



تحلیل گفتمان امام رضا (ع) از منظر برنامه هدایت اعصابی - زبانی

دکتر بهزاد قنسولی^۱

دکتر خلیل قاضی زاده^۲

مجید الهی^۳

چکیده

در نظریه پردازیه‌های اخیر در ارتباط با تجزیه و تحلیل گفتمان، تحقیقات ایدئولوژیک و تاریخی به طور خاص مورد توجه قرار گرفته‌اند. در این روند، هدف، دستیابی به راهکارهایی برای تحلیل و درک گفتمان جوامع زبانی به منظور تعامل جهانی بهتر است. با توجه به این واقعیت که جهانی شدن خود تلاشی برای ایجاد نوعی وحدت زبان است، جوامع زبانی در کشورهای اسلامی باید توجهی بیشتر به ارائه گفتمانی متناسب با نیازهای انسان در دوره معاصر که عصر پیشرفتهای عظیم است، داشته باشند. به نظر می‌رسد در مدلهای حاضر مرتبط با گفتمان، معایب و ایراداتی خاص وجود دارد که ناشی از این واقعیت است که این مدلها تماماً ساخته و پرداخته بشر هستند. اما ویژگیهای گفتمان جهانی و الهی چیست؟ این مقاله به دنبال یافتن رویکردی جدید برای تبدیل ایده‌ها به مدلی منسجم از گفتمان بر اساس تجزیه و تحلیل گفتمان امام رضا (ع) با رهبران مسیحی، یهودی و زرتشتی زمان خود است و سعی در تجزیه و تحلیل چنین گفتمانی از منظر برنامه هدایت اعصابی - زبانی دارد و بحث اصلی آن بیشتر معطوف به دو جنبه مهم از گفت و گو است که عمدتاً در عینیت رویکرد و دانش و آگاهی منبع نمود می‌یابد. در پایان نتیجه گرفته می‌شود که می‌توان از این اصول به عنوان نظامی فعال در گفت و گوی میان تمدن‌ها بهره گرفت.

واژگان کلیدی: گفتمان، برنامه هدایت اعصابی - زبانی، تحلیل گفتمان، امام رضا (ع).

۱- دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

۲- استادیار دانشگاه فردوسی مشهد

۳- دانشجوی دکتری دانشگاه فردوسی مشهد

۱- مقدمه

به نظر می‌رسد سخن گفتن در باب جهانی شدن به امری بدیهی و تکراری تبدیل شده است. با این حال، در مرز بین دو قرن، بسیاری از چیزهایی که زمانی بدیهی گرفته می‌شدند، دیگر بدهت خود را از دست داده‌اند (Edwards, usher, 2000: p 32). به بیان ساده‌تر، جهانی شدن به معنای «فشرده‌سازی جهان و افزایش آگاهی از آن به صورت مفهومی کلی» است (Ibid: p 8) و یا به اعتقاد واترز «فرایندی اجتماعی است که در آن محدودیتهای جغرافیایی در مناسبات اجتماعی و فرهنگی برداشته شده و مردم آگاهی روز افزونی نسبت به از میان رفتن این محدودیتها پیدا می‌کنند». (Waters, 1995: p 3) در این جهان خاص، زبانی مشترک لازم است تا مردم را به سوی درکی مشترک سوق دهد و در آن «ارتباط بیشتر» یکی از مهم‌ترین ویژگیهای جهانی شدن خواهد بود. در اینجا منظور از زبان، زبانی خاص مانند انگلیسی یا عربی نیست که سعی در تسلط بر جهان دارند. در عوض، منظور از زبان، گفتمانی خاص و یا قواعد ارتباط کلامی است که مبتنی بر یک چارچوب و معیار جهانی باشند. با این حال، برخی گفتمانهای علمی وجود دارند که اعضای جوامع زبانی خاص برای مثال زبان خاص و کلا، دندانپزشکان، مهندسان مکانیک و غیره در استفاده از آن اتفاق نظر دارند، در مورد زبان علم، پیشینه‌ای طولانی وجود دارد. با این تفاسیر، مواردی هرچند نادر از نزاع میان دانشمندان را می‌توان یافت که در آن زبان یا علت اصلی مجادله بوده یا نقشی اصلی در دشمن‌سازی ایفا کرده است.

بدیهی است که زبان و نحوه استفاده از آن تأثیری مهم در مخاطب بر جای می‌گذارد، از همین رو است که مادر مورد زبان خشن، زبان فروتنانه، غنی، زیبا و غیره سخن می‌رانیم. با این حال، مسئله مهم، نیاز به زبان یا گفتمانی خاص است که ظرفیت ایجاد درک و تعامل بهتر در میان مردمانی از فرهنگها و مذاهب مختلف را در عصر جهانی شدن داشته باشد. بی‌شک چنین گفتمانی باید در بردارنده ویژگیهای خاص باشد که ورای گفتمانهای بشری است. برای مسلمانان، اسلام دینی جامع است که به ادعای جهان شمول بودن جهان‌بینی خود را داشته و سعی می‌کند تا با بهره‌گیری از فن‌آوریهای جدید خود را به عنوان دینی جهانی مطرح کند. قرآن کریم تأکید می‌کند که روزی اسلام به دین جهانی تبدیل خواهد شد و می‌گوید: «او کسی است که رسولش را با هدایت و دین حق فرستاده و آن را متعالی‌تر از هر دینی قرار خواهد داد حتی اگر کافران را ناخوش افتد!» (توبه / آیه ۳). بنابراین، همگام با قرآن، این مقاله به دنبال بررسی رویکردهای تازه برای ارائه ایده‌ها به صورت مدلی منسجم از گفتگو بر اساس تجزیه و تحلیل گفتمان امام رضا (ع) با رهبران مسیحی، یهودی

و زرتشتی زمان خود است. از منظر نگارندگان این مقاله، تجزیه و تحلیل گفتمان امام رضا (ع) بینشی عمیق نسبت به نحوه گفتمان الهی با رهبران مختلف ادیان زمان خود در اختیار ما قرار خواهد داد.

۲- روش شناسی

تجزیه و تحلیل گفتمان امام رضا (ع) به عنوان معیاری در فرضیه‌سازی در رابطه با نحوه گفتمان الهی با مخاطبان، از یک طرف بر مبنای قطعات نوشتاری برگزیده‌ای است که نیاز به تحلیل کیفی دارد و از طرف دیگر مبتنی بر نظریه‌ی نمای اوکانل و کوال (O'cannel, Kowal, 1998: p 23) است که نیاز به رویکردی کمی دارد و سالهاست که در پدیده‌شناسی و روانشناسی اجتماعی تثبیت شده می‌باشد. بر اساس رویکرد نما، هر نوع سخن گفتن در واقع نوعی بیان نقطه نظر است و این نقطه نظر بیشتر جنبه‌ی ضمنی دارد تا صریح و روشن. به نظر گرومان (Suleiman, O'cannel, 2003) ضمنی بودن جزء لاینفک هر نمایی محسوب می‌شود، زیرا هر نما در واقع تجربه‌ی جهان از منظر و زاویه‌ی نگاهی خاص است. شاخصهای نما با بهره‌گیری از نشانگرهای شفاهی و سواد و از طریق ارجاع مورد بررسی قرار می‌گیرند. شاخص شفاهی و سواد، شامل مواردی چون مکث، وقفه، مخفف‌سازی و حذف، ضمائر اول شخص مفرد، کلمات منادا و سؤالات کوتاه و نوبت‌گیری بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده و بالعکس می‌باشد (Ibid). برای تحلیل شاخصهای شفاهی، نیاز به داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌های زنده است. افزون بر این، تحلیل‌گر نیاز به نوار صوتی برای ضبط گفتار مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده دارد. ولی در این تحقیق انجام این کار ناممکن است زیرا در زمان امام رضا (ع) هیچ نوع ضبط صوتی وجود نداشت، بنابراین تحلیل ما مبتنی بر شاخصهای ارجاعی شامل نام و مراجع ضمیر است. از لحاظ تعریف، ارجاع عبارت است: الف) نحوه مخاطب قراردادی و اشاره دو متکلم به یکدیگر، ب) نحوه اشاره دو متکلم به خود (Ibid).

همچنین، از مجموعه‌ای از تکنیکهای برنامه هدایت اعصابی-زبانی (Grratt: 1997, Hardingham:1998,) (O'canner and Seymour: 1993) برای تشخیص راهبردهای برنامه هدایت اعصابی-زبانی در گفتمان امام رضا (ع) استفاده گردید. در شکل ۱ این مجموعه نشان داده شده است. با بهره‌گیری از چنین گامهایی، گوینده سعی دارد تا مخاطب خود را به تغییر حالت از موضع مقاومت به موضع همراهی ترغیب کند. موضع همراهی اشاره به تعامل مؤثر بین گوینده و مخاطب دارد که در آن هر دو طرف به چارچوب مرجعی یکسان دست می‌یابند. موضع همراهی، شرایط مطلوب برای انجام تعامل سازنده بین دو طرف را

فراهم می سازد که ممکن است به باز شکل گیری باورها و اندیشه های یک طرف یا هر دو طرف منجر شود. حرکت به سوی موضع همراهی به هر دو طرف در گیر در یک گفتگو کمک می کند تا از موضع مقاومت، بی علاقه گی یا عدم توانایی به موضع همراهی، که در آن یک یا هر دو طرف به نادرستی یا جانبدارانه بودن باورهای خود اذعان می کنند، گام بردارند.

موضع مقاومت	ارتقای عزت نفس مخاطب، انگیزه بیشتر، کاستن از موضع دفاعی فرد، افزایش حساسیت به آگاهی
۱. ایجاد رابطه دوستی بین گوینده و مخاطب	عالی، فکر خویبه.
۲. مدل سازی مخاطب (ارائه راهبردهایی برای کسب نتایج بهتر توسط مخاطب)	ممکنه لطفاً یادداشت بردارید؟ متن را به دقت دنبال کنید. چرا جملات خود را یادداشت نمی کنید؟ اول جملات را بخوان سپس آن را تکرار کن.
۳. ایجاد فیلتر مخاطب، بررسی دانش یا رفتارهای صحیح یا ناصحیح	این کلمات مربوط به شماست. یادگیری این عبارات ضروری خواهد بود.
۴. همگامی با مخاطب، رسیدن به هارمونی	خیلی تند صحبت می کنم؟ عجله نکن فرصت هست. منظورم را می فهمی؟
۵. راهنمایی مخاطب، معرفی چالشی جدید به مخاطب	ممکنه لطفاً مطلب را واضح تر بیان کنید؟ می توانید درباره این نکته بیشتر توضیح دهید؟
۶. نتیجه گیری از صحبت های مخاطب، هدایت مخاطب به سوی نتیجه ای خاص	اگر پرسش را به طریق دیگری مطرح کنید چه خواهد شد؟ این دو مسئله را باهم مقایسه کنید
۷. طیف بندی مخاطب، تشخیص تفاهت های فردی در میان مخاطبان	نقطه قوت شما خواندن است. چرا جلوتر نمی آیی تا بهتر بشنوی؟
۸. باز شکل دهی رویکرد، کنار گذاشتن راهبردهای غیر مؤثر و بهره گیری از راهبردهای کارآمد.	خوب، اجازه بدهید این مطلب را طور دیگری بیان کنم. این بار آن را آرام تر می خوانم. بهتر است آن را برای شما یادداشت کنم.
۹. (collapsizing an anchor) تشویق پیشرفتهای مخاطب با تکیه بر موفقیتها	ایده جالبی است. واژه های انتخابی شما بسیار برایم جالب است. مثالهای شما واقعا عالی است.
موضع همراهی	ناتوانی یا عدم تمایل به همکاری در موضع همراهی

شکل ۱: مجموعه راهبردهای (Ibid3) NLP تحلیل داده ها

بخش اول تحلیل داده‌ها مربوط به جنبه‌های کیفی گفتمان امام رضا (ع) با رهبران مسیحی، یهودی و زرتشتی زمان خود می‌شود. مأمون که در آن زمان خلیفهٔ مسلمین بود، از هر فرصتی برای به چالش کشیدن جایگاه معنوی امام رضا (ع) و در نتیجه کاهش محبوبیت او در میان مردم استفاده می‌کرد. به همین منظور، او جلسهٔ مناظره‌ای با حضور جمعی از رهبران مذهبی زمان خود تشکیل داده و از امام رضا (ع) خواست تا در این جلسه شرکت کند (مهرآیین، ۱۳۷۹ش: ص ۸۲). بر اساس اسناد مکتوب، امام در این جلسه شرکت نمودند. مأمون از رهبران مسیحی خواست تا بحث با امام را آغاز کنند. با توجه به کوتاهی این گفتمان، امام (ع) رویکردی عینی برای بحث با مخاطبان خود اتخاذ می‌کند. در اینجا منظور از رویکرد عینی، روش مباحثه‌ای است که در آن فرد بر مبنای حقایق و نه قضاوتها و آراء و نظرات شخصی خود به بحث می‌پردازد. شاخصهای عینیت می‌تواند شامل ارجاع مکرر به منابع معتبر باشد که مورد قبول مخاطب قرار دارد.

ویژگی گفتمان امام رضا (ع) در دو چیز است: بی طرفی (عینیت) در روش و آگاهی از منابع. مرحلهٔ اول در گفتمان امام رضا (ع) با پرسیدن سؤال آغاز می‌شود (نگاه کنید به شکل ۱). نکتهٔ قابل توجه در این جا آن است که پرسش با اهدافی متفاوت صورت می‌گیرد. پرسش ممکن است با هدف کسب اطلاعات صورت گیرد، مانند زمانی که شما قصد شناخت یک شیء خاص یا یافتن آدرسی خاص را دارید. در این حالت طرف پرسش کننده در مقایسه با مخاطب خود در جایگاهی پایین تر قرار دارد، زیرا وی نیازمند اطلاعات او می‌باشد. علاوه بر این، در این نوع پرسش، هیچ هدف آموزشی وجود ندارد. پرسش کننده در مقام جستجوگر اطلاعات، نمی‌تواند به مخاطب خود هیچ آموزشی دهد زیرا خود فاقد اطلاعات است. با این حال، پرسشهایی که با هدف فعال‌سازی حوزهٔ دانش و آگاهی مطرح می‌شوند، متفاوت هستند. در این جا هدف کسب اطلاعات نیست بلکه هدف اشاره به معیارهای ارجاعی است که به امام (ع) کمک می‌کند به تفسیر و توضیح اطلاعاتی بپردازد که مخاطب در حوزهٔ دانش خود نسبت به آن تردید دارد. پس در این جا سؤال با هدف آموزشی طرح می‌شود. همچنین از نقطه نظر برنامهٔ هدایت اعصابی-زبانی، طرح سؤال خود روشی برای ایجاد رابطهٔ دوستانه با مخاطب است که حس تهدیدآمیز بودن مباحثه را در وی از بین می‌برد. امام رضا (ع) با طرح سؤال، رویکردی بی طرف اتخاذ کرد تا به این ترتیب مخاطب در بیان دیدگاه‌های خود احساس راحتی کند. هدف امام نمایش برتری خود در ابتدای مناظره با حمایت از موضوعی خاص یا مخالفت با آن نیست. علاوه بر این، با شکل دادن به رابطهٔ دوستانه، امام (ع) زمینه

را برای پیشرفت مخاطب خود از موضع مقاومت که در آن فرد تمایل به پایین آوردن سپرهای غرض و تعصب شخصی می‌یابد، به سمت موضع همراهی، که در آن هدف دستیابی به مصالحه است، آماده می‌سازد. به عبارت دیگر، امام از طریق تعامل کلامی با مخاطب (مؤلفه زبانشناسی) حوزه شناختی و احساسی وی (مؤلفه عصبی) را هدف قرار می‌دهد که دقیقاً اولین مرحله برنامه هدایت اعصابی-زبانی مورد استفاده در این تحقیق است.

۱. ایجاد رابطه دوستی بین گوینده و مخاطب

شکل ۲: اولین مرحله برنامه هدایت اعصابی-زبانی استفاده شده توسط امام رضا (ع)

علاوه بر این، امام در تمام سؤالات و پاسخ خود پیوسته رعایت بی‌طرفی (عینیت) را می‌کند، برای مثال، وقتی روحانیان مسیحی از امام (ع) خواستند تا دو دلیل برای صحت نبوت پیامبر اسلام (ص) ارائه کند، امام به ژان، یکی از قابل‌اعتمادترین افراد حضرت مسیح، اشاره و نظر آنان را در مورد او جویا می‌شود. امام در این‌جا اشاره به حقایق معتبر دارد که مورد تأیید مخاطب است.

گوینده	فراوانی
(امام رضا ع)	۲۲
روحانیان مسیحی	۵

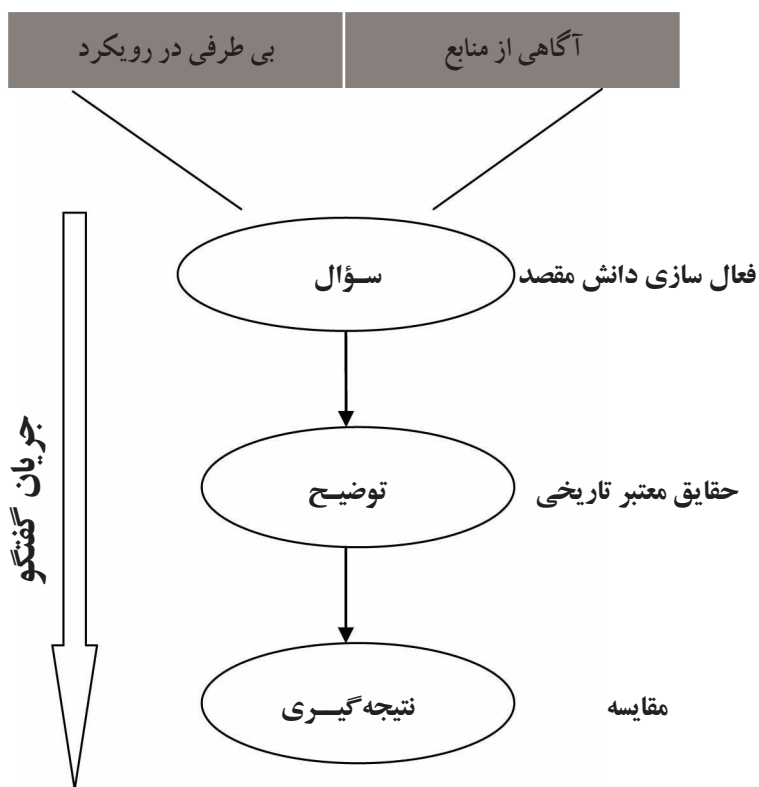
جدول ۱: فراوانی ارجاع به حقایق مورد قبول مخاطب به عنوان معیاری برای سنجش بی‌طرفی

در جدول ۱ فراوانی ارجاع به حقایق توسط امام (ع) و روحانیان مسیحی نشان داده شده است. همان‌طور که دیده می‌شود، ارجاع امام به حقایق بسیار بیشتر از روحانیان مسیحی است. در جای دیگر امام (ع) از آنان درباره سخنان ژان در کتاب مقدس در مورد بشارت مسیح (ع) درباره دین حضرت محمد (علیه السلام) و ایمان حواریون به سخنان او سخن به میان می‌آورد (اشاره به حقایق معتبر). از نقطه نظر برنامه هدایت

اعصابی-زبانی، امام (ع) با اشاره به حقایق معتبر راه را برای اتخاذ راهبردهایی جهت هدایت مخاطب به سمت موضع همراهی که در آن فرد به اشتباهات خود اذعان داشته و حاضر به تغییر آن است، هموار می‌سازد. به این ترتیب، امام رضا با اشاره به واقعیت‌های معتبر، سرنخهایی را برای هدایت مخاطب خود به سوی حقیقت نمایان می‌کند.

۲. مدل سازی مخاطب

شکل ۳: سومین حرکت برنامه‌هدایت اعصابی-زبانی استفاده شده توسط امام رضا (ع)



شکل ۴: مدلی گفتمانی امام رضا (ع)

در گفتگوی امام (ع) با رهبر مسیحی نمونه‌های بسیاری را می‌توان یافت که در آن ایشان تمایل به اتخاذ رویکرد بی طرفانه در گفتگو با طرف مقابل خود دارد. نکته جالب توجه این است که حتی هنگامی که امام از روحانیان مسیحی می‌خواهد تا به طرح سؤالات خود بپردازند، آنان ترجیح می‌دهند که در حوزه دانش خود، یعنی مسیحیت، به گفتگو بپردازند. در این میان، نکته حائز اهمیت آن است که امام (ع) بحث را از موضعی مطمئن آغاز می‌کند که مشخصه بارز آن تسلط و آگاهی به منابع است. این نوع دانش فراگیر است. در واقع، امام تلاش می‌کند تا با طرح پرسش و فعال‌سازی حوزه دانش مخاطب، از نقطه نظر خود دفاع کند. (نگاه کنید به تصویر ۱). به این ترتیب، امام از دسترسی مخاطب به تمام اطلاعات ممکن برای درک بهتر گفت‌وگو اطمینان می‌یابد. در روشهای مدرن و از نقطه نظر تئوری طرح، حفظ گفتگو و ارتباط، نیازمند چارچوب ارجاع مشترکی است. بر این اساس ما نمی‌توانیم، حداقل به طور ایده‌آل، با افرادی که چارچوب ارجاعی مشترک با ما ندارند، ارتباط برقرار کنیم. در نتیجه، ارتباط موفق نیاز به چارچوب ارجاعی دارد. به عبارت دیگر، از منظر برنامه هدایت اعصابی-زبانی، امام رضا (ع) سعی در ایجاد فیلتری در مخاطب خود دارد به نحوی که آنان را به سوی چارچوب ارجاع یکسان یا همان موضع همراهی هدایت کند. این امر به امام رضا (ع) یاری می‌رساند تا مخاطب خود را از لحاظ احساسی برای تغییر آراء آماده سازد. (شکل ۵)

۳. ایجاد فیلتر مخاطبی، بازبینی آگاهی یا رفتار صحیح و ناصحیح

شکل ۵: مرحله سوم برنامه هدایت اعصابی-زبانی استفاده شده توسط امام رضا (ع)

مرحله دوم مربوط به تبیین و توضیح با استناد به حقایق معتبر تاریخی است. امام (ع) به محض پرسش هر سؤالی، از واقعیتهای تاریخی معتبر برای توضیح و تبیین آن در حوزه دانش مخاطب استفاده می‌کند. به عنوان مثال، در پاسخ به رهبر یهودی، امام رضا (ع) به روایت اشعیا پیامبر استناد می‌کند: «دو سوار را دیدم که زمین برای آنها نور فرستاد، یکی سواری بر حمار و دیگری سوار بر شتر. آیا آنها را می‌شناسید؟» (مهرآیین، همان: ص ۹۹) رهبر یهودی پاسخ داد «نه». امام گفت: «سوار حمار کسی نیست جز عیسی مسیح (ع) و سوار شتر کسی جز حضرت محمد (ص) نیست. آیا قبول دارید که این واقعیت

در تورات آمده است؟» مثالهای زیادی در رابطه با ارجاع امام به حقایق تاریخی وجود دارد که فراتر از محدوده این تحقیق است. نکته قابل توجه رویکرد ایشان در آغاز بحث از نقطه‌ای است که مورد قبول مخاطب می‌باشد.

مرحله سوم از گفتمان مربوط به استدلال از طریق مقایسه است. از ویژگیهای این مرحله به طور خاص ارائه مثالهایی است که به امام (ع) در قیاس بر مبنای شرایط پذیرفته شده مخاطب کمک می‌کند. این مثالها همچون موارد دیگر در حوزه دانش مخاطب قرار دارند. هدف اصلی از قیاس رسیدن به نتیجه و استنتاج است. به عنوان مثال، در بحث امام (ع) با روحانیان مسیحی، امام (ع) ابراز شگفتی می‌کند که چرا مسیحیان از پذیرش این مطلب که معجزه عیسی در زنده کردن مردگان به خواست و مشیت الهی صورت گرفته است، سر باز می‌زنند؟ پاسخ روحانیان مسیحی این بود که هر کس که قادر به اهدای زندگی به مردگان و درمان نابینایی مادرزادی باشد، پروردگار است و سزاوار پرستش. امام (ع) در پاسخ نمونه‌هایی از سایر پیامبران از قبیل ایستا ذکر می‌کند و اظهار می‌دارد: «بی‌شک دیگر پیامبران الهی نیز همانند ایستا توانایی راه رفتن بر روی آب، اهدای زندگی به مرده و درمان جذام و کوری را داشته‌اند. حزقیال نبی، به ۳۵۰۰۰ نفر، ۶۰ سال پس از مرگ آنان زندگی دوباره بخشید ولی هیچ یک از پیروانش او را به عنوان خداوند پرستش نکردند.» (همان: ص ۸۸) علاوه بر این، از منظر برنامه‌هدایت اعصابی-زبانی، امام سعی در هدایت مخاطبان خود به موضع همراهی از طریق به چالش کشیدن آنها داشته است. این چالش مخاطب را به تفکر درباره عقاید نادرست خود و تغییر احتمالی آن با رضایت شخصی وا می‌دارد.

۵. هدایت مخاطب، معرفی چالشی جدید به مخاطب

شکل ۶: حرکت پنجم برنامه‌هدایت اعصابی-زبانی استفاده شده توسط امام رضا (ع) به طور خلاصه، در گفتمان امام رضا (ع) جریانی از گفتمان و مراحل برنامه‌هدایت اعصابی-زبانی به چشم می‌خورد.

بخش دوم از تجزیه و تحلیل مربوط به نشانگر ارجاعی شامل نام و مرجع ضمیر است. ارجاع از طریق: الف) نحوه خطاب و اشاره دو مخاطب به یکدیگر و ب) نحوه اشاره دو مخاطب به خود، تعریف می‌شود (Suleiman, O`cannel: Ibid).

ارجاع	فراوانی	درصد
مسیحی	۶	۲۰
شما / مال شما (مفرد)	۲۰	۶۶
خنثی	۲	۶٫۶
نام خانوادگی	۲	۶٫۶
کل	۳۰	۱۰۰

جدول ۲: درصد ارجاع به روحانیان مسیحی در جایگاه مخاطب

بر اساس جدول بالا، امام (ع) بیشترین ارجاع را به ضمیر «شما» با ۶۶ درصد از کل ۱۰۰ درصد دارد. با این حال، در مورد روحانیان مسیحی، این ارجاع متفاوت است. (نگاه کنید به جدول ۳). به نظر می‌رسد امام (ع) به علت بالا بودن تعداد ارجاع در موقعیت بهتری قرار دارد. (فراوانی ۳۰). شایان ذکر است که ارجاع امام (ع) در بافت مسیحی صورت گرفته است.

ارجاع	فراوانی	درصد
شما / مال شما (مفرد)	۹	۷۵
لقب	۱	۸/۳
خنثی	۲	۱۶/۶
کل	۱۲	۱۰۰
کل	۳۰	۱۰۰

جدول ۳: درصد ارجاع به امام (ع) در جایگاه مخاطب. لقب: رهبر مسلمین

مقایسه فراوانی ارجاع به خود در جداول ۴ و ۵ نشان می‌دهد که امام (ع) در مقایسه با رهبران مسیحی (۹۳) ارجاعی کمتر به خود می‌کند (۷۵ درصد). بر مبنای پیشینه تحقیقات مربوط به ارجاعات، افرادی که در

جایگاه بالاتر و مسلط تر قرار دارند، اغلب ارجاعی بیشتر به خود انجام می دهند. ولی این مطلب در مورد امام (ع) صادق نیست. به نظر می رسد روحانیان مسیحی با وجود داشتن مقام پایین تر، ارجاعاتی بیشتر به خود داشته اند (مثلاً ۹۳ درصد در مقابل ۷۵ درصد). این امر گواه آن است که امام رضا در مقام جانشین خلیفه (یعنی جایگاه زمینی و مادی) و هشتمین رهبر دینی (یعنی جایگاه آسمانی و الهی) فروتنی و تواضعی فراوان از خود نشان می دهد. به عبارت دیگر، با توجه به اولین گام برنامه هدایت اعصابی-زبانی، به نظر می رسد امام رضا (ع) سعی در ایجاد موضعی دوستانه با مخاطبان خود داشته است به نحوی که آنها بتوانند بدون هیچ گونه تهدید چارچوب ارجاع خود را نمایان کنند.

این امر زمینه را برای گام بعدی از مجموعه برنامه هدایت اعصابی-زبانی یعنی ترغیب مخاطب به تغییر آراء نادرست خود فراهم می سازد. یکی دیگر از مزایای فروتنی و تواضع امام رضا (ع) دستیابی به همگامی و هارمونی با مخاطب است که می تواند در حرکت به سوی موضع همراهی و دستیابی به چارچوب ارجاع مشترک، مفید باشد (شکل ۱).

ارجاع	فراوانی	درصد
من / مال من	۶	۷۵
ما / من را / ما را	۲	۲۵
کل	۸	۱۰۰

جدول ۴: درصد ارجاع به خود (امام)

ارجاع	فراوانی	درصد
من / مال من	۱۵	۹۳,۷۵
ما / من را / ما را	۱	۶,۲۵
کل	۱۶	۱۰۰

جدول ۵: درصد ارجاع به خود (روحانیون مسیحی)

۴. همگامی با مخاطب و رسیدن به هارمونی

شکل ۷: حرکت چهارم برنامه هدایت اعصابی-زبانی استفاده شده توسط امام رضا (ع)

نتیجه گیری

در جهانی با تنوع مذهبی، اسلام، پیام و رسالتی جهانی دارد و نظام جهانی ویژگی منحصر به خود را دارا می‌باشد. در عصر حاضر برای پاسخگویی به نیازهای متنوع مردم در کشورهای مختلف جهان و با توجه به این که جهانی شدن تلاشی برای دستیابی به نوعی وحدت زبانی است، جامعه زبانی مسلمانان باید توجه لازم را به ارائه گفتمانی متناسب با نیازهای انسان در دوران پرشتاب معاصر داشته باشد. به نظر می‌رسد مدل‌های گفتمان حاضر به علت آن که ساخته و پرداخته بشر هستند از معایب خاص رنج می‌برند. از آنجا که در دوران امام مهدی (علیه السلام) گفتمانی الهی بر تمام جهان تسلط خواهد یافت و به علت نادر بودن ارجاعات مربوط به گفتمان امام مهدی (عج) با رهبران ادیان مختلف، تصمیم بر آن شد تا که تجزیه و تحلیلی از مناظره امام رضا (ع) با رهبران مسیحی، یهودی و زرتشتی زمان خود انجام گیرد. فرض بر آن شد که با عنایت به این که ائمه اطهار (ع) به طور کامل در خانواده پیامبر (ص) رشد و پرورش یافته‌اند، انتظار می‌رود که منطقی و گفتمان الهی آنان نیز یکسان باشد. ویژگی‌های گفتمان امام مهدی (عج) ممکن است نمایانگر فحوایی از کلام، شامل پرسش، تبیین و توضیح و استدلال باشد. تصور بر آن است که توجیه جهان شمولی اسلام تنها در صورتی ممکن خواهد بود که امام مهدی (عج) به زبان مخاطبان خود صحبت کند و انتظار می‌رود ایشان برای مخالفان دینی خود فضایی باز را برای گفتگو فراهم کند، همان‌طور که این امر در گفتمان امام رضا (ع) نیز بارز است. امام (ع) با مخاطبان خود به زبان خود آنها و در حوزه دانش و باورهایشان سخن خواهد گفت. همچنین انتظار می‌رود که امام (ع) از رویکردی عینی مبتنی بر حقایق و واقعیت‌های معتبر برای مناظره استفاده کند. چنین رویکردی رهاوردهای بسیار عظیم خواهد داشت. اما در حال حاضر تنها ذکر این مطلب کافی است که مدیریت چنین مأموریت دشواری در دوران پسامدرن معاصر که پیوسته در حال پیچیدگی است، تنها از عهده فرستاده‌ای الهی که قابلیت توجه به ملزومات ذاتی جهان ما را داشته باشد، بر می‌آید.

منابع و ماخذ

منابع فارسی:

۱. مهرآیین، محمدحسین (۱۳۷۹ش)، بدرقه یار، انتشارات جمال، چاپ اول، قم.

منابع لاتین:

1. Edwards, R., and R. Usher (2000) Globalization and Pedagogy, Space, Place and Identity. London: Routledge,
2. Fairclough, N. and R. Wodak (1997) 'Critical Discourse Analysis' In T. van Dijk (ed.), Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Volume 2. London: Sage, 258-84.
3. Garratt, T. (1997). The effective delivery of training using NLP. London: Kogan Page.
4. Hardingham, A. (1998). Psychology for trainers. Wiltshire: The Cromwell Press.
5. Mehraïn, M.H., (2000) Stories of Imam Reza' s life. Mashad: Jamal Publication,
6. O'Connell, D., and S. Kowal (1998) 'Orality and literacy in public discourse: An interview of Hannah Ardent'. Journal of Pragmatics. 30: 543-564.
7. O'conner, J. & Seymour. (1993), Introducing NLP. Neuro-Linguistic Programming. London: Thorsons.
8. Suleiman, C., and D. C. O'Connell (2003) 'Perspective in the Discourse of War: The Case of Colin Powell'. Pragmatics. 13: 401-422.
9. Waters, M. (1995). Globalization, London: Routledge.