^ع از این قالب هنگامی است که ایشان در مناظره با سلیمان مروزی با سؤال او درباره اسماء و صفات الهی مواجه می‌شوند و پاسخ صحیح را

۱. از مهم‌ترین شخصیت‌هایی که توسط سخنان حضرت^ع شیعه شد و به عنوان مامور صدقات بلخ از جانب ایشان گماشته شد عمران صابی است و سخن مامون به او که گفت: «يَا عِمْرَانُ لَمْ تَمُتْ حَتَّى صِرْتَ مِنْ بَنِي هَاشِمٍ؛ ای عمران نمردی تا اینکه از بنی هاشم شدی» ناظر به این قضیه می‌باشد (ر.ک: ابن بابویه، عیون اخبار الرضا^ع، ج ۱: ۷۸ و ۱۸۰).

ارائه می‌کنند؛ سلیمان بارها با تناقض‌گویی و سخنانی تکراری تلاش می‌کند مسیر بحث را منحرف کند؛ اما حضرت علیه السلام با بردباری به سخنان او توجه می‌کنند. اشتباهات سلیمان تا اندازه‌ای آشکار است که مأمون عباسی که با هدف شکست امام علیه السلام آن جلسه را ترتیب داد بود به سلیمان اعتراض می‌کند و او را مورد تمسخر قرار می‌دهد؛ با این حال حضرت علیه السلام شأن سلیمان را حفظ می‌کند و سخن صحیح در مسئله را با متانت بیان می‌کنند (همان: ۴۴۵). این مطلب نشان می‌دهد تلاش امام علیه السلام در آگاهی دادن به مخاطب در راستای کمک به او در حل مسئله بوده است و به همین دلیل ایشان در برابر اشتباهات پر تکرار سلیمان بردباری نشان می‌دهند و مناظره را ادامه می‌دهند تا او به وسیله اطلاعات داده شده حقیقت را انتخاب کند و به آگاهی مدنظر امام علیه السلام نائل شود.

در این گفتگو مخاطب وادار به سکوت می‌شود و در مرحله ابتدایی فرآیند اقناع متوقف می‌ماند. با این حال این فرصت برای او فراهم می‌شود که با تأمل در سخنان و شیوه اقناعی ایشان زمینه طی کردن مراتب دیگری از فرآیند اقناع او محقق شود.

نکته حائز اهمیت آن است که ایجاد درک همدلانه توسط امام علیه السلام باعث هدایت مخاطب در مسیری می‌شود که امام علیه السلام برای تغییر نگرش او طراحی کرده و این امر زمانی محقق می‌شود که مخاطب در فضای صمیمانه‌ای که ایجاد شده دست از تعصبات و پیش‌فرض‌های گذشته برداشته و آماده شنیدن مطالبی می‌شود که تاکنون به دلیل وجود موانعی که ذکر شد محروم بوده است.

بنابراین این قالب شناختی که بر اساس عنصر عاطفه پایه‌ریزی شده سبب می‌شود مخاطبین امام علیه السلام با نگرش‌های مختلف یک گام به سمت به پذیرش سخن حق نزدیک شده و با توجه به وضعیت فکری آن‌ها در یکی از مراحل شش‌گانه فرآیند اقناع قرار گرفته و برخی از آن‌ها در زمره طرفداران جبهه حق به حساب آیند.

۳-۱-۲. تحریک احساسات مخاطب

یکی از عوامل مهمی که باعث می‌شود افراد در مقابل سخن حق مقاومت کرده و موضع منفی اتخاذ کنند احساس بیگانگی با گوینده است. زمانی که مخاطب بین خود و طرف

مقابل احساس صمیمیت نکند یا راه بی تفاوتی و نادیده گرفتن کلام گوینده را در پیش می‌گیرد و یا با مقابله و لجاجت تلاش می‌کند با سخن او مبارزه کند. این دو روش منجر به شکل نگرفتن تعامل بین گوینده و شنونده شده و مخاطب با پنهان شدن در پشت پیش فرض‌ها و تعصبات فکری خود با سخن گوینده مقابله می‌کند.

با توجه به موارد گفته شده گوینده در این وضعیت موفق به ایجاد آگاهی در ذهن مخاطب نشده و در نتیجه تغییر نگرش اتفاق نخواهد افتاد. این مسئله در جایی که امام عادل در صدد هدایتگری مخاطب است سبب می‌شود حرکت به سوی مراتب ولایت‌پذیری حاصل نشود. بنابراین استفاده از ابزار تحریک احساسات می‌تواند به‌عنوان یک الگوی مناسب با محوریت عنصر عاطفه در روان‌شناسی شناختی مورد ارزیابی قرار گیرد.

در قرآن کریم نمونه‌های فراوانی از تحریک احساسات مخاطب وجود دارد الفاظ عاطفی مانند «یا بُنَّیَّ» (لقمان (۳۱): ۵) و «یا بنی آدم» (یس: ۶۰) نیز به دلیل شکل‌گیری تعامل بین گوینده و مخاطب به کار رفته است. در روایات اهل بیت^ع نیز خطاب‌های عاطفی و تأثیرگذار نمونه‌های بسیار دارد. برخورد کریمانه و صمیمانه امام مجتبی^ع با مرد شامی (اربلی، ۱۳۸۱، ج ۱: ۵۶۱) و رفتار انسانی و مؤدبانه امام باقر^ع با مرد فحاش مسیحی (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۴: ۶: ۲۸۹) تنها دو نمونه از رفتارهای عاطفی اهل بیت^ع با مخاطبین ناآگاه و لجوج روزگار خویش است که باعث تغییر نگرش و رفتار آن‌ها شد.

امام هشتم^ع برای حل کردن مشکل شکل نگرفتن تعامل بین گوینده و شنونده اقداماتی انجام داده‌اند که یکی از آن‌ها تحریک عواطف و احساسات مخاطب است. ایشان با آوردن نام کوچک مخاطبین خود احساسات آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده و با ایجاد فضایی صمیمی مانع جبهه‌گیری و دور شدن آن‌ها از یک درک همدلانه دو طرفه می‌شدند. ایشان در مناظره با عمران صابی و سلیمان مروزی بارها با نام کوچک آن‌ها را خطاب می‌کنند (ابن بابویه: ۱۳۷۸، ۱۷۰/۱ و ۱۷۱ و ۱۸۲) با اینکه این دو از شخصیت‌های پرآوازه علمی روزگار خویش بوده‌اند و این شیوه امام^ع در مناظرات علمی امری شایع نیست.

اقدام دیگر امام^ع در این راستا استفاده از الفاظ زیبا و خیرخواهانه در قبال مخاطب

است. این کار، گاهی در مقابل سخنان بیهوده و مغالطه آمیز مخاطب انجام می‌شد؛ مانند مناظره ایشان با فتح بن یزید جرجانی که در مورد توحید و نفی تشبیه باری تعالی بوده و بعد از سخن اشتباه فتح در مورد تشبیه خدا به انسان فرمودند:

«يَا فَتْحُ أَحَلَّتْ تَبْتِئَكَ اللَّهُ تَعَالَى؛ ای فتح سخن محال می‌گویی خداوند ثابت قدمت

گرداند» (همان: ۱۲۸).

حضرت در اینجا با پرهیز از سخنان تند و تحقیر آمیز، مخاطب را از مقاومت منفی دور می‌کنند و بحث را تا جایی پیش می‌برند که فتح بن یزید موفق به درک حقیقت شده و بعد از درک آگاهی ایجاد شده توسط امام علیه السلام موفق به حل مسئله می‌شود و می‌گوید: «جُعِلْتُ فِدَاكَ فَرَّجْتَ عَنِّي فَرَجَ اللَّهُ عَنكَ؛ جانم فدای شما آسوده ام کردی، خدا آسوده ات کند» (همان).

جملات خیرخواهانه ایشان گاهی در ابتدای سخن ایشان و بعد از پرسش مخاطب است. حضرت قبل از توضیح صفات الهی به مخاطب می‌فرماید: «اعْلَمْ، عَلَّمَكَ اللَّهُ الْخَيْرَ؛ بدان که خدا بهترین علوم را نصیبت کند» (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۱: ۲۹۶). شاید به دلیل پیچیدگی‌های علمی پاسخ و یا درک پایین مخاطب ایشان با بیان لطیف خود تلاش می‌کردند با ایجاد فضایی همدلانه شنونده را برای رسیدن به مطلب صحیح یاری کنند.

بنابراین حضرت علیه السلام با استفاده از عواطف مخاطب و ایجاد فضایی دوستانه، او را در مسیری قرار می‌دادند که با آگاهی به دست آمده از سخنان ایشان در میان اطلاعات گوناگون ذهن خویش درباره مسئله؛ دست به انتخاب صحیح زده و با حل مسئله موفق به درک حقیقت می‌شدند. نکته قابل توجه آن است که بیشتر مخاطبین امام علیه السلام بعد از آشنا شدن با حقیقت از دوستاناران و پیروان ایشان می‌شدند و با آشنا شدن با مبانی و معارف اهل بیت علیهم السلام و در برخی موارد با گرویدن به مذهب تشیع خود عامل هدایت دیگران می‌شدند (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۱: ۱۷۸ و ۱۸۰).

در کنار این مرتبه بالای اقتناع و پذیرش سخن از سوی مخاطب می‌توان به افرادی اشاره کرد که هرچند در جرگه شیعیان امام علیه السلام در نیامدند اما با قرار گرفتن در معرض این ابزار در مراتب پایین‌تر فرآیند اقتناع و پذیرش سخن امام هشتم علیه السلام جای گرفتند و همان‌گونه که در جریان فتح بن یزید گذشت با احترام و خضوع در محضر ایشان برخورد می‌کردند.

تحلیل به‌کارگیری عنصر عاطفه در تحریک احساسات مخاطب توسط امام رضا^ع در افقی بالاتر از آنچه روان‌شناسی شناختی به آن می‌پردازد از اهمیت زیادی برخوردار است. در فرآیند شش جزئی اقناع مخاطب مهم‌ترین عامل در بروز رفتار فرد، اراده مخاطب است که در قسمت گرایش مطرح می‌گردد. سخن دقیق در حکمت اسلامی آن است که حقیقت اراده از سنخ محبت است (صدرالدین شیرازی، ۱۴۲۸، ج ۶: ۲۹۰) و به دلیل آنکه اراده از سنخ وجود است (جوادی آملی، ۱۳۸۶، ج ۳، ۳۹۰) حقیقتی واحد داشته و دارای مراتب است و از شوق در انسان آغاز و تا ابتهاج در خداوند را شامل است (راستین: ۱۳۹۵: ۵۵). این محبت که منشأ اراده انسان برای انجام رفتار است به معنای دوست داشتن ذات خود و حس کمال طلبی است. به‌بیان‌دیگر هر آنچه باعث بقاء و کمال اوست را دوست دارد و به آن متمایل می‌شود (مصباح یزدی، ۱۳۷۹: ۱۳۷).

آنچه امام هشتم^ع در مورد اقناع مخاطب از مرحله دانش تا کنش به‌وسیله عنصر عاطفه و محبت انجام دادند در معرض محبت قرار دادن مخاطب است تا به این وسیله او متصف به مرتبه‌ای از مراتب شوق و ابتهاج الهی گردد. این اتصاف بسته به آمادگی روحی مخاطب از پایین‌ترین درجه که صرف آگاهی است آغاز و تا مرحله کنش و بالاتر از آنکه مرتبه شاگردان خاص اولیای الهی است جریان پیدا می‌کند.

۲-۳. قالب‌های رفتاری

حضرت علی بن موسی الرضا^ع در کنار تلاش گفتاری خود برای ایجاد یک باور پایدار در مخاطبین خود با رفتار خویش الگویی را ارائه نمودند که مسیر هدایت مخاطبین به شکلی ترسیم شود که نتیجه آن مدیریت افکار مخاطب در راستای پذیرش سخن حق باشد. در این نوشتار تلاش خواهد شد مواردی از رفتارهای ایشان مورد تحلیل قرار گیرد که عنصر عاطفه در آن یافت شده و ارزیابی صورت گرفته در امتداد مباحث روانشناسی شناختی قرار گیرد.

۱-۲-۳. عدم اعتناء به مخاطب

یکی دیگر از قالب‌های تأثیرگذار بر مخاطب رفتار فرد اقناع‌کننده بر اساس عنصر عاطفه و احساسات است که می‌تواند در علم روان‌شناسی شناختی مورد بررسی قرار گیرد.

تأثیرگذاری رفتار عاطفی بر روی مخاطب در کنار القای معرفتی به شکل گفتاری، ماندگاری بیشتر و اثر اقلانعی عمیق‌تری دارد. رفتارشناختی درباره بهبود افراط رفتاری و کاهش آثار نامطلوب آن بوده و در مورد نارسایی رفتاری اقدام به افزایش مؤلفه‌های مطلوب می‌باشد (برگر: ۱۳۹۳: ۳۱۰).

در سیره و سفارشات ائمه اطهار علیهم‌السلام دعوت به دین و عقاید حقه با عمل نیکو اثربخش‌تر از سخن گفتن معرفی شده است. (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۳: ۲۰۲).

دلیل این اثربخشی بالا در عمل، ارتباط زیادی به غیرمستقیم بودن اثر رفتار فرد اقلان‌کننده دارد. عمل غیرمستقیم یا رفتاردرمانی می‌تواند موانعی مانند لجاجت، تعصب و غرور مخاطب را کنار بزند و او را از سنگر پیش‌فرض‌ها و پیش‌داوری‌ها بیرون آورده و به تفکر درباره عمل فرد اقلان‌کننده رهنمون سازد. قرآن کریم از شیوه غیرمستقیم‌گویی و ایهام به شکل گسترده‌ای استفاده نموده و واژگان خطابی^۱ و استفاده از لفظ جمع و اراده مفرد (ممتحنه: ۱ و منافقون: ۸) و مواردی مانند پرسش از حضرت عیسی علیه‌السلام در مورد پرستش او و مادرش به جای خدا که در واقع محکوم کردن غیرمستقیم پیروان ایشان (مائده: ۱۱۶) از نمونه‌های کاربرد این مهارت تربیتی در قرآن است.

حضرت رضا علیه‌السلام در این خصوص به شکل فعال عمل می‌کردند و برای برطرف نمودن خطای مخاطب و تثبیت رفتار صحیح در نهاد او از شیوه بی‌توجهی استفاده می‌نمودند. این روش که امروزه از آن با عناوینی چون روش محرومیت زمانمند یاد می‌شود (برگر، ۱۳۹۳: ۱۵۳) در منابع اسلامی به‌عنوان یکی از روش‌های تغییر رفتار معرفی شده است (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۰۱: ۹۹). این محرومیت به‌منظور قطع دسترسی به آنچه برای فرد مشکل‌آفرین مورد پسند است در مدت مشخصی به کار گرفته می‌شود (برگر، ۱۳۹۳: ۱۵۴).

یکی از نمونه‌های بی‌توجهی حضرت علیه‌السلام، برخورد ایشان با تفکر نادرست جمعی از پیروان خویش که به‌اشتباه خود را شیعه اهل‌بیت علیهم‌السلام معرفی کرده بودند است. امام علیه‌السلام حدود دو ماه آن‌ها را به حضور نپذیرفتند تا متوجه شوند که ایرادی در کار وجود دارد. آن‌ها وقتی می‌دیدند

۱. برای نمونه می‌توان به خطاب‌هایی مانند «یا ایّها الذین آمنوا»، «یا ایّها الناس» و «یا ایّها الکافرون» اشاره کرد.

که گروه‌های مختلف به خدمت حضرت^ع می‌رسند اما شیعیانی که از راه دور به طوس رسیدند محروم از دیدار شده‌اند ابتدا از جایگاه اشتباهی که برای خود ساخته بودند پایین آمده و در ادامه به دنبال اقدامی برآمدند تا رضایت امام رضا^ع را به دست آورند. این وقفه دو ماهه باعث شد مخاطبی که رفتار خود را به شکل یقینی صحیح می‌دانست مشتاق شنیدن ارزیابی و شنیدن نقاط ضعف شده و آماده پذیرش اشتباه خود شود. امام هشتم^ع در وقت حضور این گروه در محضرشان اجازه نشستن ندادند و در همین حالت دلیل ناراحتی خود را شیعه امیرالمؤمنین^ع نامیدن آن‌ها دانسته در حالی که شیعه واقعی را افرادی مانند سلمان و ابوذر دانستند که از اوامر امام^ع خود سرپیچی نمی‌کردند؛ ایراد آن‌ها را این‌گونه بیان نمودند:

«أَنْتُمْ فِي أَكْثَرِ أَعْمَالِكُمْ لَهُ مُخَالَفُونَ وَ تَقْصُرُونَ فِي كَثِيرٍ مِنَ الْفَرَائِضِ وَ تَتَهَاوَنُونَ بِعَظِيمِ حُقُوقِ إِخْوَانِكُمْ فِي اللَّهِ وَ تَتَّقُونَ حَيْثُ لَا تَحِبُّ التَّقِيَّةَ وَ تَتْرَكُونَ التَّقِيَّةَ حَيْثُ لَا بُدَّ مِنَ التَّقِيَّةِ؛ شما در بیشتر کردارتان با او مخالف هستید و در بیشتر فرائض خود کوتاهی می‌کنید و بزرگی حقوق برادران خود را درباره خدا بی‌مقدار می‌دارید و آنجا که جای تقیه نیست تقیه می‌کنید و آنجا که باید تقیه کنید، آن را انجام نمی‌دهید» (طبرسی، ۱۴۰۳، ج ۲: ۴۴۱).

ایشان با این بیان ضمن معرفی یک شیعه واقعی و تراز تلاش کردند مخاطبی که با توهم خود دچار بزرگ‌بینی شده و جایگاهی غیرواقعی برای خویش در نظر گرفته به تعادل شخصیتی برساند و این کار با رفتارهایی به ظاهر تحقیرآمیز مانند عدم اجازه ملاقات دو ماهه و برخورد سرد و بی‌اعتنایی در هنگام ورود صورت می‌پذیرد. ایشان در ادامه می‌فرمایند اگر شما خود را دوستدار اهل‌بیت: معرفی می‌کردید ایرادی بر شما نبود و این برخورد اتفاق نمی‌افتاد. نکته قابل تأمل در این رفتار حضرت^ع در پایان ماجرا شکل می‌گیرد و بعد از متن‌به شدن مخاطب، ایشان دستور می‌دهند پذیرایی مفصلی از آن‌ها صورت گیرد و تک‌تک آن‌ها را در آغوش می‌گیرند و به نکته لطیفی اشاره می‌کنند:

«قَالَ لِحَاجِبِهِ كَمْ مَرَّةً حَبَبْتَهُمْ؟ قَالَ سِتِّينَ مَرَّةً قَالَ فَاحْتَلِفِ إِلَيْهِمْ سِتِّينَ مَرَّةً مُتَوَالِيَةً فَسَلِّمْ عَلَيْهِمْ وَ أَقْرِئْهُمْ سَلَامِي؛ حضرت^ع به نگهبان خود فرمودند: چند بار ایشان را مانع شدی؟ گفت: شصت بار فرمود: به همان تعداد نزد ایشان رفته و ضمن سلام کردن به آن‌ها؛ سلام مرا به ایشان برسان» (همان).

این رفتار دوم که عکس رفتار اول ایشان است نشان می‌دهد برخورد سرد و بی‌اعتنایی به این گروه برای ارتقای باور و اعتقاد آنهاست نه تحقیر و زیر سؤال بردن شخصیت دوستداران خود. این شکل از رفتار حضرت رضا علیه السلام را می‌توان به‌عنوان تلاشی در جهت رشد اعتقادی شیعه تلقی نمود که با ساماندهی معارف نابی چون امامت و ولایت؛ به شیعیان الگوهایی معرفی می‌شود تا با مقایسه با آنها زمینه ولایت‌پذیری در سطح بالاتر فراهم شود. قطعاً یکی از موانع رشد افراد و محروم شدن از سطوح بالای معرفتی، اشتباه محاسباتی در نقطه‌ای است که قرار دارند و کسانی که با توهم دارا بودن جایگاه ویژه دچار غرور می‌شوند تلاشی برای پیشرفت نکرده و خودبرتربینی آنها باعث شکست نهضت فکری و معرفتی شیعه خواهد شد. از همین رو به تعادل رساندن شیعیان همواره یکی از دغدغه‌های اهل بیت بود.

۳-۲-۲. توجه ویژه

نمونه دوم رفتار شناختی حضرت علیه السلام که نقطه مقابل محرومیت است؛ توجه ویژه به مخاطب می‌باشد. این رفتار عاطفی خاص در راستای تنظیم و تعادل شخصیت مخاطبین امام هشتم علیه السلام تلقی می‌شود. در تربیت اسلامی افراد نیکوکار و بدکار یکسان نیستند و افراد بسته به درجات ایمانی خود از سوی متصدیان امور مورد تشویق قرار می‌گیرند (امینی، ۱۳۸۴: ۴۲۹). توجه ویژه به صحابی اهل فضل احمد بن ابی نصر بزنطی یکی از نمونه‌های این تشویق است. در یکی از دیدارهای او با امام علیه السلام در مدینه سخن به درازا کشیده می‌شود و حضرت علیه السلام دستور می‌دهند خادم برای بزنطی بستر شخصی ایشان را آماده کنند. بزنطی در دل به خود مباهات می‌کند و می‌گوید در میان شیعیان کسی مانند من خوشبخت نیست که این‌گونه توسط حضرت علیه السلام احترام شده باشد. حضرت علیه السلام درحالی که قصد داشتند از اتاق بیرون روند در جای خود نشستند و فرمودند:

«يَا أَحْمَدُ لَا تَفَخَّرْ عَلَيَّ أَصْحَابِكَ بِذَلِكَ فَإِنَّ صَعْصَعَةَ بَنِ صُوحَانَ مَرِيضَ فَعَادَهُ أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ علیه السلام وَ أَكْرَمَهُ وَ وَضَعَ يَدَهُ عَلَيَّ جَنْهَتِهِ وَ جَعَلَ يَلَاطِفُهُ فَلَمَّا أَرَادَ التُّهُوَصَ قَالَ علیه السلام يَا صَعْصَعَةُ لَا تَفَخَّرْ عَلَيَّ إِخْوَانِكَ بِمَا فَعَلْتُ فَإِنِّي إِنَّمَا فَعَلْتُ جَمِيعَ ذَلِكَ لِأَنَّهُ كَانَ تَكْلِيفًا لِي؛ ای احمد! بخاطر این، به دوستانت فخر فروشی مکن؛ صعصعة بن صوحان مریض شد و علی علیه السلام به عیادتش رفت و او

را گرامی داشت و دستش را بر پیشانی وی گذاشت و با او ملاطفت نمود، وقتی خواست برخیزد، فرمود: ای صعصعه! به آنچه با تو کردم به دوستانت فخر فروشی نکن چون تمام این‌ها وظیفه من بود» (راوندی، ۱۴۰۹، ج ۲: ۶۶۲).

در این برخورد در ترسیم نگاه صحیح به جایگاه واقعی پیروان توسط امام^ع قابل توجه است. همان‌گونه که گذشت در هر دو رفتار حضرت^ع می‌توان توجه ویژه و بی‌اعتنایی را مشاهده کرد که در راستای تنظیم شخصیت مخاطب به کار گرفته شد. عبارت با اهمیت امیرالمؤمنین^ع به صعصعه که توسط حضرت رضا^ع بازنشر شد نشان می‌دهد احترام ویژه شیعیان به دلیل لطف و مهربانی گسترده امام^ع مسئله‌ای عمومی است و افراد نباید آن را دلیلی بر مقام بالا و ایمان کامل خود قلمداد کنند.

ذکر این نکته ضروری است که روش حضرت رضا^ع در قالب یک رفتار عاطفی برای ارتقاء و تنظیم شخصیت شیعیان و نگاه صحیح و از روی عقلانیت به پدیده‌ها باعث شد سرمایه‌گرانبهایی برای آینده فراهم شود و شیعه بعد از حضرت^ع با قبل ایشان متفاوت گردد و از سطح معرفت و هوشیاری بالاتری برخوردار شود. برای نمونه وقتی بعد از شهادت امام هشتم^ع شبهه به امامت نرسیدن فرد نابالغ مطرح می‌گردد با اعتماد به وکلای مورد اطمینان به امامت امام جواد^ع قائل می‌شوند و قدرت تشخیص شیعیان به اندازه‌ای ارتقا پیدا می‌کند که با سنجش علمی و دینی لازم امامت افراد فاسقی چون جعفر کذاب را قبول نکرده و آماده آزمون سخت غیبت امام زمان^ع می‌شوند. در کنار این نمونه‌ها می‌توان گذر از فتنه‌های بزرگ گروه‌های منحرف واقفیه و غلات و طرد افرادی که با طرح دیدگاه‌های افراطی درباره شخصیت امام درصدد سوءاستفاده از دین بودند را در شکل گرفتن شخصیت مترقی شیعه بعد از عصر رضوی مؤثر دانست (رک: کشی، ۱۴۰۹: ۴۴۶ و ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۱: ۳۰۴ و ۲۰۲). بی‌شک گذر از این گردنه‌های دشوار با تدبیر حکیمانانه امام هشتم که بر اساس تنظیم شخصیت افراد در هندسه تفکر صحیح امامیه استوار بود محقق گردید.

نتیجه‌گیری

«شناخت» در آثار روان‌شناسی شناختی، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم علوم شناختی

مطرح است. با توجه به تبیین مکانیستی و ماشینی علم روان‌شناسی شناختی؛ به‌کارگیری الگوهای جدید و عدم اکتفا به علوم طبیعی در مسئله شناخت ضروری به نظر می‌رسد. یکی از الگوهای جدید که قادر است پژوهش‌های شناختی را در حوزه روان‌شناسی شناختی از مرز علوم طبیعی به سمت تبیین بر اساس آموزه‌های معرفتی اسلامی فراهم آورد عنصر عاطفه یا احساسات است. عاطفه به‌عنوان نیروی محرک در فرآیند شش‌جزیی تغییر دیدگاه مخاطب که عبارت است از «دانش، بینش، نگرش، گرایش، منش و کنش» تأثیرگذار بوده و بسته به آمادگی مخاطب او را به حرکت در می‌آورد. در پژوهش پیش‌رو عنصر عاطفه و احساسات و تأثیر آن در اقتناع فکری مخاطب با فحوص در گفتار و رفتار حضرت رضا علیه السلام استخراج گردید.

قالب گفتاری «شنیدن پویای سخنان مخاطب» با ایجاد درک همدلانه توسط امام علیه السلام باعث هدایت مخاطب در مسیری شد که امام علیه السلام برای تغییر نگرش او طراحی کرده بود و این امر با فراهم شدن فضایی صمیمانه بین گوینده و شنونده که در سایه دست کشیدن مخاطب از تعصبات خود بود محقق شد.

در بخش قالب‌های گفتاری «تحریک احساسات» می‌توان در دو لایه عملکرد امام رضا با مخاطب را تبیین نمود. در نگاه اول ایشان با ایجاد فضایی دوستانه به مخاطب خود کمک می‌کنند تا در مسیر درک حقیقت قدم بردارد و در افقی بالاتر می‌توان گفت حضرت با استفاده از قالب محبت مخاطب را به یکی از مراتب شوق و ابتهاج الهی متصف می‌کنند. در قالب رفتاری «عدم اعتناء» حضرت رضا علیه السلام به دلیل خطای محاسباتی مخاطب و در جهت تنظیم شخصیتش اقدام به محرومیت او می‌کند. این تعدیل در شخصیت در عصر رضوی سبب رشد شیعیان در سطوح بالای معرفتی آنان گردید.

قالب شناختی رفتاری «توجه ویژه» نیز در راستای تنظیم شخصیت مخاطب با ابزار تشویق تعبیه گردید. این رفتار عاطفی برای ارتقاء و تنظیم شخصیت شیعیان و نگاه صحیح و از روی عقلانیت به پدیده‌ها باعث شد سرمایه‌گرانهایی برای آینده فراهم شود و شیعه بعد از حضرت علیه السلام با قبل ایشان متفاوت گردد و از سطح معرفت و هوشیاری بالاتری برخوردار شود.

کتابنامه

- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۹۸ق). التوحید. قم، جامعه مدرسین.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۷۸ق). عیون اخبار الرضا. تهران، نشر جهان.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۰۳ق). معانی الاخبار. قم، جامعه مدرسین.
- ابن فارس، احمد (۱۴۰۴ق). معجم المقاییس اللغة. قم، المکتب الاعلام الاسلامی.
- اربلی، علی بن عیسی (۱۳۸۱ق). کشف الغمه فی معرفه الائمه. تبریز، بنی هاشم.
- استرنبرگ، رابرت، و استرنبرگ، کارین (۱۳۹۳). روان‌شناسی شناختی. (سید کمال خرازی و الهه حجازی، مترجمان). تهران، سمت.
- امینی، ابراهیم (۱۳۸۴). اسلام و تعلیم و تربیت. قم، بوستان کتاب.
- اولیایی، احمد (۱۳۹۹). علوم شناختی و تحقیقات انسانی - اجتماعی. علوم انسانی اسلامی صدر. ۹ (۳۵)، ۵۰-۵۵.
- باقری، خسرو (۱۳۷۸). بررسی مفروضات فلسفی روان‌شناسی شناختی بر اساس فلسفه صدرایی. روان‌شناسی. (۳) ۱۱، ۲۶۹-۲۹۱.
- برگر، ریموند میلتن (۱۳۹۳). شیوه‌های تغییر رفتار. (علی فتحی آشتیانی، مترجم). تهران، سمت.
- برمودس، هوزی لوئیس (۱۳۹۵). نظریه‌های علم شناخت. (سیدکمال خرازی، مترجم) تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
- بیات، الناز، و بهرامی، حسین (۱۳۹۶). مخاطب‌شناسی. تهران، ادبیات روز.
- بینگر، اتولر (۱۳۷۶). ارتباطات اقناعی. (علی رستمی، مترجم). تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات و سنجش صداوسیما.
- پارکز، آکاسیا سی، و استفان، ام شولر (۱۳۹۸). مداخلات روانی مثبت. (احمد علی‌پور و لیلا علمی منش، مترجم). تهران، نسل نو اندیش.
- جلالی، حسین (۱۳۸۰). درآمدی بر بحث «بینش»، «گرایش» و «کنش» و آثار متقابل آن. معرفت، ۱۰ (۵۰)، ۴۵-۵۵.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۶). ادب فنای مقربین. قم، اسراء.
- حق‌شناس، علی محمد، انتخابی، نرگس، و سامعی، حسین (۱۳۸۸). فرهنگ معاصر هزاره. تهران، فرهنگ معاصر.
- خرازی، سیدکمال (۱۳۹۵). واژه نامه علوم شناختی. تهران، فرهنگ معاصر.

- خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۹۶). منظومه فکری آیت الله العظمی خامنه‌ای؛ نظام بینشی. منشی و کنشی. تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). لغت‌نامه دهخدا. تهران، دانشگاه تهران.
- راستین، امیر، کهنسال، علیرضا، و حسینی شاهرودی، مرتضی (۱۳۹۵). نقش ویژگی‌های هستی‌شناختی اراده در شناخت حقیقت آن از منظر حکمت صدرایی. حکمت اسراء، ۸ (۲۷)، ۴۱-۵۹.
- راوندی، ق. (۱۴۰۹ق). الخرائج و الجرائح. قم، موسسه امام مهدی (عج).
- روحانی، زینب‌سادات، و بهرامی احسان، هادی (۱۴۰۰). مقایسه مفهوم نفس در قرآن با مفهوم روان در روانشناسی. نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان. ۱۱ (۲۳)، ۳۳-۵۶.
- رید، ک. (۱۳۹۵). شناخت نظریه‌ها و کاربردها. (اصغر فروع الدین، مترجم). تهران، روان.
- سیاسی، علی‌اکبر (۱۳۴۲). شخصیت و منش. دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران. ۱۱ (۲)، ۱۱۱-۱۲۸.
- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۹۹). مخاطب‌شناسی در ارتباطات تبلیغی. تهران، سازمان تبلیغات اسلامی.
- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۷۷). نگرش. معرفت. ۷ (۲۵)، ۸۶-۸۹.
- شعاری‌نژاد، علی‌اکبر (۱۳۹۰). روان‌شناسی عمومی انسان. تهران، انتشارات اطلاعات.
- صدرالدین شیرازی، م. (۱۴۲۸ق). الحکمه المتعالیه فی الاسفار العقلیه الاربعه. بیروت، دارالاحیاء التراث العربی.
- طبرسی، احمد بن علی (۱۴۰۳ق). الاحتجاج علی اهل اللجاج. مشهد، مرتضی.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۱۲ق). مکارم الاخلاق. قم، الشریف الرضی.
- عابدی آرانی، احمد، و احتشام کیا، حمید (۱۴۰۲). تبیین عمل یا کنش‌گری انسان در سنت فکر اسلامی با تأکید بر دیدگاه علامه طباطبایی بازخوانی مؤلفه‌های عمل‌ساز (قدرت، اراده، علم و اختیار). انسان‌پژوهی دینی، ۲۰ (۵۰)، ۱۵۷-۱۷۸.
- فردنبرگ، جی، و سیلورمن، گوردن (۱۳۹۵). علوم شناختی. (محسن افتاده حال، مترجم). تهران، مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- قاسمی، محمدرضا (۱۳۸۹). از علم تا عمل؛ رابطه علم و عمل در حکمت اسلامی و اندیشه امام خمینی علیه السلام. حکمت رضوی. ۹ (۲۲ و ۲۳)، ۵۳-۷۰.

کریستین، یان، و واگنر، هاگ، و هالیدی، سیاستین (۱۳۸۵). روان‌شناسی عمومی. (ابوالقاسم بشیری، مترجم). قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی^ع.

کارخانه، علی (۱۳۹۲). سیره سیاسی امام رضا^ع و تحلیل مسئله ولایتعهدی. قم، بوستان کتاب.

کشی، محمد بن عمر (۱۴۰۹ق). اختیار معرفه الرجال (رجال الکشی). مشهد، دانشگاه مشهد.

کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۲۹ق). الکافی. قم، دارالحدیث.

گیل، دیوید، و ادمز، برجیت (۱۳۸۴). الفبای ارتباطات. (محمد نبوی، مهران مهاجر و رامین کریمیان، مترجمان). تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌های.

کین، مارک جی (۱۳۹۶). فلسفه علم شناختی. (مصطفی تقوی، مترجم). تهران.

مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق). بحارالانوار لدرراخبار. بیروت، دارالاحیاء التراث العربی.

مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۹). فلسفه اخلاق. قم. مؤسسه امام خمینی^ع.

مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۹۴). آموزش فلسفه. تهران، نشر بین الملل.

مصطفوی، حسن (۱۳۷۵). التحقيق فی کلمات القرآن. تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

مظفر، محمدرضا (۱۳۷۳). اصول الفقه. قم، اسماعیلیان.

معین، محمد (۱۳۸۲). فرهنگ فارسی معین. تهران، سی‌گل.

موسوی نسب، سیدمحمدرضا (۱۳۸۵). ایمان و تأثیر آن بر مبادی رفتار. معرفت. ۱۵ (۱۰۴)، ۶۳-۵۵.

نراقی، مهدی (۱۳۷۷). علم اخلاق اسلامی. (سید جلال‌الدین مجتبوی، مترجم). تهران، حکمت.