راه هکارهاي انتقال معرفت (وظيفة اصلي روحاني کاروان؛ پاسخگويي به نيازهاي معنوي، معرفتي و مذهبي زائران بيت الله الحرام )

علي عارفي مسکوني

چکيده:

از نظر اسلام، علاوه بر اين­که حج عملي عبادي است، از نظر آموزش وانتقال معرفتِ ديني، مدرسه­اي تربيتي ـ آموزشي است. دانش آموزان اين مدرسة معرفت و توحيد، زائران مشتاقي هستند که با هزينة خود و با شور و هيجان خاصي به اين کلاس پا گذاشته، آمادة تحوّل وتغييراند.

حج، در زندگي انسان مسلمان، نقطة عطف و يک سرفصل است. بايد زندگي حاجي، قبل و بعد از حج، متفاوت باشد. پذيرفته نيست که حاجي بعد از حج همان­گونه باشد که قبل از آن مي­زيست. بازگشت از حج، بازگشت به زندگيِ گذشته نيست، بلکه ورود به حيات طيّب است.

پس اگر اين­گونه نباشد، آن عمل مؤثر نبوده است؛ يعني حجّ اين حاجي مقبول نيست و در اين زمينه، مقصّر يا حاجي (دانش آموز) است يا روحاني (معلم) ويا هردو.

روحاني کاروان، هادي معنويِ کاروان به سرمنزل معنويت ومعرفت ديني است؛ اگر او در اين مسير و مسؤوليت کوتاهي کند گناهي نا بخشودني مرتکب شده است؛ زيرا به همان اندازه که هدايت­گريِ او به سوي خدا، نورانيت زا وپاداش آور است، تخطّي کردن از وظايفش ذلت­ساز وعقوبت زاست.

ايام حج وعمره از فرصت­هاي طلايي يک روحاني براي عملياتي ساختن طرح­هاي تبليغاتي وتزريق انديشه­هاي معنوي و انتقال اندوخته­هاي اوست؛ زيرا مخاطبانش، از نظر پذيرش وتأثير پذيري، در وضعيت بسيار عاليِ روحي، زماني و مکاني هستند. پس بايد از اين فرصت طلايي به درستي استفاده کند.

اکنون که در عصر ارتباطات به سر مي­بريم، هم انسان­ها متفاوت از گذشته­اند و هم شيوة زندگي متحوّل شده است، لاجرم چگونگي تبليغ مسائل ديني و انتقال معنويت نيز تغيير کرده است.

در دنياي پيچيدة امروز، براي رسيدن به هدف، در هر زمينه که باشد؛ (صنعتي، علمي، معنوي و...) بايد از ابزار روز و از شيوه­هاي نوين وکارشناسي شده استفاده کرد. نگاه جوان امروز به خويش و دين و جامعه متفاوت از گذشته است، لذا چگونگي برخورد با او، بايد متمايز از گذشته باشد. پس بايد هم دين را به شيوة نوين وکلاسيک شناخت و هم براي انتقال آن به ديگران از ابزارهاي متناسب با زمان استفاده کرد.

تحقيق موجود، متکفّل نحوة ارتباط، شناخت مخاطب و در نتيجه افزايش ميزان تأثير گذاري روحاني کاروان بر زائران است.

روش ما در اين مقاله از نوع گرد آوري، بومي سازي و تحليلي است.

کليدواژه­ها: ارتباط، مخاطب شناسي، شيوه هاي ارتباط با مخاطب.

مقدمه:

کار فرهنگي از ظريف­ترين، مشکل­ترين و البته با ارزش­ترين کارهاست؛ درگذشته به دليل بسته بودن جوامع، مشکل چنداني در اين مسير وجود نداشت، سازکارهاي سنتي به شکل طبيعي متکفّل اين انتقال بودند. اما امروزه به دليل ارتباطات وسيع وسريع فرهنگي، تأثير وتأثر فرهنگ­ها بر يکديگر، و جابجايي ارزش­ها و هنجارهاي فرهنکي، ديني و اجتماعي، بايد از طريق مديريت صحيح و سياست­گذاري فرهنگي، و به تعبير رهبر عظيم الشـأن انقلاب ـ حفظه الله ـ «مهندسي فرهنگي» در ميان جامعة اسلامي و نيز به وسيلة ديپلماسي فرهنگي و ارتباط فيزيکي انجام پذيرد.

ويژگي­هاي اساسي اين مهندسي فرهنگي که سال هاست رهبر معظم انقلاب ـ مدّ ظله العالي ـ از آن سخن گفته­اند، از اين قرار است:

1. واقع بينانه، عملي بودن و پاسخ گويي به نيازهاي واقعي.

2. اعتدال در رويکرد.

3. جامعيت و فراگيري.

4. انسجام و هم گوني، ميان اجزاي مختلف.

5 . صبر وحوصله براي ظهور نتيجه.

جامعيت مفهوم تبليغ و انتقال فرهنگ، اهداف غاييِ دين را در بر مي گيرد و دين در نهايت به دنبال تحقّق «عمل صالح» از خلال ايمان ويقين است. هدف حوزه­هاي مختلف فقهي و تشريعي در اصل، سامان دادن به رفتارها وکردارهاي انسان در زندگي دنيايي است. عامل اصلي اين انتخاب به گرايش قلبي زائر برمي گردد؛ (هَلِ الدِّينُ إِلاَّ الْحُبُّ؟!)، معنويت نيز در فرايند انتقال منظومة ارزشي حاکم، به همين نهايت مي­رسد.

اين موضوعات فرمايشي، دستور پذير و بخشنامه­اي نيست که بتوان با برخوردها و معالجات ديگران برايشان چاره انديشي کرد که فرموده اند: «لاَ ينتشر الهدي إلاّ مِن حَيثُ انتشر الضّلال»؛ «هدايت از همان مسيري است که گمراهي شکل گرفته است.»

صورت­بندي اين برنامه در عرصة اجرا ونزديک شدن به تحقّق عملي آن، از يک سو نياز به مباني تئوريک دارد که رهبر عزيز انقلاب ـ حفظه الله ـ با تعبير «نهضت نرم افزاري» بدان اشاره فرمودند؛ و از سوي ديگر، همزمان، مستلزم برنامه­ريزي براي پيشگيري تهديدها و افزايش مقاومت معنوي و مذهبي زائر در مقابل خطرات، از طريق ايجاد اعتماد به نفس، خودباوري و مذهب باوري وتأکيد بر حفظ هويت فکري، ديني و مذهبي است. بايد هم چيزي براي عرضه وجود داشته باشد؛ يعني پشتوانة علمي وفکري (روحاني کاروان) و هم مخاطب، داشته­ها و ميراث فرهنگي، ديني و مذهبي خويش را باور کند.

بايد اين غنا را نه در شعار وتعاريف بلکه در عمل ببينند و بپذيرند. اين عناصر بايد در آموزش ترويج و در عمل ديده شوند.

دشمن در حال پيشروي است و فرمانده، آگاهانه به هدايت عمليات مي­پردازد. سربازان هم آماده و منتظرند اما در اين ميان يا مهمات نمي­رسد و يا نقشه­هاي عملياتي گم مي­شوند ويا نيروها به غلط جابه جا مي­گردند. مشکل، فرماندهان مياني هستند. همانگونه که «سخت ستيز» قواعد و اصول خود را دارد و جز اهل آن نمي­شناسند و نمي­توانند از عهدة آن به شايستگي برآيند، در «نرم ستيز » هم بايد آداب و اصول حساس، پيچيده وظريف آن­را در نظر گرفت. هر کسي را براي کاري ساخته­اند و اگر در اين کارزار جان فرسا و دشوار، اهل آن متصدّي امور نباشند و به امر مولا علي 7 در عهد مالک اشتر، شايستگان به فرماندهي اين خطوط مياني گمارده نشوند، جز افزايش تلفات وخستگي وآزردگي وفرسودگي جسم و جان فرماندهيِ اصلي که در اتاق فرمان نشسته است، چيزي حاصل نخواهد شد. کاش اين نبرد را ـ نه آن اندازه که خداوند متعال و رسول گرامي­اش فرمان داده­اند ـ بلکه به اندازة دشمني که در مقابل ايمان زائران ما صف کشيده­اند و به ترديد، شک و تحقير و در نتيجه انحراف آن­ها کمر بسته­اند، جدي مي گرفتيم.

فصل اول: زائر شناسي

مقدمه: «ارتباط» در زبان فارسي، معادل واژة لاتين «communication» است. اين واژه، هم به صورت مصدري (به معناي پيوند دادن، ربط دادن) و هم به صورت اسم مصدر (به معناي بستگي، پيوند و رابطه) استعمال مي­گردد.

ارتباط در فرايند ياددهي ـ يادگيري، تبليغ و... عبارت است از: برقراري رابطه ميان دو فرد، دو موضوع، دو انديشه و اشتراك فكر وانديشه ميان معلم (روحاني كاروان) و فراگيران (زائران).

براي واژة «ارتباط» تعاريفي آورده­اند كه مشهورترين آن­ها عبارت است از : «فرايند انتقال پيام از فرستنده به گيرنده، مشروط برآن­كه محتواي مورد انتقال، از فرستنده به گيرنده منتقل شود و به­عكس»

براساس اين تعريف، اولاًـ ارتباط، نوعي فرايند است. ثانياًـ براي برقراري ارتباط، دست کم وجود سه عنصر «فرستنده»، «گيرنده» و «پيام» ضروري است. از آنجا كه سخن در ارتباط زائر است و در جريان تدريس نمي­توان انتظار داشت هدف­هاي آموزشي به راحتي و به طور كامل به گيرندة پيام انتقال يابد، بنابراين، حضور عنصر چهارمي، با عنوان «وسيله» ضرورت پيدا مي­كند، چون استاد (روحاني كاروان) در امر آموزش، وسيلة ارتباط است، حضور عناصر ديگري به نام­هاي «بازخورد و روش» نيز نقش مهمي در انتقال پيام دارند.

اهميت و ضرورت آشنايي روحاني كاروان با مهارت هاي ارتباط

دلايلي وجود دارد كه نشان مي­دهد آگاهي از فرايند ومهارت­هاي ارتباطي، براي روحانيون محترم كاروان­ها ضرورت دارد، برخي از اين دلايل عبارت­اند از:

الف) مهارت­هاي ارتباطي­كه بيانگر ميزان توانايي و اعتماد به نفس روحاني كاروان است و باعث افزايش ميزان ارزش و احترام روحاني كاروان نزد زائران و فراگيران مي­گردد. اين مهارت­ها جذابيت، صميميت و همدلي روحاني و زائر را درپي دارد و در تأثيرگذاري نقش مهمي را ايفا مي­كند.

ب) مشكلات روحانيون كاروان­ها در تأثيرگذاري، نوعاً از عدم ارتباط يا وجود ارتباط ضعيف ناشي مي­شود؛ به­ويژه اين ارتباط ضعيف و بي روح، اثر منفي؛ مانند كاهش همكاري، بروز اشتباهات (به­خصوص در ارتباط با انجام اعمال)، كاهش كارايي، كاهش عزّت نفس، نا اميدي، خصومت، فقدان خلاقيت و فقدان روحية اجتمايي (جمع گرايي­كه در ايام حج لازم است) وده­ها مورد ديگر را در پي دارد. در نتيجه تأثير گذاري نتيجة منفي خواهد داشت.

ج) افزون بر آن­كه در تمامي اين دوره (مدت زماني كه زائر با روحاني همزيست است) برقراري ارتباط در نيل به اهداف آموزشي مؤثر است؛ در اين مدت زمان (حج يا عمره) فلسفة خاصي حاكم است وآن آشنايي زائر با انديشه­هاي ديني، اخلاقي به صورت عملي (با نگاه به رفتارها واعمال روحاني) و در نتيجه تغيير در افكار، انديشه­ها و رفتار زائران مي باشد و اين فلسفه با آشنايي و بهره گيري از مهارت­ها وشيوه­هاي ارتباط و نيز برقراري ارتباط مناسب بين روحاني و زائر تحقّق مي­يابد. از اين­رو، پرداختن به مهارت­هاي ايجاد رابطه، حفظ واستمرار آن براي روحانيون ضرورت دارد.

د) يكي از اهداف تدريس آن است كه استاد و فراگير به اشتراك فكر و انديشه دست يابند. براي رسيدن به اين هدف، تنها يك وسيله وجود دارد وآن هم ارتباط مناسب ميان آن هاست كه بتوانند در قالب آن مبادلة افكار، نظريات و احساسات خويش بپردازند و مفاهيم مورد نظر خويش را به يكديگر منتقل كنند.

با توجه به­ويژگي­هاي زماني و مكاني اين ايام (موسم حج و عمره) و اهداف آن و همچنين با عنايت به رسالت روحانيون كاروان­ها، مسألة برقراري ارتباط با زائران اهميت خاصي پيدا خواهد كرد. در نتيجه ايجاب مي­كند كه به اين مسأله اهتمام ويژه­اي داده شود. از اين رو، غير از آموختن احكام ومناسك و... وآشنايي با مهارت­هاي عمومي براي برقراري ارتباط، شرايط و مقررات خاصي نيز وجود دارد كه روحانيون بايد به آن­ها عنايت خاصي داشته باشند. معمولاً در مهارت­هاي عمومي به مسائل شرعي كمتر توجه مي­شود اما در مورد روحانيون (معلّمان دين) نحوة ارتباط با زائران به­خصوص بانوان در كلاس درس يا خارج از آن تفاوت خواهد داشت. رعايت حدود و مرزهاي شرعي، اگر چه بر همگان (مسلمانان) لازم و واجب است اما براي روحانيون كه خود نقش الگو را دارند ـ مهم تر خواهد بود.

مراحل برقراري ارتباط و حفظ آن

گام نخست شناخت مخاطب (زائر شناسي)

شناخت مخاطب و ويژگي­هاي­آن، از اركان اساسي روان شناسي ـ تربيتي است. مخاطب­شناسي به ما كمك مي­كندكه راحت­تر و آسان­تر با زائر ارتباط مؤثر بر قرار نماييم. اساساً آگاهي از فرايند شناختي فراگيران (زائران)، در سنين مختلف، به­ويژه در سنين جواني، از ضروري­ترين وظايف روحاني كاروان است؛ زيرا يكي از اركان تعليم وتربيت وآموزش «زائر» است؛ از اين­رو، شناخت آنان وآشنايي با خلقيات، نيازها، انگيزه­ها، تيپ­هاي شخصيتي، تفاوت­هاي فردي و... امري ضروري است و بدون آشنايي با آن­ها، امر آموزش و تأثيرگذاري، با مشكل مواجه مي­شود. زائر شناسي در پي همين نكته است كه به روحانيون كاروان يادآوري كند، قبل از هركاري مخاطبان خويش را بشناسند و براساس ظرفيت و ظرافت آنان، آموزش، مشاوره، تربيت وتأثيرگذاري را پي­ريزي نمايند.

شناخت مخاطب بايد در حوزه­ها و قلمروهاي متفاوت انجام پذيرد؛ يعني بايد از جنبه­هاي گوناگون نسبت به شناسايي مخاطب همت نمود و بر اساس نتايج و شناخت و متناسب با حوزه­هاي قلمروها، در رفع كاستي­ها و دفع شبه­هاي جديد كوشيد. برخي از مهم­ترين حوزه­هاي مخاطب شناسي عبارت­اند از:

1. قلمرو ويژگي­هاي زيستي، ذهني، عاطفي، ورواني زائران.

2. مسائل و مشكلات اجتماعي زائران.

3. وضعيت اعتقادي، ديني و مذهب زائران.

4. مسائل فرهنگي، آداب و رسوم اجتماعي زائران.

5 . ميزان معلومات و درك و فهم زائران.

6 . تفاوت­هاي فردي زائران.

7. تيپ­هاي شخصيتي زائران.

شخصيت شناسي (ويژگي شخصيتي زائران) جهت برقراري ارتباط

انسان­ها موجوداتي هستند منحصر به فرد و هر يک به شكل و نوعي؛ بعضي به همديگر شباهت بيش­تري دارند و برخي كمتر. عوامل گوناگوني بر رفتار افراد تأثير مي­گذارد؛ ژن، تربيت، استعدادهاي دروني، قابليت­ها، زمينه­هاي فرهنگي، مقاطع زماني، تحصيلات علمي و موقعيت­هاي ويژه از مهم­ترين اين عوامل هستند.

رفتارهاي انسان­ها در هر موقعيتي متفاوت است و موقعيت­هاي متفاوت، رفتارهاي متفاوت را مي طلبد. اما اين بدان معنا نيست كه شخصيت انسان­ها در هر مورد تغيير مي­كند. به­عكس، انسان­ها در هر وضعيتي، با واكنش­هاي متفاوتي رو به رو مي­گردند؛ طوري رفتار مي­كنند كه راحت باشند. با اين حال، توجه به اين نكته ضروري است كه شخصيت اشخاص در موقعيت­هاي گوناگون، از همخواني وسازگاري قابل ملاحظه­اي برخوردار است. بنابراين، با آن­كه در موقعيت­هاي گوناگون، رفتارهاي گوناگون از فرد سر مي­زند وشخصيت متفاوتي را از او نشان مي­دهد، اما در مجموع مي­توان 4 نوع قالب و تيپ شخصيتي براي افراد برشمرد:

1. برون گرا ـ درون گرا.

2. شمّي ـ حسي.

3. عاطفي و احساسي ـ منطقي و فكري.

4. ملاحظه كننده ـ داوري كننده.

الف) برون گرا يا درون گرا:

نخستين ويژگي شخصيتي افراد، برون گرا يا درون گرا بودن است.

علايم ونشانه­هاي درون­گرايي يا برون­گرايي را مي­توان اين گونه برشمرد:

1. برون گراها ديگر محور و جمعي هستند

درواقع آن­ها در جمع بودن راحت­ترند و مي­کوشند اين حالت را در ديگران نيز به وجود آورند. اين افراد هرچه با ديگران تبادل بيش­تري بر قرار كنند، نيرو و انرژي بيش­تري مي­گيرند و از اين رو، دوستان و معاشرين فراواني دارند. اما درون گرايان خود محور هستند. البته اين بدان معنا نيست كه آنان خودخواه و خودشيفته هستند؛ بلكه بيش­تر به خودشان تکيه دارند.

2. درون­گرايان بيش­تر ترجيح مي­دهند از تجربيات و دانسته­هاي دروني خود استفاده كنند

آنان براي دريافت پاسخ­ها به درون خود توجه مي­كنند؛ اما برون­گرايان ناخودآگاه از خود مي پرسند من با ديگران و با اشياي بيرون از خود، چگونه رابطه برقراركنم ؟ در حالي­كه درون­گرايان مي­پرسند ديگران با من در چه رابطه­اي هستند؟

3. از علايم ونشانه­هاي مهم در تشخيص افراد درون­گرا يا برون­گرا، تعداد آشنايان آن­ها است

تعداد آشنايان و دوستان برون­گرايان به مراتب بيش­تر از دوستان درون­گرايان است. برون­گراها مايلند به آن­چه در پيرامونشان مي­گذرد توجه كنند. در حالي كه درون­گراها مي­خواهند خودشان را غرق دركاري كنندكه به آن علاقه مند هستند. اين توجه به درون و موضوع مورد علاقه، بيش­تر باعث مي­شود تا آن­ها از آنچه در پيرامونشان مي­گذرد بي­خبر باشند. فرد درون­گرا ممكن است براي مطالعه، دعا، زيارت و يا عبادت ـ بي­آنكه متوجه گذشت زمان باشد ـ ساعت زيادي را صرف كند و در كار خويش متمركز شود. برخلاف آنان، برون­گراها در چيز مخصوصي متمركز نمي­شوند؛ زيرا تحت تأثير بسياري از حوادث بيروني هستند. لذا از طولاني شدن كلاس­ها و مراسم­ها زود خسته مي­شوند و اعتراض مي­كنند.

4. شيوة رفتار و طرز كار برون­گرايان و درون­گرايان، تفاوت آن­ها را نشان مي­دهد

در توضيح اين تفاوت مي­توان اينگونه مثال زد: برون­گراها بيش­تر درِ اتاق خود را باز مي­گذارند و بدين­گونه، از آنچه در پيرامون­شان مي­گذرد آگاه مي­شوند. به­عكس، درون­گراها معمولاً درِ اتاق شان را مي­بندند تا حواسشان متمركز بماند و ديگران از آن­ها وكارهايشان آگاهي نيابند. اساساً درون­گراها به­تبادل و مراودات كم­تري نياز دارند. بيش­تر در خود فرو مي­روند و به­تفکر مي­پردازند وسعي مي­كنند در صورت امكان، جاهاي زيارتي را خود به تنهايي ببينند وكمتر در قالب حركت­هاي دسته جمعي قرار مي­گيرند.

5 . برون­گراها ترجيح مي­دهند از هر كاري آگاه باشند، اما درون­گراها ترجيح مي دهند تنها به يكي از چند موضوع بپردازند و درآن، تبحّركامل پيدا كنند

ما در زندگي روزانه، به هر دو گرايش نياز داريم؛ هم كساني را مي­خواهيم كه به طور نسبي همه چيز دان باشند و هم به­كساني نياز داريم كه به طور تخصّصي از عمق مطالب آگاهي دارند.

برون­گراها به موضوعات متعدّد مي­پردازند. از موضوعي به موضوع ديگر پل مي­زنند. از همين­رو، نمي­توانند در هيچ موضوعي تعمّق كافي داشته باشند. بنابراين، اطلاعاتشان كم عمق و سطحي است و چون درون­گراها به موضوعات محدود مي­پردازند، در همان زمينة محدود، اطلاعات عميق به دست مي­آورند؛ لذا در پاسخ پرسش­هايشان با پاسخ سطحي قانع نمي­شوند و انتظار پاسخ تخصصي و مستند و مستدل دارند.

6 . تفاوت در سبك وطرز كار

سبك كار درون­گراها كاملاً متفاوت از برون­گراها است. معمولاً برون­گراها سريع دست به كار مي­شوند و سريع از كاري به سراغ كار ديگر مي­روند؛ به عبارت ديگر، تحت تأثير عمل هستند؛ اما درون­گراها با سرعت كم­تر وتأنّي بيش­تر كار مي­كنند. آنان پيش از آن­كه به كاري اقدام كنند، در بارة آن، درست مي­انديشند و پس از آغاز كار، در هر مرحله و مقطع، كارشان را ارزيابي مي­کنند؛ مثلاً : در اعمال، بعد از انجام هر عمل، به جهت اين­كه مطمئن شوند، كار خود را به روحاني كاروان عرضه مي­كنند و بعد وارد عمل بعد مي­شوند و سعي مي­كنند خويش را در دسترس روحاني قرار دهند.

7. از برون گراها پيش از آن­كه چيزي بپرسيد، به سرعت آنچه در ذهنشان مي­گذرد را با شما در ميان مي­گذارند. اما از درون­گراها تا چيزي پرسيده نشود، مطلبي را در ميان نمي­گذارند

اگر بخواهيم مطلب را با تعبير ديگري بيان کنيم، بايد بگوييم برون­گراها با صداي بلند فكر مي كنند يا به­جاي اين­كه فكر كنند، حرف مي زنند؛ در حالي­كه درون­گراها تا فكر نکنند حرف نمي­زنند. در واقع درون­گراها به­جاي كمّيت، بيش­تر به كيفيتِ كفتگو توجه دارند.

معمولاً برون­گراها در يك جلسه، تمام وقت جلسه را به خودشان اختصاص مي­دهند. درحالي كه افراد درون­گرا در همان زمان، در حال فكر كردن در بحث مورد نظر هستند. آنان حرف­هايشان را در ذهن پخته و ويرايش مي­كنند وآنچه به دست مي­آيد، محصول تمام شده و كامل است و منتظر پاسخ كامل و پخته. به­عكس، برون­گراها بيش­تر موضوعات دنياي بيرون از ذهنشان را ويرايش مي كنند و شما از آن آگاهي مي­يابيد و دنبال پاسخ سريع هستند هر چند ناقص باشد.

8 . سبك و شيوة برقراري ارتباط

اگر به سخنان برون گرا با درون گرا خوب دقت كنيم، با تفاوت­هاي بسيار بارزي مواجه مي شويم: نخست آن­كه برون­گرا به مراتب، بيش­تر حرف مي­زند. آنان اصولاً با صداي بلند فكر مي­كنند و صحنة گفت وگو را در انحصار خود مي­گيرند و آنگاه که با پرسشي روبه رو مي­شوند، بلا فاصله شروع به صحبت مي­كنند. اما آنگاه که درون­گراها مورد سؤال قرار مي­گيرند مكث مي­كنند. به پرسش مي­انديشند، بعد پاسخ مي­دهند. برون گراها با وقت مرده وسكوت، رابطة خوبي ندارند و به همين دليل هرجا فاصله و خلائي ميان صحبت­ها بروز كند آن را پر مي­كنند، اما درون­گراها اغلب اگر سكوت كنند راحت­ترند و به همين دليل براي پايان بخشيدن به سكوت، به ندرت سخن آغاز مي­كنند. برون گراها پرسرو صداتر از درون­گراها هستند. برون­گراها علاوه بر آن­كه بيش­تر حرف مي­زنند، سرعت گفتارشان نيز بيش­تر است.

9. برون­گراها، شعرخواني، روضه خواني و مداحي را مي­پسندند و درون­گراها دوست دارند به مباحث علمي، تارخي و مناسک بپردازند

بديهي است، به جاي بها دادن به شعر، مداحي، سينه زني، جوک و شوخي، که مورد علاقة برون­گراها است، به بحث­هاي علمي، تاريخي، شرعي و مناسك پرداخته شود. درون­گراها دوست دارند در كلاس درس مسائل شرعي، مناسك حج و عمره، تاريخ و مسائل اعتقادي را بياموزند؛ لذا كمتر روي خوش به مسائل احساسي وعاطفي نشان مي دهند.

ب) حسّي يا شمّي

انسان­ها از دو راه آگاهي و اطلاعات کسب مي­کنند و آن دو راه را «شمي» و «حسي» نام نهاده­اند. بخش مهمي­ از آگاهي­ها که به دست مي­آوريم، حالتي ناهوشيار دارد. بعضي بيش­ترين اطلاعات خود را از طريق حواس پنج­گانه مي­گيرند؛ مانند: بينايي، شنوايي، لامسه، چشايي و بويايي، برخي ديگر علاوه بر حواس پنجگانه، بخشي از اطلاعات را از راه حس ششم کسب مي­کنند. اين افراد به جاي توجه کردن به آنچه وجود دارد، بيش­تر به آنچه مي­تواند وجود داشته باشد، توجه دارند. ما از واژة «شمّ» براي توصيف اين اشخاص استفاده مي­کنيم. البته هيچ­کس به طور صد در صد شمي يا حسي نيست؛ چنانکه هيچ­کس صد در صد درون­گرا يا برون گرا نيست. هر فردي مي­تواند، هم شمّي باشد و هم حسّي و در واقع اين­گونه هم هست. شمي يا حسي بودن، نشانه­ها و علايم زيادي دارد که مي­توان با توجه به اين علايم دانست چه­کساني شمي هستند و در بارة آن­ها قضاوت­کرد.

در ذيل به­چند علامت اشاره مي­شود:

1. حسي­ها معمولاً توجه بيش­تري به واقعيات وجزئيات دارند

در حالي­که شمّي­ها، بيش­تر معنا، ربط وکاربردها را درک مي­کنند. به عنوان نمونه، حسّي­ها فقط کلمه را مي­بينند اما شمّي­ها به مجموع سخنراني نظر دارند.

به عبارت ديگر، حسي­ها به آنچه در هر لحظه مي­شنوند يا تجربه مي­کنند، نظر مي­اندازند و اگر بخواهند در مورد سخنراني شما حرف بزنند ويا نظر بدهند، به شادابي وزيباييِ گفتار شما از حيث ادبيات، لحن و صدا، جرّ و مدّ (کشيدن و طولاني کردن) خطابي و... و يا ضعف اين موارد اشاره مي کنند، اما آدم شمي، با شنيدن سخنراني شما، علاوه بر توجه به محتوا، به مقايسه مي پردازد؛ مثلاً مي گويد: يادش به خير مثل شهيد دکتر بهشتي سخن مي­گويد. مرا به ياد ايشان انداخت. سخنانش گزيده و پر محتوا است يا به عکس...

بنابراين، نگاه شخص حسّي با شمّي نسبت به يک سخنراني، بسيار متفاوت است. شمّي­ها به جاي آن­که به آنچه هست توجه کنند، بلافاصله به پيوند و رابطه و مقايسه مي پردازند و رابطه و تداعي خود را به آن نشان مي­دهند. اين افراد معمولاً از هر سخنراني راضي نيستند، بلکه از سخنراني کسي راضي هستند که آن رابطه را که در ذهن دارد تأمين نمايد و مناسب آن الگوي ذهني خويش باشد.

شيوه­اي­که شمي­ها خلاقيت خويش را ابراز مي­کنند با شکلي­که حسي­ها خلاّقيتشان را نشان مي دهند، متفاوت است. حسي­ها معمولاً مورد استفاده­اي براي چيزي­که قبلاً کشف شده است، پيدا مي­کنند. لذا علاقة عجيبي به آمار و ارقام دارند. يکي از دلايل علاقة حسي­ها به ارقام و آمار اين است که مي­خواهند از آن به­طور دقيق استفاده کنند.

در ميان گروه­هاي شخصيتي، دو گرايش حسّي و شمّي، بيش­ترين تفاوت را در اشخاص ايجاد مي کنند؛ زيرا اين دو خصوصيت، روي چشم انداز کلي اشخاص تأثير مي­گذارند. معمولاً حسّي­ها به امور جاري و عادي دلبستگي بيش­تري دارند، اما شمي­ها به آنچه جديد و متفاوت است، مي­انديشند و اغلب به نظريه­ها، مفاهيم وفرضيه­ها علاقمند هستند.

2. حسي­ها و شمي­ها، در جلسة درس بيش­تر به موضوعات درسي متفاوتي علاقمند هستند.

شمي­ها بيش­تر به بحث­هاي نظري و استدلالي علاقه دارندکه از جملة آن­ها است: فلسفه، کلام، بحث­هاي اعتقاديِ استدلالي و علل الشرايع و... اما حسي­ها بيش­تر به موضوعات ملموس مي­پردازند که کاربردي وتجربي باشد، مانند: شناخت مسجدالحرام، مناسک و احکام و...

3. سبک وطرز ارتباط.

حسي­ها به شکل ساده­تري ارتباط برقرار مي­کنند؛ در حالي­که شمي­ها به طرز پيچيده­تري حرف مي­زنند.

حسي­ها هم به واقعيت­ها و مشخصه­ها نظر دارند و هم مرتب ومنظم حرف مي­زنند. از حرف اول شروع مي­کنند و به حرف آخر مي­رسند. جملات حسي­ها کوتاه و در عين حال بسيار دقيق است، ليکن جملات شمي­ها بلند و طولاني و در بسياري از مواقع نا تمام است. از آنجاکه شمي­ها، جملات ديگران را پيش­بيني مي­کنند، اغلب به جاي ديگران جملات آن­ها را تمام مي­کنند.

4. نوع لطيفه وخوش مشربي­هاي افراد حسي و شمي هم مي­تواند براي شناسايي آن­ها نشانة خوبي باشد.

شمي­ها نوعاً لطيفه­هاي روشنفکرانه در رابطه با زبان، سياست و يا مباحث جاري را ترجيح مي دهند، اما حسي­ها لطيفه­هاي جسماني و فيزيکي را دوست دارند.

5 . جهت گيري فعلي يا آتي .

حسي­ها به زمان حاضر وگذشته توجه دارند. حافظة آن­ها بسيار قوي است و از اين اطلاعات براي تصميم­گيري استفاده مي­کنند. آن­ها با آنچه انجام داده­اند راحت هستند وکم­تر به آنچه هنوز اتفاق نيفتاده است، توجه دارند. اما شمي­ها به آنچه جديد و بکر است توجه مي­کنند. آن­ها براي آينده ارزش بيش­تري قائل­اند و در بيش­تر اوقات به آينده فکر مي­کنند وکم­تر به حال توجه دارند.

6 . حرفه وشغل

شمي­ها وحسي­ها مانند درون­گراها و برون­گراها، در زمينة حرفه و شغل نيز متفاوت­اند. شمي­ها وحسي­ها در مشاغل گوناگون ديده مي­شوند، اما شدت و تناوب آن­ها يکسان نيست. شمي­ها وحسي­ها کار را با گوناگون و متفاوت انجام مي­دهند. به لحاظ آرماني، حسي­ها به انجام دادن کارهايي که به آن­ها امکان مي­دهد با امور واقعي سر وکار داشته باشند، راغب تر هستند. آن­ها از تجارب گذشتة خويش براي حلّ مسائل استفاده مي­کنند. مي­دانند که از آن­ها چه انتظاري مي­رود. آن­ها در پايان روز مي­خواهند بدانند که چه کرده­اند. اما شمي­ها ترجيح مي­دهند کاري کنندکه به آن­ها امکان بدهد به آنچه امکان و احتمال دارد، توجه­کنند. شمي­ها کارهايي را دوست دارند که به آن ها امکان بدهد از شيوه­هاي خلاق وبديع براي انجام دادن آن­ها استفاده کنند و نيز پروژه هاي پرچالش­را ترجيح مي­دهند.

ج) «عاطفي ـ احساسي» و «فکري ـ منطقي»:

به طور معمول، افراد در نوع تصميم­گيري متفاوت­اند؛ برخي تصميمات خود را بر اساس فکر، عقل و منطق اتخاذ مي­کنند و برخي ديگر بر اساس احساس و عاطفه. البته اين دو گرايش در انسان به صورت طبيعي وجود دارد، اما برخي به تفکر و تعقل گرايش بيش­تري دارند و در مقابل، بعضي به احساسات و عاطفه ارزش بيش­تر مي­دهند. از اين رو، بايد توجه داشت­که افراد عاطفي، بي منطق نيستند و همچنين منطقي­ها هم بي عاطفه نيستند. برخي از علايم و نشانه­هاي افراد منطقي و عاطفي:

1. انسان منطقي، در تصميم­گيري، ابتدا موضوع را به شکل منطقي تحليل مي­کند.

از خود مي­پرسد: «آيا تصميم من با عقل سازگار است و نتايج مثبت و منفي آن چيست؟ و... » و در حقيقت، به مسأله عينيت مي­بخشد؛ اما فرد عاطفي، ­عکس آن است؛ يعني تصميم را مي­گيرد و آنگاه که گامي به جلو رفت، از خود مي­پرسد در بارة اين موضوع چه احساسي دارم؟ اين تصميم روي من و ديگران چه تأثيري مي­گذارد؟ ارزش شخصي من در اين مورد چه مي­گويد؟ و...؟

2. احساسي­ها و منطقي­ها هرکدام مورد علاقة خود را انتخاب مي­کنند.

براي نمونه: مشاغل ياري­رساني، گروه بسياري از عاطفي­ها را به خود جلب کرده است؛ زيرا اين مشاغل به آن­ها امکان مي­دهدکه يکي از نيازهاي مهم دروني خود در زندگي، که همانا کمک کردن به ديگران است، برآورده شود. اين افراد معمولاً در کاروان­ها به کمک زائران سالمند وخدمة کاروان مي­شتابند و درکارهاي فرهنگي بازويي براي روحاني کاروان هستند. البته اين بدان معنا نيست که منطقي­ها غير احساسي وخودمحور هستند و در صورت نياز، به ديگران کمک نمي­کنند، بلکه منظور اين است که احساسي­ها، بدون درخواست پيشگام­اند. البته وقتي زمان تصميم­گيريِ قاطعانه برسد، منطقي­ها بهتر و مطمئن­تر عمل مي­کنند.

3. عاطفي­ها به­طور طبيعي، بيش­تر به ديگران فکر مي­کنند؛ زيرا آن­ها احتياج دارند که محبوب و مورد توجه ديگران باشند؛ از اين رو، همة تلاش آنان اين است که ديگران را راضي کنند. آن­ها بسياري از مسائل ديگران را مسائل خود تلقّي مي­کنند. عاطفي­ها از صراحت لهجه به­دور هستند. براي کمک به ديگران ـ در مواقعي ـ به دروغ نيز متوسل مي­شوند؛ زيرا نگران­اندکه اگر صراحت به خرج دهند و حقيقت را بگويند، ممکن است مخاطبان خود را ناراحت کنند. به­عکس منطقي­ها براي حقيقت­گويي و صداقت، ارزش قائل هستند و اگر اين صداقت­گوييِ آن­ها کسي را برنجاند، احتمالاً برايشان خيلي مهم نباشد؛ از سوي ديگر عاطفي­ها اغلب متهم مي­شوند و مورد انتقاد قرار مي­گيرند، آن هم به اين دليل­که بيش از اندازه نرم، ملايم و عاطفي هستند. البته منطقي­ها نيز به دليل جديت، خشک و منطقي بودنِ بيش از اندازه، مورد انتقاد قرار مي­گيرند.

4. عاطفي­ها معمولاً به احساس ديگران بها مي­دهند، حتي اگر اين ارزش و بها دادن نا مفهوم يا غير منطقي باشد. ولي منطقي­ها تنها با استدلال و منطق متقاعد مي­شوند. در نظر منطقي­ها، احساسات و عواطف در صورتي خوب است­که با منطق همراه باشد؛ از اين­رو، منطقي­ها و عاطفي­ها يکديگر را به درستي درک نمي­کنند. منطقي­ها به­خود مي بالندکه قضاوت عادلانه مي­کنند. آن­ها به­رعايت ضابطه­ها و قواعد و مقررات بها مي­دهند. اما احساسي­ها بيش از هرچيز به محبت و دوستي مي­انديشند. درضمن، منطقي­ها در مواردي­که بايد سخت وجدّي بود، معمولاً سخت­تر وجدي­تر از عاطفي­ها نشان مي­دهند.

5 . معمولاً مردها منطقي و زن­ها عاطفي هستند.

اما اين مسأله کلّيت ندارد؛ چون ممکن است برخي از مردان عاطفي و بعضي از زنان منطقي باشند.

6 . طرز رفتار و سلوک

معمولاً منطقي­ها با اشخاص، رفتار سردتري دارند؛ اما عاطفي­ها گرم­تر هستند. در شخصيت خواني بايد توجه داشت­که شخص با چه­کسي حرف مي­زند، با رييس يا فرزندش؟ اين گفتگو در کجا صورت مي­گيرد؟ درکلاس درس يا در قبرستان بقيع؟ هدف از صحبت چيست؟ درس (مثلاً مناسک) يا بيان مظلوميت اهل بيت؟

عاطفي­ها معمولاً رفتار دوستانه­تر وصميمي­تري دارند. مردم اغلب اوقات، عاطفي­ها را خوب و مهربان معرفي مي­کنند. از آنجاکه اکثر عاطفي­ها دوست دارند ديگران را راضي­کنند، براي شاد کردن ديگران اقداماتي انجام مي­دهند. عاطفي­ها به راحتي مسائل شخصي و زندگي خود را با ديگران در ميان مي­گذارند، درحالي­که منطقي­ها مايل نيستند احساسات خود را بيان کنند، حتي براي نزديکانشان.

عاطفي­ها به­طور طبيعي در فعاليت­هاي اجتماعي درگير مي­شوند. براي انتخاب يک هديه وقت زيادي مي­گذارند و اگرکسي هديه­اي به آن­ها بدهد بلافاصله تشکر مي­کنند. آن­ها به رفاه ديگران توجه دارند. همچنين افراد عاطفي به ندرت حرف مي­زنندکه ديگران خجالت بکشند و نيز از برخوردهاي خشن خودداري مي­کنند، ولي فرد منطقي، در مقايسه با افراد عاطفي، از قاطعيت بيش­تري برخوردار است. بيش­تر ابراز وجود مي­کند؛ اما عاطفي نمي­خواهد احساسات ديگران را خدشه­دار کند، اغلب به جاي رقابت با اشخاص، با آن­ها همکاري مي­کند. درگفتگوي فردي، شخص عاطفي بسيار مؤدبانه و با احترام حرف مي­زند و به راحتي تشکر مي­کند. در حالي­که شخص منطقي به اين مسائل کمتر توجه دارد و بيش­تر با حالتي خشک و جدّي رفتار مي­کند.

7. احساسي­ها معمولاً لبخند به لب دارند يا اخم مي­کنند و در مقايسه با منطقي­ها، از صورت و چهره بيش­تر استفاده مي­کنند.

آن­ها وقتي به هيجان مي­آيند يا شاد هستند، به سرعت تبسّم مي­کنند و وقتي ناخوشنود و هراسناک­اند، چهره­شان ناراحتي و اضطراب را به نمايش مي­گذارد.

8 . شغل وحرفه.

منطقي­ها به طور معمول به شغل­هايي تمايل دارند که بيش­تر جنبة تحليلي و تفکر دارد، در حالي که عاطفي­ها گرايش به شغل­هايي دارند که به نوعي با مسائل احساسي و عاطفي سروکار دارد.

9. احساسي­ها نوعاً آسيب­پذيرتر هستند.

انسان احساسي، زود رنج و پرتوقّع است. با اندک بي­توجهي احساساتش جريه­دار مي­شود. اما منطقي با نا ملايمات برخورد منطقي مي­کند و کمتر آشفته مي­شود. البته اگر هم از کسي رنجيد ديرتر فراموش مي­کند، به­عکس عاطفي، که گاهي با يک معذرت خواهي، گذشته را به فراموشي مي­سپارد.

د) «داوري کننده» يا «ملاحظه کننده»:

آخرين بخش از بحث شخصيت شناسي، مربوط به نگرش انسان به نوع زندگي است؛ يعني انسان دوست دارد چگونه زندگي کند و چگونه برنامة سفرش را سامان دهد و... در اينجا با دو گروه «داوري کنندگان» و «ملاحظه کنندگان» روبه­رو هستيم. البته چنين نيست که هميشه داوري کردن به معناي «ادراکي بودن» باشد. ملاحظه کنندگي نيز به اين معناست که شخص داراي روحية باز وپذيرنده است. اما داوري کننده، نقطه مقابل شخص ملاحظه کننده است.

برخي از ويژگي­هاي «داوري کننده» و «ملاحظه کننده»:

1. داوري کننده­ها، به­زمان توجه دارند وتقريباً هميشه سر وقت در محل قرار حاضرند. در حالي ­که ملاحظه­گرها بيش­تر دير مي­کنند؛ به عبارت ديگر، داوري کننده­ها و ملاحظه­گرها در بارة زمان دو برداشت جداگانه دارند. داوري کننده­ها فعاليت­هايشان را براساس 15 دقيقه، 30 دقيقه و60 دقيقه برنامه ريزي مي­کنند و از آنجاکه آن­ها به­ثمره ونتيجه بسيار توجه دارند، زمان برايشان ابزار بسيار مهم و وقت براي آن­ها گران­بها وکالاي محدودي است؛ لذا با آن برخورد انديشمندانه و سود جويانه مي­کنند. اين افراد به­طور معمول از جلساتي­که بهرة علمي و معنوي چنداني ندارد (و با داستان و مداحي وخواب ويا احياناً جوک پر مي­شود) ميانة خوبي ندارند.

اما براي ملاحظه­گرها، زمان قابل تجديد وتکثير دائمي است. آن­ها با خوشحالي در بارة امور مختلف مي­گويند: «وقت برايش پيدا مي­کنيم». داوري کننده­ها در مجموع وقت شناس­تر از ملاحظه گرها هستند؛ البته اين بدان معنا نيست که ملاحظه­گرها به وظايف خود بي­توجه هستند؛ اما آن­ها بسيار راحت وقت را فراموش مي­کنند و موضوع از دستشان خارج مي­شود.

2. داوري­کننده­ها منظم­تر و سازمان يافته­تر هستند و يا دست کم در مقايسه با ملاحظه­گرها، از سازمان يافتگيِ به مراتب بيش­تري برخوردارند. داوري کننده­ها، طبق اعلام قبلي براي حرکتِ دسته جمعي براي زيارات و يا انجام مناسک و... سر وقت آماده­اند و از جمعيت جدا نمي­شوند و در پايان، جا نمي­مانند و گم نمي­شوند. اما ملاحظه­گرها يا دير مي­آيند يا جا مي­مانند و يا سرانجام گم مي­شوند.

ملاحظه کننده­ها، بيش­تر در کلاس درس و يا هرجا که مطلبي گفته مي­شود يادداشت مي­کنند. يکي از دلايل اين کار آن است که آن ها به دادهاي اطلاعاتيِ بسيار بيش­تري نياز دارند. استدلال آن­ها اين است که ممکن است اکنون به آن نياز نداشته باشيم اما بعداً به آن احتياج خواهيم داشت.

3. داوري کننده­ها بيش­تر به اصول کاريِ محکم­تري معتقدند و حال آن­که ملاحظه کننده­ها تفريح را ترجيح مي­دهند؛ به عبارت ديگر، داوري کننده­ها اغلب احساس اضطرار مي­کنند که کارشان را هرچه زودتر به پايان برسانند و بعد به استراحت و تفريح بپردازند، اما ملاحظه­کننده­ها بيش­تر مي­خواهند تفريح کنند و راحت باشند و زماني­که نوبت به انجام کار اضطرارگونه رسيد، دست به کار مي­شوند. البته منظور اين نيست که داوري کننده­ها با وجدان وملاحظه­کنندهها تنبل هستند. بلکه مسألة اصلي طرز نگرش آن­ها در بارة زمان است.

نکته: چهار بُعد شخصيتي، مي­تواند در هم ادغام شود و به صورت تداخلي در افراد باشد؛ از اين­رو بايد توجه داشت که برخي ممکن است درون­گرا، حسي، منطقي وداوري­کننده باشندکه در اين صورت، ابعاد چهار گانة شخصيت به صورت متفاوت در افراد يافت مي­شود. با توجه به­آنچه گفته شد، شخصيت هر فرد از چهار بُعد جداگانه تشکيل شده است و جمع اين ويژگي­ها در يک فرد، مي تواند شخصيت کلي را تشکيل دهد که با هر يک از اجزا تفاوت داشته باشد، اما شناخت آن، بدون شناسايي اجزاي تشکيل دهنده آن نيز ممکن نيست.

4. رفتار وسلوک.

داوري­کننده­ها، رسمي­تر، متعارف­تر وسنتي­تر هستند، در حالي که ملاحظه کننده­ها، بيش­تر خودماني، غير متعارف و غير سنتي ميباشند. داوري کننده ها هميشه شتاب زده هستند.

5 . چگونگي معاشرت و سخن گفتن با ديگران

از برجسته­ترين خصلتِ داوري­کننده­ها، قاطعيت آن­ها است، اما ملاحظه­کننده­ها، به­ عکس، معمولاً در تصميم­گيري با دشواري روبه­رو مي­شوند، در حالي­که داوري کننده­ها بلافاصله تصميم مي­گيرند.

داوري­کننده­ها با قاطعيت و اطمينان زياد حرف مي­زنند. اما ملاحظه­کننده­ها به حرفي­که مي­زنند چندان اطمينان ندارند. براي ملاحظه­کننده­ها، انجام دادن فرايند کار مهم است، اما داوري­کننده­ها به نتيجة کار بها مي­دهند.

6 . شغل و حرفه

داوري­کننده­ها به مشاغلي علاقه­مند هستندکه ميدان تصميم­گيري در آن­ها زياد است. اما ملاحظه­کننده­ها کارهاي انعطاف پذير را ترجيح مي­دهند و مشاغلي را دوست دارندکه قانون ومقررات کم­تري در آن­ها باشد.

فصل دوم: شيوه هاي ارتباط با شخصيت هاي مختلف

چگونه مي­توان با شخصيت­هاي مختلف ارتباط برقرار کرد؟

افراد هرچه شباهت بيش­تري با ما داشته باشند، ما با آن­ها راحت­تريم؛ به عبارت ديگر، ما همواره دوست داريم ديگران شبيه ما باشند، زيرا در اين صورت، آن­ها را بهتر درك مي­كنيم وكم­تر از ناحية آن­ها تهديد مي­شويم. ما بيش­تر ترجيح مي­دهيم دوستان و اطرافيان خود را از ميان كساني انتخاب كنيم كه به ما شباهت بيش­تري دارند.

هرچه ويژگي­هاي شخصيتي ما با هم شبيه­تر باشد، شباهت بيش­تري به همديگر پيدا مي­كنيم وهرچه شباهت بيش­تر باشد، برقراري ارتباط ساده­تر و راحت­تر مي­شود. اما آنگاه که فردي، در ويژگي­هاي شخصيتي مخالف ما شد، چه اتفاقي مي افتد؟ هريك از افراد نسبت به طرف مقابل كه ويژگي­هاي ديگري دارد، نگاه و قضاوت خاصي پيدا مي­کند. اکنون به برخي از اين قضاوت­ها اشاره مي­کنيم:

الف) قضاوت برون­گرا ها در مورد درون­گراها:

برون­گراها معتقدند كه درون­گراها :

1. تو دار هستند.

2. روابطشان غير دوستانه وغير صميمي است.

3. چيزي را بروز نمي­دهند.

4. همكاري لازم را ندارند.

5 . به لحاظ اجتماعي با مشكلاتي روبه رو هستند و...

ب) قضاوت درون گراها در مورد برون گراها:

درون­گراها معتقدند كه برون گراها:

1. بيش از اندازه حرف مي­زنند.

2. در امور ديگران فضولي و دخالت مي­کنند.

3. سطحي­نگر هستند.

4. بي ادب هستند.

5 . آداب اجتماعي را رعايت نمي­كنند.

6 . پر رو هستند.

ج) قضاوت حسي­ها در مورد شمي­ها:

حسي­ها معتقدندكه شمي­ها:

1. غير واقع بين هستند.

2. به جنبه­هاي علمي توجه ندارند.

3. بلند پرواز هستند.

4. بيش از اندازه خيال­پردازند.

5 . به مسائل پيراموني خود كم­تر توجه دارند.

د) قضاوت شمي ها در مورد حسي ها:

شمي­ها معتقدند كه حسي­ها :

1. ساده انديش­اند.

2. خلاقيت ندارند.

3. در برابر تغييرات مقاومت مي­كنند.

4. سنت­گرا و خشك­اند.

هـ) قضاوت منطقي­ها در مورد عاطفي­ها :

منطقي­ها معتقدند كه عاطفي­ها:

1. بيش از اندازه احساسي و عاطفي هستند.

2. غير منطقي هستند.

3. ضعيف و ناتوان­اند.

4. زود رنج هستند.

5 . حساس هستند.

6 . حساب وكتاب بركارشان حاكم نيست.

و) قضاوت عاطفي­ها در مورد منطقي­ها :

عاطفي­ها معتقدند كه منطقي­ها :

1. سرد هستند (ارتباط اجتماعي ضعيفي دارند.)

2. بهره­اي از عاطفه و احساس ندارند.

3. به امور پيراموني خود بي­توجه­اند.

4. سنگدل هستند.

5 . سخت گير و بي­رحم­اند.

ز) قضاوت داوري كننده­ها در مورد ملاحظه­گرها:

داوري كننده­ها معتقدند ملاحظه­گرها:

1. تنبل هستند.

2. بي نظم­اند (هميشه در کارها تأخير دارند.)

3. معمولاً جدي نيستند.

4. غير مسؤول و غير قابل اعتمادند.

5 . مسامحه­گر و وقت­كش مي­باشند.

6 . خون سرد هستند و از جهت رعايت وقت، به حقوق ديگران احترام نمي­گذارند.

ح) قضاوت ملاحظه­گرها نسبت به داوري­كننده­ها:

ملاحظه گرها معتقدند كه داوري كننده ها:

1. سخت گير و بي انعطاف هستند.

2. سماجت مي­ورزند

3. كنترل كننده هستند.

4. به سرعت تصميم مي­گيرند.

6 . لجباز و يک دنده هستند.

با توجه به ويژگي­هاي شخصيتي بسيار متفاوت، معمولاً نبايد انتظار داشت كسي كه با او صحبت مي­كنيم، از نظر رفتار شخصيتي، مانند ما باشد؛ بنابراين، مهم است­كه بتوانيم ويژگي شخصيتي او را بشناسيم و به فراسوي تفاوت­هاي شخصيتي ميان خود وديگران نظر بيفكنيم. براي اين كار بايد تشابهات خود را به حداكثر و اختلافات خود را به حد اقل برسانيم.

روش برقراري ارتباط با افراد (يا زائران) داراي ويژگي­هاي شخصيتي متفاوت:

با دو روش مي­توانيد با اشخاصي­كه شخصيت­شان با شما متفاوت است، ارتباط مؤثر برقرارکنيد:

1. به انگيزه­ها، ارزش­ها، نقاط قوت و ضعف آنان توجه كنيد؛

مشرب و رفتار اشخاص به شما مي­گويد كه آنان چه ارزشي را پي مي­گيرند. عمل­كرد اصلي آن­ها كدام است؟ بيش­ترين توانمندي آنان در چيست؟ كمترين عمل­كردشان كدام است؟ كه اين معمولاً بيش­ترين نقطه ضعف­شان را نشان مي­دهد.

2. به شيوة ارتباطي مورد علاقة آن ها توجه كنيد؛

روشن است که هر فردي به شيوة ارتباطي خاصي علاقمند است. شناسايي آن ويژگي در فرد، نخستين گام برقراري ارتباط با اوست؛ مثلاً برخي دوست دارند بيشتر حرف بزنند و از ارتباط كلامي ديگران لذت مي­برند و... اين ويژگي نشان دهندة برون­گرايي فرد است؛ از اين رو، بهترين راهكار عملي در برقراري ارتباط با افراد داراي ويژگي­هاي شخصيتي متفاوت و جذب آن­ها، آن است كه با هر شخصيتي، بر اساس ترجيحات خودش عمل شود. با توجه به آنچه گفته شد.

براي برقراري رابطه با افراد، راهكارهايي ـ در گفتگوي مستقيم ـ پيشنهاد مي­گردد:

الف) در مورد برون­گراها:

1. بگذاريد حرف بزنند.

2. از موضوعات مختلف استفاده كنيد.

3 . ارتباط كلامي داشته باشيد.

4. انتظار اقدام فوري داشته باشيد.

5 . به گفتگو ادامه دهيد.

ب) در مورد درون­گراها

1. بپرسيد و با دقت گوش دهيد

2. در هر زمان، در مورد موضوعي خاص صحبت كنيد.

3. در صورت امكان، گفتگوي مكتوب داشته باشيد (از وايت برد يا بلك برد ويا پرژكتور استفاده كنيد).

4. به آن­ها فرصت كافي براي فكر كردن بدهيد.

5 . جملات آن­ها را قطع يا تكميل نكنيد.

ج) در مورد حسي­ها

1. موضوع را به روشني بيان كنيد.

2. به واقعيات توجه كنيد و از مثال بهره بگيريد.

3. اطلاعات لحظه به لحظه و گام به گام بدهيد.

4. به كاربرده­هاي ويژه تأكيد کنيد.

5 . در گفتگوها، جملات خود را تمام كنيد.

6 . اشاره به تجربيات گذشتة خود داشته باشيد.

د) در مورد شمّي­ها

1. در بارة تصاوير بزرگ وكلّي حرف بزنيد.

2. آن ها را با جزئيات كلافه نكنيد.

3. در بارة امكانات و احتمالات حرف بزنيد.

4. هنگام سخن گفتن، از قياس، استعاره وكنايات بهره بگيريد.

5 . سيّال و روانسازي ذهني بكنيد.

6 . در تخيل آن­ها شريك شويد.

7. براي هر كلاس درس پرسش طرح كنيد.

8 . براي پاسخ به پرسش­ها به آن­ها وقت كافي بدهيد. (مثلاً براي جلسة بعد)

9. پاسخ­ها آن­ها را مورد بحث و بررسي قرار دهيد.

هـ ) در مورد منطقي­ها

1. سازمان يافته و منطقي باشيد.

2. به علت و معلول توجه كنيد.

3. به نتيجه­ها توجه داشته باشيد.

4. نپرسيد كه چه احساسي داريد، بلكه بپرسيد كه چگونه مي­انديشيد.

5 . به احساسات آن­ها توجه كنيد.

6 . حرفتان را تكرار نكنيد.

7. در سخنراني­هايتان بيش­تر از استدلال و بيان حكمت و علل بهره بگيريد.

8 . از نقل داستان، خواب، افسانه، شعر و مرثيه كمتر استفاده كنيد.

9. در بيان تاريخ، واقع­گرا و بي­طرف باشيد.

و) در مورد عاطفي­ها

1. ابتدا به نكاتي بپردازيدكه در موردش توافق داريد.

2. از تلاش­هايشان قدرداني كنيد.

3. به حقيقت احساس تأكيد بورزيد.

4. در مورد نگراني­هاي افراد حرف بزنيد.

5 . تبسّم كنيد و تماس چشمي داشته باشيد.

6 . صميمي باشيد.

ز) در مورد داوري­ها

1. وقت­شناسي سرلوحة کارتان باشد.

2. مطلب را به نتيجه برسانيد و حل نشده نگذاريد.

3. قاطعانه حرف بزنيد.

4. به زائران که شنوندة شما هستند، فرصت تصميم­گيري بدهيد.

5 . سازمان يافته و مفيد باشيد وقتتان را تلف نكنيد.

6 . طبق برنامه اعلام شده عمل كنيد.

ح) در مورد ملاحظه گرها

1. انتظار پرسش­هاي متعدد و مختلف را داشته باشيد.

2. آن­ها را براي تصميم­گيري زود هنگام تحت فشار قرار ندهيد.

3. فرصت بدهيد تا در مورد راهكارها بحث و گفت وگو شود.

4. به جاي نتيجه، به فرايند توجه داشته باشيد.

5 . اطلاعات جديد را پذيرا باشيد.

كشف خواسته­ها و امور مورد علاقة مخاطب

براي برقراري ارتباط صميمانه، در نخستين لحظاتي­كه باكسي ارتباط برقرار مي­­کنيد؛ دريابيد كه او به چه چيزهايي علاقه­مند است. توجه داشته باشيدكه نكات مورد علاقة شخص، الزاماً، موردي نيست كه به آن مشغول است؛ از اين رو، ابتدا بايد مشخص شود كه شخص يا مخاطبان به چه چيزي علاقه دارند، سپس از آن طريق با آنان ارتباط برقرار نماييد؛ زيرا همه تمايل دارند كه از موضوعات مورد علاقة خود صحبت كنند. (در جلسات عمومي، براي عملي شدن اين مورد، بهترين کار آن است که از پاسخ به پرسش­هاي مخاطب آغاز کنيد تا حدود علاقات آن­ها روشن شود.) ما معمولاً از موضوع مورد علاقة خودمان سخن مي­گوييم. گاهي اين عمل موجب تنفر مخاطب مي­شود؛ مثلاً اگر مخاطب شما در مورد مسائل سياسي ويا اقتصادي بي­تفاوت است، شما نبايد از مسائل سياسي روز ويا اقتصادي، بدون مقدمه سخن بگوييد يا در اين زمينه از او نظر بخواهيد. حتي اگر لازم باشد كه در اين زمينه با وي گفتگو كنيد، بايد ابتدا از موضوعاتي­كه او (مخاطب) علاقه مند است شروع كنيد سپس از آن طريق به مباحث مربوط بپردازيد.

مثال ديگر: فردي به مسألة فلسطين و اتحاد مسلمانان علاقه­مند است اما به مسائل آيين­ها ومذاهب و... علاقه ندارد و شما قصد داريد مذهب اهل­بيت را معرفي كنيد، در اينجا ابتدا از مسائل فلسطين و ضرورت اتحاد مسلمانان آغازكنيد وآنگاه دشمن ستيزي مذهب تشيع را مطرح سازيد و بعد به معرفي مذهب شيعة اثني عشري بپردازيد.

كشف روش ارتباط با افراد

انسان­ها غالباً يكي از حالت­هاي «سمعي»، «بصري» يا «لمسي» را دارا هستند. هر چند يك نفر مي­تواند هم سمعي باشد، هم بصري و هم لمسي. اما در بيشتر افراد، يكي از اين حالت­ها برتري دارد.

ويژگي هاي افراد بصري

بصري­ها افرادي هستندكه بيش­تر رغبت به ارتباط ديداري دارند و تصاوير برايشان بيش­تر جلب توجه مي­كند. هيجاني­ترند. سريع­تر حرف مي­زنند و از حركات دست بسيار استفاده مي­کنند و مي­كوشند سخنان خود را با حركات به تصوير بكشند. چون سرعت كلامشان با سرعت تصاوير متحرك ذهني­شان برابر نيست.

ويژگي هاي افراد سمعي

سمعي­ها بيش­تر به ارتباط شنيداري توجه دارند و معمولاً از آنچه شنيده­اند سخن مي­گويند. كلام و طنين آهنگ را به خاطر مي­سپارند. هيجان آرام­تري دارند. آهسته حرف مي­زنند و مي­کوشند بيانشان شيوا و رسا باشد و به گفتار خود توجه خاصي نشان مي­دهند.

ويژگي­هاي افراد لمسي

اين افراد بيش­تر به چگونگي لمس توجه دارند و از آنچه لمس كرده­اند، بيش­تر حرف مي­زنند. هيجانشان بسيار كم است و آرام­اند؛ مثال: «اگر حجرالأسود را لمس كرده باشند، پيوسته از لذت آن سخن مي­گويند.»

روش­هاي ارتباطي جهت ايجاد صميميت

درک اين موضوع­که کدام يک از ارتباط­هاي سمعي، لمسي يا بصري در مخاطب غالب است؛ براي صميميت، تأثيرگذاري و نفوذ، بسيار مهم است. با هر نوع شخصيتي، بايد مانند آنان و بر اساس حالت حسي خودشان رفتار کرد و اين به معناي همرنگ جماعت شدن و بر خلاف ميل خود رفتار کردن و... نيست بلکه اين براي تأثيرگذاري بهتر است؛ مثلاً اگر قرار است شما مخاطب خود را راهنمايي و نصيحت کنيد، تنها با کمي دقت مي­توانيد حالت حسي غالب او را کشف کنيد و بر اساس آن، آنچنان حرف بزنيد که مؤثر واقع شود. همة اين­ها براي انتقال بهتر اطلاعات است.

با بصري­ها چگونه رفتارکنيم؟

افراد بصري، به رفتار و به ظاهرِ ديگران بيش­تر توجه دارند. منتظرند ببينند رفتار ما چقدر محترمانه است؟ آيا به احترامشان از جا بر مي­خيزيم؟ آيا از ديدنشان شاد مي­شويم؟ آيا لباس­هايمان مناسب، منظم و تميز است؟ آيا موهايمان مرتب است؟ و آيا... آن­ها در اين زمينه­ها بسيار حساس­اند. براي اين نکته و اين­که از ديد ديگران چگونه­اند خيلي اهميت مي­دهند. از اين­رو، با بصري­ها بايد پرشور و پرهيجان­ بود. مختصر و خلاصه گفت؛ زيرا توضيح و تفسير زياد، حوصله­ها را سر مي­برد. براي سخن گفتن با اين افراد، حرکات، مهم­تر از کلام يا تغيير لحن وطنين صدا است. به ويژه از حرکت دست و چهره بايد بهره برد.

آن­ها از آدم­هاي تنبل و سست تنفر دارند. از اين­رو، اگر مي­خواهيد با بصري­ها دوست و صميمي شويد و در آن­ها نفوذ کنيد و اگر مي­خواهيد حرف شما را بهتر بپذيرند و در خواست شما را اجابت کنند، در اجراي آنچه گفته شد بکوشيد.

با سمعي­ها چگونه رفتارکنيم؟

سمعي­ها به­گفتار ما توجه دارند. به تحسين­ها، تقديرها، تشکرها، کنايه­ها، طعنه­ها، گفتارهاي مؤدبانه و محترمانه، اظهار علاقه­مندي، گفتارهاي نغز، کلام شيرين، لحن وطنين و به موسيقي وخوش­آهنگي صدا و... بسيار بها مي­دهند. بنابراين، با سمعي­ها کمي آرام­تر از بصري­ها سخن بگوييد. مؤدبانه حرف بزنيد. فصاحت و بلاغت گفتاري را از ياد نبريد. تشويقتان بيش­تر کلامي باشد.

گفتن يک «آفرين» به شخص سمعي، هزار مرتبه بيش­تر از «يک شاخه گل» مي­ارزد. به گفتار سمعي­ها بيش از بقيه گوش دهيد. براي سمعي­ها، احترام کلامي مهم­تر از احترام رفتاري است و تند سخن گفتن با آن­ها، بي ادبي تلقي مي­شود.

با لمسي­ها چگونه رفتار کنيم؟

لمسي­ها بسيار آرام و ملايم­اند. معمولاً لمسي ها از بصري ها متنفرند. لمسي­ها با آنچه با دست و تن لمس مي­کنند، ميانة گرمي دارند. براي برقراري ارتباط با لمسي­ها، مصافحه کردن، دست دادن وفشردن دستان آن­ها به گرمي، روش مناسبي است. در عوض، هل دادن، کتک زدن وتنه زدن، بيش از هر ناسزايي، موجب آزارشان مي شود.

چگونه به کيفيت حسي افراد پي ببريم؟

براي شناسايي ويژگي حسّي فرد، کافي است به سخنان او توجه کنيم. بهتر است از او بخواهيم خاطره­اي شيرين را تعريف­کند ( مثلاً خاطرة يک مسافرت، از ديده­ها، شنيده­ها وآنچه­که لمس کرده)، در اين­جا بايد دقت کرد که فرد در بارة کدام مورد بيش­تر حرف مي­زند.

راه­هاي ايجاد صميميت در آغاز ارتباط:

آغاز ارتباط مي­تواند باعث صميميت و نفوذ در فرد شود و يا مانع از آن گردد. رعايت برخي جزئيات در شروع ارتباط ، تأثير فوق العاده­اي در ايجاد صميميت دارد وچه بسا همان شروع وکيفيت ارتباط ، شخص را وادارد که با شما طرح دوستي بريزد وصميمي شود. در اين­جا به برخي از راه­هاي کاربردي در اين زمينه اشاره مي­گردد:

1. سلام واحوال پرسي

واژة «سلام عليکم» نخستين راه نفوذ و ارتباط است. لحن صدا، طنين آن و روح وجان بيان، همه چيز را تعيين مي­کند. سعي کنيد با صداي بلند و لحن گرم و زيبا سلام کنيد.

سلام مي­تواند گوياي حالات روحي سلام کننده و دربردارندة احساس خاص او باشد؛ مانند بي ميلي، بي­حوصلگي، عشق و محبت، افسردگي، شور و اشتياق، تعجب و شيفتگي و... از اين رو، براي ايجاد صميميت، سلام را با لحني شاد، دوستانه، صميمانه و بلند ادا کنيد.

2. مصافحه و دست دادن

فشردن دست نيز صميميت ايجاد مي­کند. بکوشيد در دست دادن هم پيش قدم باشيد.

3. نگاه با لبخند

همواره نگاهي با تبسّم داشته باشيد و اين يعني از ديدار شما بسيار خشنودم. ضمن آن­که تبسّم چهرة شما را زيباتر وجذاب­تر از آنچه هست نشان مي­دهد وآنان­که جذاب­ترند، صميمي­تر نيز هستند. چهرة عبوس، گرفته، اخم آلود وجدّي، نشانگر نا خشنودي است. تبسم، نشاط و شادابي، نخستين کليد ايجاد صميميت وجذابيت است.

شيوه برقراري ارتباط با زائران جوان

ارتباط منحصر در سخن گفتن، گفت­وگو و اظهارکلمات وعبارت نيست، بلکه در ايجاد ارتباط افزون بر شيوة گفتاري، شيوه­هاي رفتاري نيز نقشي مؤثر دارد؛ مانند حالت صورت، لحن صدا، حالت چشم­ها، چگونگي ايستادن و حرکت کردن و... که گاه رساتر و بليغ­تر از کلمات و مفاهيم مي­باشند. بنابراين، در برقراري ارتباط، توجه به انواع تمايلات ارتباطي مهم است وگام دوم در برقراري ارتباط مي باشد. همان­گونه که شناسايي مخاطب، به عنوان گام نخست در برقراري ارتباط مخاطب نقش به سزايي دارد. از اين رو قبل از اشاره به مسألة شيوه­هاي برقراري ارتباط، مناسب است اندکي در بارة انواع ارتباط بحث کرده، سپس به برخي راهبردهاي علمي وشيوه­هاي کاربردي در برقراري ارتباط صميمي اشاره شود.

انواع تعاملات وارتباطات

تعاملات ارتباطي را مي­توان چند دسته کردکه هر يک از آن­ها، شيوه­هاي متناسب خود را مي­طلبد و براي رعايت اختصار، به اقسام کلّي آن، اشاره مي­شود:

الف) ارتباط کلامي وغير کلامي

ارتباط کلامي

بيش­تر ارتباط­ها، از راه کلام و سخن گفتن است و در بسياري از موارد، براي انتقال پيام، از کلام و سخن بهره مي­گيريم. در حالي­که سخن گفتن، يکي از راه­هاي برقراري ارتباط است نه همة آن. پژوهش­ها نشان مي­دهدکه در صدِ اندکي از اطلاعات، از راه کلام منتقل مي­شود. از اين­رو، براي اثربخشي اين نوع ارتباط، افزون برسخن گفتن، توجه به لحن و طنين صدا نيز مهم است. بخش زيادي از ارتباط­ها از راه لحن و طنين صدا ايجاد مي­شود. نقشي­که نوع سخن گفتن دارد، بيش­تر از خود مفاهيم و جملات است. در روان­شناسي يادگيري گفته­اند: تغيير محرک­هاست که سخن را اثر بخش مي­کند. کساني­که از آغاز تا پايان سخنِ خود، با يک لحن و حالت صدا حرف مي­زنند و سخنراني آن­ها يکنواخت است، مخاطبان خود را از دست مي­دهند و مطالبشان ـ چنان­که بايد و شايد ـ به مخاطب منتقل نمي­شود.

ارتباط غير کلامي

جسم و روح آدمي به­طور طبيعي با هم متحدند، حالات روح در بدن مؤثر است و حالات بدن نيز در روح تأثير مي­گذارد؛ مثلاً بدن در زمان شادي و نشاطِ روح، حالتِ سرور و ابتهاج به خود مي­گيرد و چهره بشّاش و لب­ها خندان مي­­شود؛ از اين رو، در برقراري ارتباط، مي­توان از زبان و رفتار يا زبان عملي (لحن، بيان، طرز قيافه و...)، از احساسات، عواطف و هيجانات ديگران نسبت به خود و ديگران با خبر شد و از اين راه با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرد.

از آنجا­که ترکيب فيزيکي، به­خصوص حالت چهره، منعکس کنندة منش دروني و روحي است، مي­توان از اين خُلق و خوي، مخاطب را شناخت و با دريافت آن، شيوة مناسب براي برقراري ارتباط، اتخاذ کرد.

به­طور­کلّي، ارتباطات غيرکلامي و غيرشفاهي، کم­تر تحت تأثير خدعه و نيرنگ قرار مي­گيرند. در حقيقت، افراد فريبکار يا رياکار، با توسل به کلمات و عبارات، راحت­تر مي­توانند خود را خوش خلق و درستکار جلوه دهند، در حالي­که در رفتارها وعملکردها، خلق وخوي دروني راحت­تر به دست مي­آيد.

بنابراين، خوش اخلاقي، شوخ طبعي، شادابي، سعة صدر، خونسردي، منظم و مرتب بودن ظاهر، لباس و... از عوامل و زمينه­هاي برقراري ارتباط غيرکلامي است. البته در توجه به ظاهر، بايد از افراط و تفريط دوري کرد؛ زيرا تأثير معکوس دارد، بعضي­ها به غلط و بر اساس تصوّري نادرست، براي ايجاد جاذبه، به هر اقدامي دست مي­زنند و لباس­هاي عجيب و غريب مي­پوشند؛ مثلاً طرح­هاي غير متعارف در پيچيدن عمامة خود به­وجود مي­آورند. برخي تمام لباس­ها، کفش و... را از يک رنگ انتخاب مي­کنند که اين­گونه رفتارها نيز نتيجة عکس دارد.

هم­چنين تفريط دراين زمينه؛ مانندکثيف بودن لباس، ژوليده بودن موهاي سر و صورت و نامرتب بودن عمامه و... نتيجة نامطلوبي بر روابط اجتماعي فرد دارد، به­گونه­اي که حتي حرف­هاي زيبا و درست را بي­مقدار و خفيف مي­کند و فرد احترام مخاطبين خود را از دست مي­دهد.

ب) ارتباط ارادي وغير ارادي

اگر ارتباط متکي به طرح وبرنامه­ريزي قبلي و حساب­شده باشد، آن را «ارتباط ارادي» و اگر بدون طرح وبرنامه­ريزي قبلي صورت­گيرد، «ارتباط غير ارادي» نامند؛ مثلاً روحاني­کاواني­که قبل از رفتن به جلسة آموزش(کلاس)، براي انتقال مفاهيم علمي خود، دانش پايه وسطح علمي زائران و همچنين علاقة زائران ومخاطبين خود را در نظر مي­گيرد و براي تدريس­خود، طرح درس وچارچوب بحث را تهيه مي­کند، روش ارتباط ارادي را اتخاذ کرده است.

البته برقراري ارتباط، هميشه لازم نيست همراه با اراده، تصميم و زمينه­سازي­هاي قبلي باشد. بلکه ممکن است فرستندة پيام و فرد ارتباط برقرارکننده، به مناسبتي، مطلب وپيامي را اعلام­کند ويا رفتاري را از خود بروز دهد که اين مطلب وپيام در فرد ديگري که مورد نظرش نيست، تأثير بگذارد و ايجاد عمل يا احساس مشخصي کند. تعاملات احساسي­که در کلاس درس صورت مي­گيرد، از نوع ارتباط­هاي غير ارادي است. همين است که استاد (روحاني کاروان) بايد توجه کندکه تمام تعاملات غير ارادي واراديِ وي، از منظر زائر، قابل تحليل و بررسي است و هر حرف يا حرکتي ممکن است تأثير مثبت يا منفي داشته باشد.

ج) ارتباط رسمي وارتباط غير رسمي

منظور از ارتباط رسمي، آن دسته از روش­هاي ارتباطي است که در سطح وسيع ودر محيط­هاي رسمي انجام مي­گيرد. ارتباط جمعي و ارتباطي­که در سازمان­ها و نظام­هاي اداري وآموزشي جهت ابلاغ آيين­نامه­ها و مقررات، با زيردستان بر قرار مي­گردد، «ارتباط رسمي» ناميده مي­شود.

ارتباط غير رسمي به ارتباطي­ گفته مي­شودکه ميان دو نفر يا دو گروه، به طور عادي و غيررسمي اتفاق صورت مي­گيرد. چنين ارتباطي، معمولاً صميمانه­تر و عميق­تر از ارتباط رسمي است و بيش­تر مخصوص گروه­هايي است که با هم روابط نزديک و چهره به چهره دارند. ارتباط روحاني کاروان و زائر نيز از اين نوع ارتباط است.

د) ارتباط مستقيم و ارتباط غير مستقيم

ارتباط مستقيم، ارتباطي است که بدون واسطه، ميان شخص و مخاطب ايجاد مي­شود. چون در چنين ارتباطي، پيام به­طور مستقيم ميان دو شخص يا يک فرد با گروه و افراد، مبادله مي­شود. در اينگونه ارتباط، فرستنده وگيرندة پيام معمولاً مي­توانند نقش خود را به نوبت تغيير دهند. اما ارتباط غير مستقيم (با واسطه) بر خلاف ارتباط مستقيم، چهره به چهره نيست وجنبة شخصي ندارد؛ زيرا معمولاً در چنين ارتباطي فرستنده وگيرندة پيام، يکديگر را نمي­بينند؛ مانند ارتباط مؤلف وخوانندگان کتاب او.

در ميان انواع ارتباط­ها، ارتباط مستقيم، صميمانه­ترين وکامل­ترين ارتباط است، ولي از نظر تعداد افراد زير پوشش و همچنين از لحاظ وسعت زماني و مکاني محدود مي­باشد.

هـ ) ارتباط فردي وارتباط جمعي

ارتباط فردي يا خصوصي، ارتباطي­است­که معمولاً ميان دويا چند نفر رخ مي­دهد وبيش­تر حالت مستقيم و شخصي دارد. ارتباط جمعي ارتباطي است که ميان يک نفر و يک گروه يا گروهي اندک با گروه زياد برقرار مي­شود که ممکن است مستقيم و غير مستقيم باشد؛ مانند سخنراني در سالن­هاي پرجمعيت، کلاس­هاي آموزشي زائران بيت الله الحرام و يا ارتباطي­که از طريق مطبوعات وساير وسايل ارتباط جمعي (صدا و سيما و...) با گروه­هاي وسيع انساني ايجاد مي­شود. اين دو گونه ارتباط، در چند وچون کار و چگونگي اثرگذاري، با يکديگر متفاوت­اند. ارتباط روحاني کاروان درکلاس و زمان تدريس از نوع ارتباط جمعي است­که يک فرد با گروه دارد. اما ارتباط شخصيِ روحاني کاروان با افراد خاص، در خارج از جلسة آموزشي (مثلاً در اتاق روحاني­کاروان و يا در لابي هتل و... ) مي­تواند فردي باشد؛ به­ويژه وقتي­که زائر به تنهايي براي مشاوره و يا سئوال شرعي به روحاني­کاروان رجوع مي کند. البته اگر چند زائر براي پرسش يا طرح ديگر مسائل آموزشي به روحاني مراجعه کنند، در اين صورت ارتباط جمعي خواهد بود.

و) ارتباط يک جانبه و ارتباط دو جانبه

وقتي انتقال پيام از فرستنده آغاز و به گيرنده پايان ­يابد وگيرنده واکنشي نشان ندهد، ارتباط يک طرفه يا يک جانبه خواهد بود؛ مانند ارتباط از طريق رسانة ديداري (سيما) و مطبوعات. اما ارتباط دو جانبه يا چند جانبه، ارتباطي است­که همواره نقش فرستنده وگيرنده، در جريان ارتباط، عوض مي شود و فعاليت­هاي ارتباطي بعدي بر اساس واکنش گيرنده و فرستندة پيام تعيين مي­شود؛ مانند: ارتباط مستقيم روحاني­کاروان و زائران در جلسة آموزشي که ارتباط دو طرفه معمولاً مؤثرتر از ارتباط يک طرفه است. از اين رو، روحانيون محترم کاروان ها بايد بکوشند از اين ارتباط بهره گرفته و از متکلم وحده بودن بپرهيزند که در غير اين صورت، صرفاً کار ضبط صوت را انجام خواهند داد و تأثيرگذاري علمي و عملي­شان به شدت کاهش خواهد يافت.

نتيجه:

از مجموع آنچه بيان شد، استفاده مي­شود که کار يک معلم ديني و يک روحاني کاروان، با لحاظ شرايط زماني و مکاني، داراي اهميت و حساسيت ويژه است؛ و انتقال معارف ديني و اخلاق اسلامي داراي ريزه­کاري­ها و فنون و تکنيک­هاي علمي و روان شناختي است­که روحاني­کاروان بدون آگاهي از اين وسايل (و استفاده از روش­هاي سنتي) نمي­تواند در مسير مسؤوليت خويش به­طور کامل مؤثر باشد؛ زيرا جوان امروز بلکه زائر امروز (اعم از جوان و غير آن) با مخاطب و شنوندة پيشين بسيار متفاوت است؛ حوزة تفکر و اطلاعات انسانِ امروز با انسان چند سال پيش، کاملاً متفاوت است؛ زيرا سرعت اطلاعات و توسعة وسايل انتقال فرهنگ، روز به روز در حال تغيير است. هجوم رعد­آساي شبهه­هاي اعتقادي؛ اعم از ديني و مذهبي، به سوي مخاطبان ما به ويژه زائران بيت الله الحرام، هر روز رنگ تازه­اي به خود مي­گيرد؛ يک روحاني کاوان علاوه بر وظيفة آموزش مناسک حج و عمره، بيان تاريخ و جغرافياي مکه و مدينه، وظيفة پاسخ­گويي به شبهه­هاي وارده را نيز دارد تا بتواند زائران بيت­الله الحرام را از ابتلا به بيماري­هاي اعتقادي و معنوي حفظ کند. اين هم ممکن نيست مگر با تحصيل علم و مطالعة عميق (بار علمي) و استفاده از فنون انتقال معرفت و اخلاق و رفتار معنوي (بار معنوي). اميد داريم اين نوشتار مختصر، دريچه­اي باشد به سوي پژوهش و تحقيق بيش­تر!

فهرست منابع ومواخذ

1. قرآن کريم

2. نهج البلاغه

3. شيوه هاي برقراري ارتباط . معاونت امور اساتيد. . معارف اسلامي. بي­تا

4. روان شناسي عمومي. دانشگاه پيام نور . بي­تا

5 . مخاطب شناسي، معاونت امور اساتيد، معارف اسلامي . بي تا

6 . عارفي، علي، مخاطب وفن خطابه، بضعة الرسول 1386

7. مطالعات ارزش يابي. معاونت امور اساتيد. معارف اسلامي . بي تا

8 . شيخ حر عاملي، وسائل الشيعه. آل البيت. 1425