



تبیین و تحلیل الگوی ارتباطی ان ال پی

در سیره تربیتی امام رضا (علیه السلام)

دریافت: ۱۴۰۱/۱/۱۲ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۹

طاهره محسنی^۱

چکیده

ان ال پی (NLP) دیدگاهی است که با ایجاد الگو، دانش ضمنی ارتباطات را به عمل یا همان رفتار می‌کشاند. این الگوی ارتباطی با مدیریت ذهن و ارائه تکنیک‌های کاربردی و عملی، انسان‌ها را به سوی برقراری ارتباط مؤثر هدایت می‌کند؛ زیرا یکی از اهداف و کارکردهای ارتباطات در زندگی، تأثیرگذاری بر مخاطب است و این مسئله بدون شناخت و تعلیم تکنیک‌های ارتباطی امکان‌پذیر نیست. این پژوهش به روش توصیفی تحلیلی و با هدف دستیابی به الگوی ارتباطی امام رضا (علیه السلام) در زمینه ان ال پی نگاشته شده است و این فرضیه را می‌آزماید که سیره تربیتی امام رضا (علیه السلام) در عرصه ان ال پی از توان الگویی زیادی برخوردار است. حاصل آنکه الگوی ارتباطی صحیح، از مهم‌ترین شیوه و دغدغه‌های تربیتی امام رضا (علیه السلام) بوده است که با تبیین مؤلفه‌های آن در قالب ارتباط با خود، ارتباط با دیگران، اصلاح تصویر ذهنی و تداوم اثر می‌توان رفتارها، باورها و نگرش‌ها را در حوزه ارتباطات تغییر داد و به تعاملات، رنگ الهی همراه با آرامش و موفقیت بخشید که نه تنها کلید طلایی موفقیت در زندگی فردی، اجتماعی و شغلی است، بلکه باعث عزت نفس، مثبت‌اندیشی، شکوفایی استعداد و در نهایت احساس رضایت از زندگی می‌شود.

کلیدواژه‌ها: ان ال پی، NLP، سیره تربیتی، امام رضا (علیه السلام)، ارتباط مؤثر.

۱. استادیار دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، پردیس خواران: t.mohseni@isu.ac.ir

مقدمه

انسان موجودی است که به واسطهٔ اجتماعی بودنش باید در تعامل با دیگران باشد تا از این منظر پیام‌ها و نیازهای خود را به دیگران انتقال دهد؛ از این رو، خود برقراری ارتباط اهمیتی غیرقابل انکار دارد، اما آنچه اهمیت ارتباط مؤثر را بیشتر می‌نماید، ارائه الگوها و شیوه‌هایی است که با مبانی و پیش فرض‌های صحیح حاصل شده باشد تا روابط را به سوی تداوم، کارآمدی و موفقیت سوق دهد. در این میان «ان ال پی» یا همان برنامه‌ریزی عصبی کلامی به عنوان شاخه‌ای از علوم روان‌شناسی، برقراری ارتباط را در زمینه‌های مختلف به انسان‌ها آموزش می‌دهد. مطالعات صورت گرفته در این الگوی ارتباطی نشان می‌دهد که «ان ال پی» در مرتبه نخست به افراد می‌آموزد که چگونه عملکرد مغز را بشناسند، سپس با مدیریت ذهن به ارتباطی مؤثر دست یابند. در حقیقت، این الگو به دلیل پیوند با فرایند ارتباطات، اثبات می‌نماید که بین روان‌شناسی، پزشکی و فرایندهای ارتباطی، رابطهٔ مستقیم وجود دارد. از این رو، به عنوان یک الگوی ارتباطی مؤثر به شمار می‌رود.

الگوی ارتباطی «ان ال پی» از منظر اندیشمندان در پی علم و هنر است؛ زیرا هر فردی شخصیت و سبک مخصوص خود را در ارتباطات دارد که با مراجعه به کلمات یا با استفاده از روش‌های معمول قابل درک نیست. «ان ال پی» علم است، از آن جهت که برای کشف انگاره‌هایی که افراد برجسته در هر زمینه‌ای از آن استفاده می‌کنند و به نتایج عالی می‌رسند، روش و فرایندی وجود دارد که الگوسازی نامیده می‌شود (اکونور و سیمور، ۱۳۷۵: ۱۲) که شامل ارتباط با خود، ارتباط با دیگران، اصلاح تصاویر ذهنی و تکنیک‌های تداوم اثر است. بهره‌مندی از این الگوها برای برقراری ارتباط مؤثر بسیار اهمیت دارد. از این رو، با توجه به جایگاه مهم ارتباطات در زندگی انسان‌ها و نقش مهم آن در تکامل معنوی افراد، نگارنده بر آن شد تا با تحلیل و بررسی سیرهٔ تربیتی امام رضا (علیه السلام)، الگوی رضوی را در قالب مؤلفه‌های «ان ال پی» به خوانندگان ارائه دهد تا با کاربست آن در زندگی، علاوه بر رسیدن به آرامش و تعادل در شخصیت فردی و اجتماعی، الگویی متفاوت از یک انسان موفق و الهی نیز

در جامعه اسلامی رضوی به نمایش گذاشته شود.

۱. پیشینه تحقیق

ویتکوسکی از معدود محققانی است که در پژوهشی با عنوان «۳۵ سال تحقیق روی پایگاه داده تحقیق «ان ال پی»^۱ حالتی از هنر یا آرایش شبه علمی» به بررسی مقالات موافق و مخالف «ان ال پی» پرداخته است. بعد از او سال نایت (۲۰۱۲) نیز با دیدگاهی حمایتی از «ان ال پی»، پژوهشی را با عنوان «حذف، تحریف و جمع‌آوری داده: کاربرد «ان ال پی» متامدل در مصاحبه‌ای کیفی» انجام داد. این پژوهش به بررسی مفید بودن و کاربرد این الگوی ارتباطی در مصاحبه‌های دکترا پرداخته است. پژوهش دیگری هم ماریان (۲۰۱۴) با عنوان «کاربرد «ان ال پی» متامدل در فرایند مذاکرات شرکت» انجام داد و به این نتیجه دست یافت که «ان ال پی» به شناسایی و حذف ساختارهای زبانی که دارای ابهام هستند، کمک می‌کند. در ایران نیز پژوهش‌هایی در این زمینه صورت گرفته است. از جمله، جواهری (۱۳۹۷) پایان‌نامه‌ای با عنوان «متامدل در برنامه‌ریزی عصبی-زبانی (ان ال پی): شیوه‌ای برای تحلیل سریع گفتمان در مذاکره، مناظره و مشاوره» ارائه داد و پیش از آن هم رفیع (۱۳۹۶) در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی کاربردهای مدل ارتباطی ان ال پی در جهت تقویت نگرش مذهبی» به این موضوع پرداخت و البته همین نویسنده (۱۳۹۶) مقاله‌ای نیز با عنوان «الگوی ارتباطی قرآنی با توجه به گزاره‌های الگوی ارتباطی «ان ال پی»» منتشر کرد که هر یک با تبیین این الگوی ارتباطی به بسط موضوع پرداخته‌اند. اما بررسی‌ها و مطالعات صورت گرفته در کتاب‌ها، پایان‌نامه‌ها و تألیفات دیگر نشان می‌دهد که در چهارچوب موضوع مد نظر هیچ پژوهشی صورت نگرفته است و همین مسئله نوآوری و نوین بودن آن را اثبات می‌کند.

۱. «ان ال پی» مدل نسبتاً جدیدی از علم ارتباطات است که به وسیلهٔ جان گریندر و ریچارد بندلر و همکاران آن‌ها در سال‌های بعد از ۱۹۷۰ شروع به رشد کرد. این علم به‌طور گسترده در مدیریت، فروش، بازاریابی، درمان و آموزش و پرورش به کار می‌رود (دیمیچک، ۱۳۸۴: ۱۵).

۱-۱. روش تحقیق

در این مقاله تلاش شده است به روش کتابخانه‌ای و تجزیه و تحلیل احادیث معتبر رضوی و سیره ارتباطی امام رضا (علیه السلام) به این پرسش‌ها پاسخ داده شود: مؤلفه‌های تربیتی امام رضا (علیه السلام) در تبیین الگوی ارتباطی «ان ال پی» چگونه است؟ برقراری ارتباط موثر ارتباط کلامی و غیرکلامی با استناد به سیره رضوی چه ویژگی‌هایی دارد؟ پیش‌فرض نگارنده در این مقاله بر آن است که الگوی ارتباطی امام رضا (علیه السلام) دارای مؤلفه‌هایی است که الگوی ارتباطی «ان ال پی» کارآمدی و موثر بودن آن را در عصر حاضر تأیید می‌کند که بیانگر توجه و اهمیت امام رضا (علیه السلام) به مسئله ارتباط موثر و پویایی تعلیمات رضوی است.

۲. مفهوم شناسی

فهم دقیق از متن نگاشته شده زمانی میسر است که خواننده مفهومی دقیق از واژگان اصلی متن را بداند. از این رو، در شروع بحث لازم است ابتدا معانی دقیق واژگان اصلی تحقیق، تبیین شود.

۲-۱. ان ال پی

اصطلاح ان ال پی (NLP) از سه بخش تشکیل شده است: ۱. عصب^۱: این قسمت با مغز و سایر عملکردهای آن مرتبط است و شامل استفاده از حواس و تعبیر و تفسیر چیزهایی می‌شود که در اطراف وجود دارد. علاوه بر آن شامل فرایند عصب‌شناسی که بر افکار، احساسات و رفتار انسان تأثیر می‌گذارد نیز می‌شود. ۲. زبانی کلامی^۲: این بخش به زبان و چگونگی استفاده از آن مرتبط است که شامل چگونگی استفاده از زبان در حین برقراری ارتباط با دیگران و نحوه تأثیرگذاری بر آن‌هاست. ۳. برنامه‌ریزی^۳ که به الگوها و

1. Neuro
2. Linguistic
3. Programming

رفتارها مرتبط است. این بخش شامل افکار درونی و قالب‌های رفتاری است که به افراد در ارزیابی شرایط، حل مشکلات و تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند (برن، ۱۳۸۷: ۴) و در اصطلاح نگرشی کنجاوانه، غریب و متشکل از مجموعه تکنیک‌ها برای برقراری ارتباط بهتر و مؤثر است (دیمیگ، ۱۳۸۴: ۲۰).

۲-۱-۱. ارتباط

«ارتباط» از نظر لغوی واژه‌ای عربی از باب افتعال و ماده «ربط» است که به معنای محکم کردن، ثابت کردن، بستن (ابن منظور، ۱۴۱۴ ق، ج ۷: ۳۰۲-۳۰۳) و در زبان فارسی به معنای ربط‌دادن، رابطه، بستگی، پیوستگی، پیوند (معین، ۱۳۸۸، ج ۲: ۱۶۳۶) آمده است. همچنین در زبان لاتین از لغت «commicat» گرفته شده که به معنای ارتباط برقرار کردن، گفت‌وگو کردن، مکاتبه کردن، ارتباط داشتن و تماس داشتن است (حق شناس و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۷۰). این واژه در اصطلاح، ترکیبی از اعمال یا فعالیت‌های هدفدار است و تنها یک رخداد یعنی چیزی که اتفاق بیفتد، نیست (ساغروانیان، ۱۳۶۹: ۵۴)، بلکه کلیه فعالیت‌های گفتاری، نوشتاری، کرداری، حرکتی را که برای انتقال معنا و مفهوم یا اثرگذاری و نفوذ بر دیگران به کار گرفته می‌شود، در بر می‌گیرد (فرهنگی، ۱۳۸۶، ج ۲: ۳).

۲-۱-۲. سیره تربیتی

«سیره» اسم مصدر از ریشه «س ی ر» به معنای طریقه و روش است و در اصطلاح به بنای عملی انسان‌ها در طول تاریخ بر انجام کاری و یا بر ترک آن، اطلاق می‌شود (قلی‌زاده، ۱۳۷۹: ۱۲۰). «تربیت» نیز از ریشه «ربو» به معنای تغییر و تحول تدریجی رو به کمال (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ ق: ۲۳۶) و تورم همراه با زیاد شدن (مصطفوی، ۱۳۶۸، ج ۴: ۳۵) و در اصطلاح جریان مستمر تدریجی و زمانمند است، به معنای پرورش دادن و به فعلیت درآوردن استعدادها و درونی‌ای که بالقوه در یک شیء موجود است (مطهری، ۱۳۸۸، ج ۲۲: ۵۵۱).

مقصود از سیره تربیتی در این پژوهش، اتخاذ و بهره‌مندی از تکنیک‌های رضوی در جهت کارآمدی و تأثیرگذاری ارتباط کلامی و غیرکلامی به سمت سعادت‌مندی دنیوی و اخروی است.

۲-۲. الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» در سیره رضوی

الگوی ارتباطی به مجموعه فعالیت‌ها و تدابیری که فرد را به اهداف معینی می‌رساند، اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر الگوها، دستورالعمل‌های جزئی‌تر برای عمل و رفتار هستند که به افراد تعلیم می‌دهند برای رسیدن به مقصود و مقصد مد نظر باید چه بکنند (امین زاده، ۱۳۷۶: ۱۳). الگوی «ان‌ال‌پی» شیوه جدیدی در علم ارتباطات است که به وسیله آن می‌توان نگرشی را تقویت کرد یا تغییر داد. این الگوی ارتباطی، دنیای بیرون را تغییر نمی‌دهد، بلکه به مخاطب کمک می‌کند که شیوه نگرش و درک خود را از دنیای بیرون تغییر دهد (ردی و برتون، ۱۳۹۳: ۱۶). این الگو بر چهار اصل ارتباط با خود، ارتباط با دیگران (ارتباط کلامی، ارتباط غیرکلامی)، اصلاح تصاویر ذهنی و تداوم اثر استوار است. در ادامه به بررسی و تبیین این چهار اصل با استناد به الگوی ارتباطی رضوی پرداخته می‌شود؛ زیرا الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» در سیره رضوی علاوه بر حفظ تداوم و تکامل حیات جسمی و روحی انسان، تأثیر بسزایی در کمال و سعادت دنیوی و اخروی افراد دارد، مشروط به اینکه افراد به درک و باورمندی به این مسئله برسند.

۲-۲-۱. ارتباط با خود

اولین اصل در الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» تقویت نگرش فرد نسبت به خود است. طبق این اصل آدمی اگر ارتباط با خود را در دست بگیرد حتی هنگامی که احتمال موفقیت بسیار کم است، می‌تواند نتایج مثبت و برجسته‌ای را به‌طور پیوسته به دست آورد (رضائیان، ۱۳۷۱: ۹). مقصود از ارتباط با خود این است که انسان خود را بشناسد و استعدادهايش را در جهت تکامل و سعادت خویش به کار گیرد. از این منظر، خودشناسی

به معنای اطلاع از خود، شناخت خود و عارف به نفس خویش است (دهخدا، ۱۳۴۱، ج ۴: ۱۲۳) که طبق آن انسان، مقام واقعی خویش را در عالم وجود درک می کند و در می یابد که بر حسب تصادف به این دنیا نیامده و مسئول رفتارهای خویش و آباد کردن جهان است (فتحعلی خانی، ۱۳۸۶، ج ۲: ۲۱).

خودشناسی مقوله ای است که در تمام شئون مادی و معنوی، زیربنای سعادت واقعی بشر است؛ زیرا آدمی در پرتو شناخت خود، به مقام و شخصیت خود آگاهی پیدا کرده و به ارزش واقعی خود پی برده و قدر و منزلت خود را می داند و از همین راه به نیازهای درونی، بیرونی، جسمانی، روحانی و استعدادها و نیروهای نهفته خود آگاه می گردد و آن ها را به منصفه ظهور، بروز و فعلیت می رساند. همچنین عواملی را که موجب سیر تکاملی است، تشخیص می دهد و با انجام وظیفه، خود را به اوج کمال انسانیت و سعادت حقیقی که همان غایت خلقت است، می رساند. ثمره دیگر خودشناسی این است که انسان خود را به دنیای پست و پر زرق و برق و تمایلات نفسانی و حیوانی نخواهد فروخت؛ بلکه گوهر وجود خود را با پروردگار متعال که مالک حقیقی و دارای علم، قدرت و حکمت بی نهایت است، معامله خواهد کرد تا به مقام بندگی خدا نائل و مظهر صفات حق شود (حائری تهرانی، ۱۳۷۸: ۸۲-۸۴). اهمیت اصل «ان ال پی» را به روشنی می توان در کلام امام رضا (علیه السلام) دریافت که می فرمایند: «أَفْضَلُ الْعَقْلِ مَعْرِفَةُ الْإِنْسَانِ بِنَفْسِهِ» (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۵: ۳۵۲) برترین خرد این است که انسان خودش را بشناسد؛ زیرا خودشناسی در الگوی ارتباطی رضوی عامل مهمی است که از یک سو انسان را به هدایت، سعادت و کمال الهی رهنمون می سازد و از سوی دیگر او را با استعدادها و توانمندی های درونی خویش آگاه می سازد و انگیزه پرورش و شکوفایی استعدادها، احساسات و رفتارهای انسانی مطابق با فطرت را در او به وجود می آورد.

تحلیل مطالب فوق نشان می دهد که ارتباط با خود از ارکان اولیه هر ارتباطی به شمار می رود به گونه ای که هر اخلاقی در ارتباط با خود، منجر به ضعف در ارتباط با دیگران می شود. از این رو، اصلاح و تقویت ارتباط با خود از مقوله های مهمی است که فرایند ارتباطات را به سمت موفقیت و کارآمدی سوق می دهد. حاصل آنکه برای اصلاح ارتباط با خود لازم است فرد با خودشناسی به شفاف سازی نقاط قوت و ضعف خود دست یابد؛ زیرا

خودشناسی در تکنیک «ان ال پی» موجب شفاف‌سازی تمایلات ارتباطی افراد با دیگران نیز می‌شود. با این شفاف‌سازی فرد می‌فهمد که با دیگر انسان‌ها، چه نوع ارتباطی باید برقرار سازد و چگونه درصدد استحکام و تعالی این روابط برآید. پس می‌توان ارتباط با دیگران را از مؤلفه‌های مهم و اصلی ارتباط با خود لحاظ کرد؛ زیرا ارتباط صحیح با دیگران مستلزم ارتباط مناسب با خود است.

۲-۲-۲. ارتباط با دیگران

یکی از شاخص‌های مهمی که علم «ان ال پی» به آن می‌پردازد، نحوه برقراری ارتباط مؤثر با دیگران است که این کار به وسیله الگوبرداری از نمونه‌های موفق با توجه به هدف صورت می‌گیرد (Bandler, R. & Grindler, 1975:10). «ان ال پی» رضوی برای تحقق این هدف در ارتباط کلامی از متامدل‌ها و ویژگی‌های فطری که در همه انسان‌ها یکسان است استفاده می‌کند. همچنین از ویژگی‌های فیزیولوژی بدن مثل حالات چهره، ماهیت و کیفیت حرکت‌های بدن در جهت تحقق ارتباط مؤثر الگوبرداری می‌نماید؛ زیرا الگوبرداری سبب می‌شود که در کوتاه‌ترین زمان، نتایج برجسته‌ای به دست آید (رضائیان، ۱۳۷۱: ۶۰-۶۹). بررسی‌ها و مطالعات صورت گرفته در سیره رضوی این نکته را می‌رساند که امام رضا (علیه السلام) بهترین الگو برای فرایندهای ارتباطی به‌شمار می‌روند. از این‌رو، الگویی کامل برای همه کسانی است که طالب عزت، سعادت و موفقیت در امور دنیوی و اخروی هستند.

۲-۲-۱. ارتباط کلامی

ارتباط کلامی، فعالیتی اجتماعی است که طی آن افراد با استفاده از اندام‌های گفتاری خود، اصواتی را تولید می‌کنند که در ترکیب با هم معنادار هستند و از این طریق پیامی را که برای خود و دیگران اهمیت دارد، انتقال می‌دهند (گیل و رادمز، ۱۳۸۴: ۲۱۲). در ارتباط کلامی، زبان نقش دو جانبه‌ای را بر عهده دارد؛ زیرا از یک سو منشأ ارتباط است و اندیشه پیام‌دهنده را به گیرنده بیان می‌کند و از سوی دیگر، مخاطب طرف گفت‌وگوست و به او

پاسخ می‌دهد. از این‌رو، مهارت‌های چهارگانه گفتن، شنیدن، خواندن و نوشتن برآمده از ارتباطات کلامی هستند (معمدنژاد، ۱۳۷۱: ۷۱). در این نوع ارتباط، خود کلام مورد توجه است و لحن کلام، تندی و نازکی صدا در ارتباطات غیر کلامی، مورد توجه قرار می‌گیرد. سخن و کلام برای فرستنده پیام در گفتار و نوشتار و برای گیرنده پیام در شنیدن و خواندن منعکس می‌شود. محققان، عموماً بر این باورند که انسان‌ها در ابتدا برای برقراری ارتباط به طرز حرکت اندام بدن اتکا می‌کردند و بعد رمزی را قرارداد کردند که به وسیله آن می‌توانستند ارتباط گفتاری نیز برقرار کنند (برکو و دیگران، ۱۳۸۶: ۱۰۱). شایان ذکر است هدف از ارتباطات کلامی در «ان ال پی» رضوی این است که روش‌های استفاده از کلام شناخته شود به گونه‌ای که بتوان بر مخاطب و جهت‌دهی ذهن آن اثر مثبت گذاشت تا با استناد به کلام امام رضا (علیه السلام) عزت در ارتباطات حفظ شود. «اِحْفَظْ لِسَانَكَ تَعَزُّزٌ وَلَا تَمَكِّنِ الشَّيْطَانَ مِنْ قِيَادِكَ فَتَذَلَّ» (دیلمی، ۱۴۱۲ق، ج ۱: ۱۰۳) زبانت را حفظ کن (در صورت حفظ زبان) عزیز می‌شوی و شیطان بر تو مسلط نمی‌شود (اما در غیر این صورت) ذلیل می‌شوی؛ که نشانه اهمیت زبان در کارآمدی ارتباطات است. به همین دلیل است که در سیره رضوی از مشاجرات به شدت نهی شده است؛ زیرا امام رضا (علیه السلام) مشاجره و جدل را عامل مهمی در از بین رفتن عزت و غیرت معرفی می‌کنند. «إِيَّاكُمْ وَمُشَاجِرَةَ النَّاسِ فَإِنَّهَا تُظْهِرُ الْغِرَّةَ وَتَدْفِنُ الْعِرَّةَ» (ابن بابویه، ۱۳۷۶: ۹۶) از مشاجره با مردم پرهیز کنید؛ زیرا از وی نادانی و جهل ظاهر می‌شود و عزت و غیرت شما را دفن می‌کند.

سیره رضوی به‌عنوان راهنمایی هدایتگر، الگوی کارآمدی را در قالب برقراری ارتباط کلامی موثر ارائه کرده که سلام کردن، ادب و صداقت نمونه‌هایی از آن‌هاست. نکته ضروری این الگوهای ارتباطی آنجاست که با صرف خواندن و نوشتن «ان ال پی» در سیره رضوی، نمی‌توان به تأثیر مطلوب آن در روابط دست یافت، بلکه تمامی این موارد با استناد به کلام خود امام رضا (علیه السلام) باید الگوی زندگی در عمل و گفتار قرار گیرد. «شَبِعْتُنَا الْمُسْلِمُونَ لِأَمْرِنَا الْأَخِذُونَ بِقَوْلِنَا... فَمَنْ لَمْ يَكُنْ كَذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَّا» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲۷: ۱۱۷)

۱. شیعیان ما کسانی هستند که تسلیم امر و نهی ما باشند، گفتار ما را سرلوحه زندگی خود در عمل و گفتار خود قرار دهند. و هر کس چنین نباشد از ما نیست. در این صورت است که می‌توان به نتایج مثبت این الگوها در روابط دست یافت.

۲-۲-۲. سلام کردن

سلام کردن یکی از زیباترین و مؤثرترین وسیله ارتباطی در آغاز تعاملات است که در الگوی ارتباطی رضوی از اهمیت زیادی برخوردار است؛ زیرا این واژه در اصل معنای خود نوعی صلح و آشتی را به همراه دارد (راغب اصفهانی، ۱۴۲۲ ق: ۴۲۳) که بر اساس آن نوعی تحیت به معنی طلب حیات را برای مخاطب به ارمغان می آورد (جوادی آملی، ۱۳۸۵، ج ۱: ۹۰).

آموزه‌های رضوی از آداب‌ی که برای شروع ارتباط کلامی بیان می کند، شروع سخن با سلام و درود است. به این معنا که در آغاز سخن گفتن مخاطب را عزیز و گرمی شمارد و با درود و سلام بر وی سخن خویش را آغاز کند. این گونه سخن گفتن موجب می شود تا شخص احساس آرامش کند و به مخاطب اعتماد نماید. از سویی آغاز سخن با سلام این پیام را به مخاطب القا می کند که کلامی را که می گوید به قصد مهر و محبت است و این مسئله در ایجاد اعتماد مخاطب به گوینده و تحریک عواطف و احساسات او بسیار مؤثر است؛ به گونه‌ای که از گام‌های مهم در جلب توجه و اهتمام مخاطب به گوینده و پیام او به شمار می رود. از طرفی چون هدف گوینده از سخن گفتن، انتقال پیام به شنونده است پس باید در مرتبه نخست عواطف و احساسات پراکنده وی را به سوی خود جلب کند. برای تحقق این هدف، سلام کردن شیوه بسیار کارآمد و مؤثری است (فرهنگی، ۱۳۸۷، ج ۱: ۳۴). تأثیر این تکنیک ارتباطی به اندازه‌ای ضروری است که خداوند در آیه «وَإِذَا جَاءَ كَأَلَّذِي نَبُؤْمُنُونَ بآيَاتِنَا فَقُلْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ...» (انعام، ۵) به پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله امر می کند که در ارتباطات خویش، قبل از هر سخنی از لفظ سلام استفاده کند؛ زیرا فرایندهای ارتباطی در هر مقوله‌ای نیازمند آغاز و تحکیم است و استوارسازی رشته‌های پیوند، با رفتارهای کوچک اما مهم شکل می گیرد تا از این طریق مرزهای دوستی، توسعه و پایدار بماند. شاید سلام کردن پدیده‌ای ساده یا کوچک به نظر برسد، اما باید دانست که همین امر ساده می تواند نقش مهم و شاخصی را در ارتباطات کلامی داشته باشد (ر.ک: مقدس نیا و محمدی، ۱۳۸۷: ۲۴-۲۷). با مراجعه به سیره گفتاری امام رضا علیه السلام این مسئله روشن می شود که ایشان نیز با تأسی از قرآن کریم به سلام کردن قبل از هر کلامی اهتمام ویژه داشتند (محمدی اشتهاردی، ۱۳۸۶: ۱۱۳) به گونه‌ای که در هر ارتباطی قبل از مخاطبان به

آن‌ها سلام می‌کردند و در این شیوه ارتباطی تفاوتی بین دوست، دشمن، بزرگ و کوچک قائل نمی‌شدند.

تأثیر مثبت این شیوه ارتباطی در جذب مخاطب به اندازه‌ای است که امام رضا (علیه السلام) به سلام کردن در آغاز خطبه‌ها و سخنرانی‌ها و شروع نامه‌ها نیز توجه داشتند. نمونه بارز این بیان، نامه امام (علیه السلام) به جناب عبدالعظیم حسنی است که در آن ضمن سلام به خود حضرت عبدالعظیم، از ایشان می‌خواهند که سلام‌شان را به همه شیعیان و دوستان‌شان برساند: «عَنْ أَبِي الْحَسَنِ الرَّضَا (عَلَيْهِ السَّلَامُ) قَالَ: يَا عَبْدَ الْعَظِيمِ أَلْبِغْ عَنِّي أَوْلِيَاءِي السَّلَامَ...» (نوری، ۱۴۰۸ ق، ج ۹: ۱۰۲)؛ ای عبدالعظیم! سلام مرا به دوستانم برسان.

دلیل اهمیت این الگوی ارتباطی کاملاً روشن است؛ زیرا سلام یک تحیت و تعارف است و همان‌گونه که بیان شد در آن معنای سلامتی و امنیت نهفته است و به مخاطب این پیام را القا می‌کند که سلام‌دهنده قصد صحیح و مناسبی را برای شروع ارتباط دارد. از این رو، کسی که سلام می‌دهد با عمل خود نشان می‌دهد که آرزوی جز سلامتی برای مخاطب ندارد. در این صورت، شنونده این پیام را دریافت و با عمل متقابل، نیت خویش را به پیام‌دهنده ارسال (فعالی، ۱۳۹۴: ۴۷) و بستر مناسبی را برای آغاز رابطه‌ای صمیمی و دوستانه ایجاد می‌کند که از منظر امام رضا (علیه السلام) نیمی از خرد محسوب می‌شود. «الَّتَوَدُّدُ إِلَى النَّاسِ نِصْفُ الْعَقْلِ» (صحیفه الرضا، ۱۴۰۶ ق: ۵۲)؛ دوستی و محبت به مردم، نیمی از خرد است.

مطالعات صورت گرفته در الگوی ارتباطی رضوی و «ان ال پی» نشان می‌دهد که سلام کردن در آغاز ارتباط فارغ از هر فرهنگ و مذهبی موجب حس اعتماد و صمیمیت بین افراد می‌شود که نه تنها دل‌های افراد را به هم نزدیک می‌نماید بلکه فراتر از آن زمینه همکاری و همیاری را نیز بین انسان‌ها فراهم می‌سازد. از این رو، سلام کردن در سیره رضوی تنها یک رفتار نیک نیست، بلکه نوعی فرهنگ ارتباطی است؛ فرهنگی که حامل پیام امنیت، دوستی، مهرورزی، تواضع، همکاری و ادب است که روند ارتباطات را به سمت تأثیرگذاری سوق می‌دهد.

۲-۲-۳. رعایت ادب در کلام

«ادب» در لغت به معنای ظرافت و به نیکویی به موضوعی پرداختن است (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۱: ۲۰۶) و در اصطلاح به معنای ظرافت گفتار و به نوعی فصاحت و بلاغت کلام در سخن گفتن است؛ بدین معنا که اگر انسان توانست مفهومی را با ظرافت به مخاطب خویش انتقال دهد، ادب گفتاری را رعایت کرده است (جوادی آملی، ۱۳۸۹: ۱۸).

ادب یکی از زمینه‌های اصلی ارتباط موفق، موجب ایجاد و تقویت بازخوردهای مثبت است و به دنبال آن پرورش صمیمیت اجتماعی می‌شود. به عبارتی ادب و احترام در گفتار به بهینه‌سازی محیط اجتماعی کمک می‌کند (ابوالقاسمی، ۱۳۸۹: ۴۹-۶۰). از سویی، ادب و عفت در کلام نشانه عزت نفس و رشد شخصیتی گوینده است که موجب تقویت احترام متقابل، تأثیرگذاری و جذابیت گفتاری می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۳۶۳، ج ۱۷: ۲۸۹)؛ به فرموده امام رضا (علیه السلام) هر کس به دنبال آن باشد به دستش می‌آورد «الْأَدَبُ كُلْفَةٌ؛ فَمَنْ تَكَلَّفَ الْأَدَبَ، قَدَرَ عَلَيْهِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ۲۳).

اهمیت این مؤلفه نشان می‌دهد که هر انسانی به شخصیت خود علاقه‌مند است و انتظار دارد که دیگران شخصیت او را محترم شمرده، با ادب و احترام با او رفتار کنند. روشن است، هر میزان که این احترام بیشتر و رفتار دیگران با وی مؤدبانه و محترمانه باشد، او نیز متقابلاً به این احترام گذاشتن جواب مثبت خواهد داد و ارتباط سازنده‌تری برقرار خواهد کرد و در مقابل از کسانی که به او احترام نمی‌گذارند یا به او اهانت می‌کنند، دوری و قطع رابطه خواهد کرد (کول، ۱۳۸۳: ۱۲۴-۱۲۵). از سویی، شیوه انتقال هر پیامی با تأثیرگذاری آن بر مخاطب رابطه مستقیم دارد. از این رو، اگر متکلم کلام خود را بر اساس ادب و حفظ کرامت انسانی به مخاطب انتقال دهد، فرایند تأثیرگذاری به مراتب عمیق‌تر و ارتباط از پیوستگی مداوم‌تری برخوردار خواهد شد. به همین دلیل است که در سیره تربیتی امام رضا (علیه السلام) بهترین افراد کسانی هستند که سخن خود را نیکو می‌گردانند. «خَيْرُكُمْ مَنْ أَطَابَ الْكَلَامَ..» (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۲: ۶۵)؛ زیرا نیکو سخن گفتن و استفاده از واژه‌ها و کلمات زیبا از مصادیق مهم ادب کلامی به شمار می‌رود که بی‌توجهی به آن، فرایند

ارتباطات را مختل و با مشکل مواجه می‌سازد.

تحلیل این مطالب بیانگر آن است که ادب از مهم‌ترین شاخصه‌های ارتباط کلامی موثر است که با الفاظ نیکو و استفاده از کلمات زیبا معنا می‌یابد؛ چرا که واژگان زیبا با نقش و تأثیر عاطفی و روانی که دارند، می‌توانند باعث ایجاد صمیمیت، دوستی و تداوم رابطه‌ها شوند. حاصل آنکه، نیکو سخن گفتن یکی از زمینه‌های اصلی ارتباط مؤثر در سیره رضوی، موجب ایجاد و تقویت بازخوردهای مثبت و به دنبال آن پرورش صمیمیت اجتماعی می‌شود به گونه‌ای که با حذف آن، ارتباط بیشتر جنبه تحکم و پرخاشگرانه به خود خواهد گرفت. پس می‌توان ادعا کرد که رعایت ادب در برقراری ارتباط مؤثر و با توجه به تأثیری که در خود پیام و فرستنده پیام می‌گذارد، یکی از ویژگی‌های انسان‌های هوشمند و عاقبت‌اندیش است که با استناد به کلام و سیره رضوی موفقیت در ارتباطات را تضمین می‌کند.

۲-۲-۴. صداقت

یکی دیگر از الگوهای ارتباطی امام رضا (علیه السلام) در برقراری ارتباط مؤثر کلامی، راستگویی و صدق پیشگی است. اهمیت این شیوه ارتباطی به اندازه‌ای است که امام محمد باقر (علیه السلام) آن را پیش شرط سخن گفتن^۱ معرفی می‌کنند.

صداقت در گفتار مهم‌ترین عامل برقراری ارتباط بین افراد به شمار می‌رود؛ زیرا ارتباط مؤثر زمانی شکل می‌گیرد که طرفین از گفتن دروغ اجتناب کنند و تمام مطلب را به همان شکلی که وجود دارد، بیان کنند (گابور، ۱۳۷۰: ۷۱) و دارای مراتب گوناگون و طیف گسترده‌ای است که اولین آن راستگویی است. بر همین اصل است که امام رضا (علیه السلام) در خطابی به عبدالعظیم حسنی، دوستان خود را به راستگویی در گفتار امر می‌کنند: «یا عَبْدَ الْعَظِيمِ اَبْلَغْ عَنِّي اَوْلِيَّائِي السَّلَامَ وَقُلْ لَهُمْ اَنْ لَا يَجْعَلُوا لِلشَّيْطَانِ عَلٰى اَنْفُسِهِمْ سَبِيْلًا وَمُرْهُمْ بِالصِّدْقِ فِي الْحَدِيثِ» (عطاردی، ۱۳۸۸: ۴۷۹)؛ ای عبدالعظیم، دوستان مرا از من

۱. «تَعَلَّمُوا الصِّدْقَ قَبْلَ الْحَدِيثِ؛ قَبْلَ اَزْ حَدِيثٍ وَ سَخْنٍ كَفْتَنَ رَاسْتِغُوْبِي رَا بِيَامُوْبِيْد» (کلینی، ۱۴۰۷: ۱۰۴).

سلام برسان و به آنان بگو در دل‌های خود از برای شیطان راهی باز نکنند و آنان را امر کن به راستگویی در گفتار؛ زیرا راستگویی از عوامل مؤثری است که می‌تواند اعتماد مخاطب را جلب و سبب ایجاد آرامش در آن‌ها گردد که در شروع و استمرار ارتباط نقش مهمی را ایفا می‌نماید (فعالی، ۱۳۷۴: ۷۵-۷۶). اهمیت این مسئله تا آنجاست که امام رضا (علیه‌السلام) به نقل از رسول خدا ﷺ آن را شاخصه‌ای برای شناخت افراد، معرفی می‌کنند: «لَا تَنْظُرُوا إِلَيَّ كَثْرَةَ صَلَاتِهِمْ وَصَوْمِهِمْ وَكَثْرَةَ الْحَجِّ وَالْمَعْرُوفِ وَطَنُطْنَتِهِمْ بِاللَّيْلِ انْظُرُوا إِلَيَّ صِدْقِ الْحَدِيثِ وَأَدَاءِ الْأَمَانَةِ» (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۲: ۵۱)؛ به فراوانی نماز، روزه، حج، اعمال مستحبی، و زمزمه‌های شبانه افراد نگاه نکنید، بلکه به راستگویی و امانتداری‌شان نگاه کنید.

تحلیل روایات ذکرشده نشان می‌دهد که صداقت از جمله هنجارهای اجتماعی در جهت تأمین آرامش، اعتماد و اطمینان اجتماعی است و کسی که سعی کند درست بگوید، صداقت زبانی را رعایت کرده است و از آنجا که صدق مطابق واقعیت است، هرچه انسان در مسیر راستی و درستی پیش رود، به حقیقت و ایمان نزدیک‌تر می‌شود. از سویی، بسیاری از ناهنجاری‌ها و مشکلات ارتباطی به دنبال بی‌صداقتی و دورویی شکل می‌گیرد؛ زیرا قوام هر ارتباطی بر اساس اعتماد پایه‌ریزی شده است و بنیان اعتماد هم بر پایه صداقت شکل می‌گیرد. از این‌رو، اگر ارتباطی بر پایه بی‌صداقتی و دروغ گذاشته شده باشد، بر اساس تحلیل روایت‌های رضوی دوام و تأثیری نخواهد داشت.

۲-۳-۲. ارتباط غیرکلامی

ارتباطات غیرکلامی به کلیه پیام‌هایی که افراد علاوه بر خود کلام، آن‌ها را مبادله می‌کنند، گفته می‌شود (برکو و دیگران، ۱۳۸۶: ۱۱۸) که از طریق کلیه محرک‌های بیرونی، غیر از نوشتار و گفتار صورت می‌گیرد. در برخی منابع به نوع غیرکلامی «زبان بدن» نیز گفته می‌شود (بولتون، ۱۳۸۸: ۱۲۳). از آنجا که ارتباطات انسانی فراتر از کلام است، بسیاری از اندیشه‌ها و احساس‌های بشری از طریق ارتباطات غیرکلامی

منتقل می‌شود. البته اختلاف بین ارتباطات کلامی و غیرکلامی فقط در رفتار و گفتار نیست. به‌عنوان نمونه صحبت کردن نیز آمیخته با عناصر غیرکلامی چون ثن صدا، سکوت‌های بین جمله‌ها و... است (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۲۴۷) و مواردی چون تبسم، بازوان از هم باز، خم شدن به جلو، لمس کردن، تماس چشمی و سر تکان دادن را می‌توان از جمله تسهیل‌کنندگان بُعد غیرکلامی ارتباط دانست (گابور، ۱۳۸۹: ۱۳-۱۹). رفتارهای غیرکلامی به‌طور معمول اطلاعات ارزشمندی را درباره احساسات دیگران در اختیار افراد قرار می‌دهند و نقش مهمی را در بسیاری از تعاملات اجتماعی از قبیل جذابیت فردی، نفوذ اجتماعی، کمک‌رسانی و پرخاشگری ایفا می‌کنند؛ علاوه بر این، مشکل است بتوان این علایم را از دید دیگران مخفی نگه داشت (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۳۹). ارتباط غیرکلامی در «ان ال پی» شامل سیستم‌های ارتباطی بینایی، شنوایی، لامسه، بویایی و چشایی است (معدلی، ۱۳۹۳: ۱۰۲). این سیستم ارتباطی که از آن به سیستم واکوگ تعبیر می‌شود بر این اصل استوار است که هر فردی از پنج حس کلی (شنیدن، دیدن، بوییدن، چشیدن و لمس کردن) برخوردار است که برای ارتباط با دنیای اطراف خود از آن‌ها استفاده می‌کند. استفاده صحیح از این حواس می‌تواند علاوه بر شناخت افراد و تحلیل شرایط، به برقراری ارتباط صمیمی و مؤثر کمک کند (برن، ۱۳۸۷: ۱۴). اهمیت توجه به ارتباطات غیرکلامی به ویژه چهره افراد، از مسائلی است که امام رضا (علیه السلام) به آن پرداخته است به گونه‌ای که می‌فرمایند: «اطْلُبُوا الْخَيْرَ عِنْدَ حِسَانِ الْوُجُوهِ فَإِنَّ فِعَالَهُمْ أَحْرَى أَنْ تَكُونَ حَسَنًا» (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۲: ۷۴)؛ از خوش‌صورتان درخواست خیر کنید، زیرا کارهای آن‌ها شایسته‌تر است که نیکو باشد». در تحلیل این روایت باید گفت که چهره از مهم‌ترین اعضا در ارتباطات غیرکلامی است. چهره، خلق و خو و احوال درونی انسان‌ها را نشان می‌دهد و یکی از مؤثرترین و مهم‌ترین راه‌ها در الگوی ارتباطی رضوی برای درک احساسات و عواطف دیگران به شمار می‌رود که توجه به آن فرایند ارتباطات را به تأثیرگذاری سوق می‌دهد.

۲-۳-۱. آراستگی ظاهری

آراستگی به معنای آراسته بودن و عمل آراسته از نظر لغوی به معنای زینت‌دادن و تزئین کردن است. معانی دیگری مانند نظم و مرتب‌بودن، هماهنگ‌بودن و آماده و مهیا بودن نیز به آن اطلاق می‌شود (معین، ۱۳۸۸، ج ۱: ۳۹). در قرآن کریم آراستگی با تعبیر «زینت» به کار رفته و مراد از آن هر چیزی است که به وسیله آن چیز دیگری را آرایش دهند و زیبا سازند (طباطبایی، ۱۴۱۷ ق، ج ۱۷: ۱۲۳).

یکی از الگوهای رفتاری برجسته در زندگی امام رضا (علیه السلام) توجه ویژه به آراستگی ظاهر در روابط اجتماعی هنگام مواجهه با مردم است. بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که هر چند منش آن حضرت در خلوت و هنگام دوری از اجتماع، بی‌توجهی به دنیا و اکتفا به ساده‌ترین خوراک و پوشاک بوده، اما در روابط اجتماعی و هنگام حضور در میان مردم، به وضعیت ظاهری و آراستگی خود توجه ویژه‌ای داشتند (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۲: ۱۹۲)؛ زیرا آراستگی ظاهری در فرایند ارتباطی یکی از اقسام زینت به شمار می‌رود که علاوه بر محبوبیت، باعث جذب افراد هم می‌شود و از مصادیق مهم آن پوشش ظاهری (لباس) است.

لباس، علاوه بر محافظت انسان‌ها از سرما و گرما، وسیله‌ای برای ارتباطات غیرکلامی نیز محسوب می‌شود و به تنهایی قادر است ده‌ها پیام اساسی را به دیگران منتقل کند (مرادی، ۱۳۹۲: ۴)؛ لباس یکی از اساسی‌ترین نیازهای بشر، نقش مهمی را در فرهنگ‌ها و تمدن‌ها ایفا کرده است. به عبارتی شکل پوشش هر جامعه یا هر فرد، از فرهنگ آن فرد و جامعه متأثر است و نوع زندگی، طرز تفکر و شرایط زیستی و جغرافیای آن‌ها را نشان می‌دهد (گرانپایه، ۱۳۷۷: ۳۹). از سویی روشن است که میزان توجه به آراستگی ظاهر، به ویژه در زمینه لباس و پوشش، با سطح درآمد و زندگی عموم مردم در جامعه مرتبط است. در سیره امام رضا (علیه السلام) این توجه ویژه به اقتضای زمانی، مکانی و شرایط خاص اجتماعی کاملاً مشهود است؛ چراکه از برخی سخنان آن حضرت می‌توان دریافت که در عصر ایشان، برخی اقشار جامعه انتظار داشتند ایشان نیز مانند زمان امام

علی (علیه السلام) لباس بپوشند و مانند آن حضرت زندگی کنند (فضل الله، ۱۳۹۳: ۹۸). «إِنَّ أَهْلَ الضَّعْفِ مِنْ مَوَالِيِّي يُحِبُّونَ أَنْ أَجْلِسَ عَلَى اللَّبُودِ وَالْأَبْسَ الْخَشِنَ وَ لَيْسَ يَحْتَمِلُ الزَّمَانُ ذَلِكَ» (طبرسی، ۱۳۹۲: ۹۸)؛ همانا دوستداران کوتاه‌اندیش من دوست دارند که من روی نمد بنشینم و لباس درشت بپوشم، در حالی که زمانه [ما] این را نمی‌پذیرد؛ اما امام رضا (علیه السلام) با صراحت در پاسخ آن‌ها به تفاوت دوره‌ها، زمان‌ها و اقتضاهای هر زمان اشاره می‌فرمایند.

توجه به همین اقتضاهای اجتماعی موجب شد که امام (علیه السلام) شانزده‌تن موها و محاسن، خضاب کردن موها، به دست کردن انگشتری و هر چیز دیگری را که بر آراستگی انسان می‌افزاید، مورد توجه قرار دهند (قزوینی، ۱۳۸۷، ج ۲: ۹۸-۱۰۲) و دیگران را نیز به آن‌ها توصیه کنند تا جایی که خود، مرغوب‌ترین و بهترین عطرها را سفارش می‌دادند (کلینی، ۱۴۲۶ق: ۱۱۷۸) و خوش‌بویی و استفاده از عطر را جزو اخلاق انبیای الهی برمی‌شمردند. «مِنْ أَخْلَاقِ الْأَنْبِيَاءِ: التَّطَيُّبُ» (عطاردی، ۱۴۰۴ق، ج ۱: ۵۱۰).

از گفتمان رضوی در اتخاذ این روش، می‌توان به این نکته رهنمون شد که آراستگی ظاهر افراد، نوعی تکلیف اجتماعی برای احترام به دیگران است؛ زیرا اگر سیمای ظاهری انسان، آراسته و پاکیزه باشد، چشم و دل مردم از دیدار انسان شادمان می‌شود و اساس زندگی انسان که بر اُنس و هم‌گرایی اجتماعی نهاده شده، به این وسیله تقویت می‌یابد. شاید توجه به همین بُعد تکلیفی موجب شده است که امام رضا (علیه السلام) اهتمام به زیبایی ظاهری را دارای اجر معنوی بدانند. پس توجه به آراستگی ظاهری تا جایی که وسیله تکبر، فساد، خرفروشی، شهوت‌رانی و غفلت از یاد خداوند نشوند، امری پسندیده و معنوی است که آثار مثبتی بر ارتباطات می‌گذارد. از این‌رو، یکی از مولفه‌های مهم در «ان ال پی» رضوی محسوب می‌شود.

۱. حسن بن جهم می‌گوید: «سزد امام رضا (علیه السلام) رفتیم. ایشان موهای خود را رنگ سیاه زده بودند، گفتم فدایت شوم، با رنگ سیاه موهایتان را رنگ کردید؟ فرمودند: إِنَّ فِي الْخَضَابِ أَجْرًا، وَالْخَضَابُ وَ التَّهَيِّبَةُ مِمَّا يَزِيدُ اللَّهُ فِي عَقَبَةِ النِّسَاءِ... (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ۱۱۵۷). در این کلام امام (علیه السلام) به دو موضوع اشاره شده است: اول، اجر معنوی آراستگی، دوم، ارزش اجتماعی و تکلیفی آن. به عبارت دیگر، امام (علیه السلام) با تکیه بر آثار اجتماعی آرایش و آراستگی ظاهر از جمله تحکیم بنیان خانواده و افزایش پاکدامنی همسران، آن را مستوجب اجر و پاداش دانسته‌اند.»

۲-۳-۲. برقراری ارتباط چشمی

برقراری ارتباط چشمی به تماس چشمی در تعاملات گفته می‌شود (فرهنگی، ۱۳۸۷، ج ۱: ۲۹۵). تماس چشمی در ارتباطات میان فردی اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا از کارکردهای عمومی رفتار چشم، شکل‌گیری و تعریف روابط و به عبارتی تحت تأثیر قراردادن تعامل‌هاست (فرهنگی، ۱۳۷۵: ۱۰۰).

چشم‌ها در فرایند ارتباطات انسانی، در مقایسه با دیگر اجزای چهره بسیار مهم هستند؛ زیرا مهم‌ترین وسیله پیوند انسان با جهان و اصلی‌ترین دریچه ورود مفاهیم و داده‌ها به ذهن و درون انسان‌ها محسوب می‌شوند (رضایی، ۱۳۹۳: ۱۷). در اهمیت ارتباط چشمی همین بس که افراد بدون بیان کلمه‌ای و با نگاه کردن به مخاطب، می‌توانند از احوالات درونی آن‌ها آگاهی یابند. امام رضا (علیه السلام) در همین باره می‌فرمایند: «إِنَّا لَنَعْرِفُ الرَّجُلَ إِذَا زَانَيْتَاهُ بِحَقِيقَةِ الْإِيمَانِ وَبِحَقِيقَةِ النِّفَاقِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ۲۲۳) ما هرگاه، مردی را مشاهده کنیم، به حقیقت ایمان یا نفاق، او را می‌شناسیم.

در اهمیت برقراری ارتباط چشمی باید گفت که چشم‌ها همواره منبع ارزشمند اطلاعاتی درباره حالت‌های عاطفی هستند؛ زیرا در حالی که دیگر اجزای چهره را می‌توان در کنترل خود درآورد، کمترین کنترل را می‌توان بر چشم‌ها داشت. در نتیجه، چشم‌ها و نواحی که آن‌ها را احاطه کرده‌اند، نسبت به دیگر قسمت‌های صورت، اطلاعات دقیق‌تری را درباره حالت‌های عاطفی افراد آشکار می‌کنند (رضایی، همان: ۲۱۸)؛ بنابراین تماس چشمی در میان ارتباطات غیرکلامی، بهترین شیوه برای ارزیابی افراد و شخصیت آن‌هاست؛ چراکه منعکس‌کننده حالت‌های درونی افراد مانند خشم، وحشت، شادی و ... است. مؤید این مطلب آیه‌ای از قرآن است که به انعکاس وحشت کافران در روز قیامت می‌پردازد و در نگاه آنان تجلی می‌یابد. «وَاقْتَرَبَ الْوَعْدُ الْحَقُّ إِذَا هِيَ شَاخِصَةٌ أَبْصَارُ الَّذِينَ كَفَرُوا يَا وَيْلَنَا قَدْ كُنَّا فِي غَفْلَةٍ مِّنْ هَذَا بَلْ كُنَّا ظَالِمِينَ» (انبیاء، ۹۷)؛ و وعده حق (قیامت) نزدیک می‌شود در آن هنگام چشم‌های کافران از وحشت از حرکت باز می‌ماند (می‌گویند: ای وای بر ما که از این (جریان) در غفلت بودیم بلکه ما ستمکار بودیم).

در فراگرد ارتباطی می‌توان مفاهیم زیادی را بدون سخن گفتن و فقط با نگاه کردن انتقال داد و از آنجا که اغلب افراد از کنترل عضلات اطراف چشم ناتوان هستند، تماس چشمی در میان رسانه‌های غیرکلامی، کمترین دروغ را می‌گوید و بهترین و گویاترین وسیله برای آزمون شخصیت طرف مقابل است (ریچموند، ۱۳۸۷: ۲۲۶). از این رو، در سیره رضوی به ارتباطات چشمی در برخوردهای ارتباطی، بسیار توجه شده است؛ زیرا هر یک از حرکات چشم، بیان‌کننده معنا و مفهوم خاصی است که گاهی موجب طرد شدن دیگران از انسان می‌شود و آثار منفی و مخربی را در ارتباطات به جا می‌گذارد و گاه می‌تواند موجبات محبت و دوستی را فراهم آورد (گیل و آدمز، ۱۳۸۴: ۹۳). بر این اساس، تأثیرات افراد بر روی هم تا حد زیادی به شیوه نگاه کردن آن‌ها بستگی دارد. روشن است که برقرار نکردن تماس چشمی با مخاطب علاوه بر توهین تلقی شدن، تعاملات را به سمت سردی و گسستگی سوق می‌دهد.

در تکمیل این بحث باید گفت چون چشم‌ها اولین و مهم‌ترین دریچه‌هایی هستند که انرژی‌ها را از اطراف خود دریافت می‌کنند، از این رو، نسبت به دیگر اعضا نیازمند مراقبت بیشتری نیاز دارند؛ زیرا اگر این انرژی‌ها منفی و مخرب باشند، روح و روان انسان را تحت کنترل خویش در می‌آورند و پیامدهای بدی را در فرایندهای ارتباطی بر روح و روان افراد خواهد گذاشت. امام رضا (علیه السلام) حلال بودن نگاه را «عَضُّوا عَمَّا لَا يَحِلُّ النَّظَرُ إِلَيْهِ أَبْصَارَكُمْ» (حر عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱۰، ق ۳۱۳)؛ دیدگان خود را از آنچه که حلال نیست بیوشانید. شرط واجب و ضروری در همه ارتباطات چشمی معرفی می‌کند.

۲-۲-۳. گوش دادن فعال

گوش دادن به معنای فرایند شنیدن فعال، توجه عمیق، دریافت پیام، انتخاب، جذب، سازمان‌دهی، به خاطر سپردن و دادن پاسخ‌های مشخص به محرک‌های شنیداری و غیرکلامی است. بر این اساس، بین گوش دادن و شنیدن تفاوت وجود دارد؛ زیرا شنیدن فعالیت جسمی و گوش دادن فرایندی ذهنی به‌شمار می‌رود (هارجی و ساندرز، ۱۳۹۲:

۲۱۷). به عبارت دیگر، گوش دادن فعال، به معنای غربال کردن اطلاعات دریافتی، توجه به سخنان دیگران و علاقه نشان دادن به سخن آن‌ها، تفسیر کردن سخنان طرف مقابل برای خود و ابهام‌زدایی از آن و توضیح خواستن از او درباره کلمات و عبارات نامفهوم است (اونسون، ۱۳۸۵: ۵۴-۵۵).

نحوه استفاده از قدرت شنوایی و به تعبیر دیگر، خوب شنیدن و درست گوش دادن، در مباحث معاشرتی نقش مهمی ایفا می‌کند؛ زیرا بی‌اعتنایی به حرف‌های گوینده، نشانه بی‌ادبی است و برعکس، حسن توجه و ابراز علاقه، علامت ادب و تربیت اجتماعی و بها دادن به موقعیت انسانی مخاطب و گوینده به شمار می‌آید (محدثی، ۱۳۹۰: ۱۴۰). در سیره اخلاقی امام رضا (علیه السلام) گوش دادن به سخنان طرف مقابل، از ویژگی‌های مهم ارتباطی آن حضرت به شمار می‌رود: «إِذَا تَكَلَّمَ عِنْدَهُ أَحَدٌ أَنْصَتُوا لَهُ حَتَّى يَفْرُغَ مِنْ حَدِيثِهِ» (ابن بابویه، ۱۳۷۸، ج ۱: ۳۱۹)؛ زمانی که کسی سخن می‌گفت، به او گوش می‌دادند، تا سخنش به پایان برسد. اهمیت این مسئله در فرایندهای ارتباطی به اندازه‌ای است که پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) گوش دادن به صحبت‌های کسانی را که سخن می‌گویند از آثار جوانمردی شمرده‌اند. «مِنَ الْمُرُوءَةِ أَنْ يَنْصِتَ الْأَخَ لِأَخِيهِ إِذَا حَدَّثَهُ...» (پاینده، ۱۳۸۲: ۷۷۷). رعایت نکردن این ادب گفتاری به حدی کراهت دارد که امام رضا (علیه السلام) به نقل از پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) سخن گفتن در میان سخنان دیگران را به مثابه زخمی کردن صورت گوینده می‌دانند و می‌فرمایند: «مَنْ عَرَضَ لِأَخِيهِ الْمُؤْمِنِ فِي حَدِيثِهِ فَكَأَنَّمَا حَدَشَ وَجْهَهُ» (صحیفه الرضا (علیه السلام)، ۱۴۰۶ ق: ۳۵۵)؛ هر کس هنگام سخن گفتن برادر مسلمانش، سخن بگوید. مثل این است که صورت او را زخمی کرده است.

تحلیل سیره رضوی نشان می‌دهد گوش دادن به کلام فردی که صحبت می‌کند، علاوه بر ادب و احترام نوعی آگاهی را در خصوص شخصیت فرد ایجاد می‌کند به گونه‌ای که با تحلیل این گفته‌ها می‌توان به ادامه روند ارتباطات با مخاطب اندیشید؛ چراکه افراد در گفته‌هایشان پنهان هستند و دقت در کلامی که می‌گویند نوعی مهارت است که «ان‌ال‌پی» رضوی آن را تکنیک طلایی ارتباط معرفی می‌کند.

۳-۲. اصلاح تصاویر ذهنی

اصلاح تصویر ذهنی از دیگر تکنیک‌های «ان ال پی» در تقویت ارتباطات است که در قالب مثبت‌گرایی ارائه می‌شود. مثبت‌گرایی به معنای داشتن نگرش، افکار، رفتار و کرداری خوش‌بینانه در زندگی است. طبق این تعریف مثبت‌گرایی شامل مثبت‌اندیشی و مثبت‌کرداری نیز می‌شود (خالقی ثمرین و شیخ‌پور، ۱۳۸۷: ۹).

مثبت‌اندیشی توان استفاده از تمامی ظرفیت‌های ذهنی مثبت و نشاط‌انگیز و امیدوار کننده در زندگی است که می‌توان آن را خوش‌بینی به جهان، انسان و خود نیز دانست (اسلامی، ۱۳۸۷: ۱۱) که در منابع اسلامی از آن به حُسن ظن تعبیر می‌شود. به عبارتی، مثبت‌اندیشی شکلی از فکر کردن است که بر حسب عادت، در پی به دست آوردن بهترین نتیجه از بدترین شرایط است. شخص مثبت‌اندیش هیچ‌گاه مسائل منفی را به رسمیت نمی‌شناسد، بلکه به مقابله با آن می‌پردازد. در واقع، مثبت‌نگری فرایندی انتخابی است که وقتی دنبال چیز خوب بگردید احتمال یافتن آن بسیار است (بیل، ۱۳۸۸: ۱۷). از سویی، افراد مثبت‌اندیش به جای تمرکز بر بُعد منفی هر چیزی، به بخش مثبت آن توجه می‌کنند و همین مسئله علاوه بر آرامش روانی خود فرد، او را به فردی جذاب و محبوب در ارتباطات تبدیل می‌کند. شاید به همین دلیل است که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله خوش‌بینی و حُسن ظن را از مصادیق عبادت بر شمرده‌اند. «ان حُسنَ ظَنٍّ مِنَ الْعِبَادَةِ» (قضاعی، ۱۳۹۳: ۳۵۷).

اهمیت اصلاح تصویر ذهنی و به عبارتی، حُسن ظن به اندازه‌ای است که امام رضا علیه السلام می‌فرمایند: «أَحْسِنِ الظَّنَّ بِاللَّهِ عَزَّوَجَلَّ يَقُولُ أَنَا عَبْدِي الْمُؤْمِنِ إِنْ خَيْرًا فَخَيْرًا وَإِنْ شَرًّا فَشَرًّا» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲: ۷۲)؛ به خداوند نیکوگمان باش که خداوند عزوجل می‌فرماید: من به گمان بنده مؤمنم هستم؛ اگر خوش‌گمان بود نیکی می‌کنم و اگر بدگمان بود، بر اساس آن با او رفتار می‌کنم.

در تحلیل این روایت باید گفت که خوش‌گمانی یا به عبارتی، مثبت‌نگری از ارکان اولیه هر ارتباطی است و وقتی امام رضا علیه السلام دستور به خوش‌گمانی به خداوند را می‌دهد، یعنی این شیوه ارتباطی نه تنها درباره خداوند بلکه در تمامی ارتباطات صادق است. در

تبیین چرایی این اصل با استناد به روایت امام باید گفت که جهت‌های ذهنی هر فردی نسبت به دیگران نوع رفتار آن‌ها را با ما تعیین می‌کند. وقتی ما با تصویر مثبت به یک ارتباط بنگریم، این تصویر مثبت در رفتار و زبان بدن ما تجلی می‌یابد و با انتقال آن به مخاطب بازخوردهای مثبتی هم از طرف مقابل دریافت می‌کنیم؛ برعکس، تصویر ذهنی منفی ما را به چالش در ارتباط می‌کشانند و همین مسئله نقش و اهمیت گشاده‌رویی در ارتباطات را دوچندان می‌نماید؛ زیرا گشاده‌رویی در فرایند ارتباطی علاوه بر انتقال انرژی مثبت به مخاطب تصویر ذهنی او را نسبت به ادامه تعاملات مثبت می‌کند.

۲-۳-۱. گشاده‌رویی

گشاده‌رویی از دیگر مؤلفه‌های غیرکلامی است که به معنای باز بودن چهره است (معین، ۱۳۸۸، ج ۳: ۳۳۲۵) و از تکنیک‌های برقراری ارتباط صحیح در «ان‌ال‌پی» و سیره رضوی به شمار می‌رود.

گشاده‌رویی، نقش عمده‌ای در نحوه رفتار و ارتباط اشخاص دارد؛ زیرا وقتی افراد با چهره باز و گشاده با کسی روبه‌رو می‌شوند، در واقع، کلید محبت و دوستی را به طرف مقابل هدیه داده‌اند. برعکس، چهره اخمو و ابروهای گره خورده و صورت درهم، دریچه ارتباط و صمیمیت را می‌بندد (محدثی، ۱۳۹۰: ۳۴-۳۵). امام رضا علیه السلام در تبیین این الگوی ارتباطی چنین دستور می‌دهند: «اَضْحَبِ... الْعَامَّةَ بِالْبِشْرِ» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۱: ۱۶۷)؛ با توده مردم با گشاده‌رویی و چهره باز معاشرت کن. در چرایی این الگو به کلام دیگری از امام علیه السلام استناد می‌شود که گشاده‌رویی را نوعی بخشش معرفی می‌کنند. «إِنَّكُمْ لَنْ تَسْعَوْا النَّاسَ بِأَمْوَالِكُمْ فَسَعَوْهُمْ بِطَلَاقَةِ الْوَجْهِ وَحُسْنِ اللَّقَاءِ» (همان، ج ۶۸: ۳۸۴) شما هرگز نمی‌توانید با دارایی‌تان به همه مردم عطا و بخشش کنید؛ پس با آنان گشاده‌رو و خوش اخلاق باشید. این روایت بیانگر آن است که گشاده‌رویی از ارکان مهم یک ارتباط مؤثر است؛ زیرا چهره نیکو و گشاده با استناد به سایر روایت‌ها^۱ باعث جلب

۱. «الْبِشْرُ الْحَسَنُ وَ طَلَاقَةُ الْوَجْهِ مَكْتَسَبَةٌ لِلْمَحَبَّةِ وَقُرْبَةٌ مِّنَ اللَّهِ عَزَّوَجَلَّ» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق: ۲۹۶).

محبت و نزدیکی به خداوند می‌شود.

گشاده‌رویی از جمله فرایندهای ارتباطی است که موجب بهتر شدن روابط با دیگران می‌شود؛ زیرا در یک فرایند ارتباطی، خودگشودگی موجب بالندگی شخصیتی فرد شده و او را در برابر دیگران از نظر ارتباطی، تواناتر از پیش می‌کند (فرهنگی، ۱۳۸۶، ج ۲: ۴۹). علاوه بر این بُعد دنیوی، از منظر امام رضا (علیه السلام) لبخند زدن که مصداق مهمی بر گشاده‌رویی تلقی می‌شود، سبب می‌شود که فرد گشاده‌رو در آخرت نیز مورد لطف خداوند قرار بگیرد و عذاب نشود. «مَنْ تَبَسَّمَ فِي وَجْهِ أَخِيهِ الْمُؤْمِنِ كَتَبَ اللَّهُ لَهُ حَسَنَةً وَمَنْ كَتَبَ اللَّهُ لَهُ حَسَنَةً لَمْ يُعَذِّبْهُ» (ابن بابویه، ۱۴۰۲ق: ۵۲) هر کس به روی برادر مؤمن خود لبخند بزند، خداوند برایش ثوابی خواهد نوشت و هر کس را که خداوند برایش ثوابی بنویسد، او را عذاب نخواهد داد.

تحلیل این آموزه‌های ارتباطی رضوی به همگان می‌آموزد که جامعه انسانی، به هر مقدار هم که قانونمند باشد، اگر مهر و محبت در میان آن‌ها حاکم نباشد، جامعه خشک و بی‌روحي است و زندگی در چنین فضایی غیرقابل تحمل خواهد شد؛ زیرا بخش مهمی از فطریات بشر را عواطف تشکیل می‌دهد که گشاده‌رویی مصداق مهم آن تلقی می‌شود.

۴-۲. تداوم اثر

از دیگر ویژگی‌های بارز «ان ال پی» رضوی این است که تغییر به وجود آمده، استمرار داشته باشد. استمرار به معنای ادامه داشتن، پیوستگی و دوام است (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۵: ۱۶۵). این کار با آگاهی بخشی و تمرین تحقق می‌یابد. آگاهی بخشی در اصطلاح روان‌شناسی به فرایندهای روانی گفته می‌شود که حاصل ذهن آدمی بوده و منجر به «دانستن» می‌شود. این فرایندها شامل یادآوری، ارتباط دادن، طبقه‌بندی کردن، نمادسازی، تجسم یا تصور، حل مسئله، تخیل و رؤیاپردازی می‌شود (محسنی، ۱۳۸۲: ۱۷). آگاهی بخشی یکی از مهم‌ترین عوامل در تداوم تغییرات در «ان ال پی» به شمار می‌رود؛ زیرا ارتباط مؤثر در «ان ال پی» شامل مرحله‌ای با عنوان «متامدل» است. «متامدل‌ها»

الگوهایی با بار معنایی خاص هستند و به همین منظور موجب جهت‌دهی ذهن مخاطب می‌شوند (برن، ۱۳۸۷: ۴۷) و این جهت‌دهی به تداوم اثر یک ارتباط و کارآمدی آن منجر می‌شود. چنین رویکردی که ناظر بر محتوای فرهنگ‌سازی است، علاوه بر اندیشه‌ورزی و تقویت مهارت‌های ارتباطی می‌تواند به تحکیم ساختارهای معرفتی، فکری، فرهنگی و استقرار ثبات و انسجام اجتماعی منجر شود و موجبات برقراری ارتباط مؤثر را بین افراد جامعه فراهم آورد (Carlsson, 2008:23).

ذکر این مطلب ضروری است که هر فرایندی، به هر میزان هم ارزشمند و دارای الگوی مناسب باشد ولی استمرار و ممارست بر آن پدیده وجود نداشته باشد، فراموش خواهد شد. به همین دلیل در گفتمان قرآنی استمرار یکی از روش‌های مؤثر تداوم، معرفی شده است: «وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ» (قصص، ۵۱) این گفتار را برای آنان پی‌درپی و به هم پیوسته نازل ساختیم، شاید متذکر شوند.

بر همین اساس، امام رضا (علیه السلام) برای تداوم ارتباطات با دوستان برنامه تربیتی زیر را در قالب «ان ال پی» رضوی معرفی می‌کنند: «اجتهدوا أَنْ يَكُونَ زَمَانُكُمْ أَرْبَعَ سَاعَاتٍ سَاعَةً مِنْهُ لِمُنَاجَاتِهِ وَ سَاعَةً لِأَمْرِ الْمَعَاشِ وَ سَاعَةً لِمُعَاشِرَةِ الْإِخْوَانِ الثَّقَاتِ وَ الَّذِينَ يَعْرِفُونَكُمْ عُبُوبَكُمْ وَ يَخْلُصُونَ لَكُمْ فِي الْبَاطِنِ وَ سَاعَةً تَخْلُصُونَ فِيهَا لِلذَّاتِكُمْ وَ بِهِذِهِ السَّاعَةُ تَقْدِرُونَ عَلَى الثَّلَاثِ السَّاعَاتِ» (صحیفه الرضا (علیه السلام)، ۱۴۰۶ ق: ۳۳۷) تلاش کنید تا زمانتان چهار بخش باشد: بخشی برای مناجات، قسمتی برای تأمین زندگی، زمانی برای دیدار با دوستان مورد اعتماد که عیوب شما را به شما نشان دهند و در نهان، دوستی خالصانه‌ی خود را نمایان سازند و بخشی را به لذت‌های خود بپردازید و با این زمان، خود را برای سه بخش پیشین توانمند سازید.

تحلیل این روایت نشان می‌دهد که بر اساس الگوی ارتباطی رضوی باید در انتخاب دوستان دقت لازم صورت گیرد. دلیل این مسئله از نظر علم پزشکی و با توجه به عملکرد سلول عصبی، موسوم به نورون آینه‌ای قابل اثبات است. محققان در خصوص عملکرد این نورون به این نتیجه دست یافته‌اند که وقتی افراد در جمعی قرار می‌گیرد، نورون‌های

آینه‌ای به صورت ناخودآگاه تحت تأثیر جمع قرار می‌گیرند و باعث می‌شوند پس از مدتی فرد مخاطب خصوصیات مشترکی نسبت به افراد پیدا نماید (Heyes, 2010:576) از این رو، می‌تواند سبب تغییر در رفتار و نگرش افراد در زندگی فردی و اجتماعی شود.

۳. نتیجه‌گیری

انسان به موجب اجتماعی بودنش به برقراری ارتباط و تعامل با دیگران نیاز دارد. از این رو، برای اینکه بتواند با دیگران ارتباطی مؤثر برقرار کند، نیازمند الگویی است تا با استناد به آن بتواند شیوه‌های صحیح ارتباطی را بیاموزد. «ان ال پی» مدل ارتباطی است که به موضوعاتی می‌پردازد که بین بهترین بودن و عادی بودن، بین فقط وجود داشتن و زندگی کردن تفاوت ایجاد می‌کند. به همین منظور «ان ال پی» به‌عنوان الگویی برای ارتقای سطح ارتباطات مورد توجه اندیشمندان قرار گرفت که به‌وسیله آن انتقال و پذیرش پیام‌های کلامی و غیرکلامی به بهترین وجه ممکن صورت می‌گیرد. نکته قابل تأمل اینجاست که «ان ال پی» مدل ارتباطی نوینی است که از سال ۱۹۷۱ شناخته و به‌مرور توسعه یافت؛ اما سیره رضوی با هدف سعادت بشری از همان ابتدا به الگوهای ارتباطی توجه ویژه کرده است، به‌گونه‌ای که با استناد به آن و تفسیر و تحلیل آن‌ها از منظر روان‌شناختی و ارتباطی، می‌توان به الگویی عالی در زمینه ارتباط کلامی و غیر کلامی دست یافت. از سویی بررسی و تحلیل الگوی ارتباطی «ان ال پی» در سیره رضوی در خصوص شیوه‌های صحیح ارتباطی نشان می‌دهد که چهار مؤلفه الگوی ارتباطی «ان ال پی» (ارتباط با خود، ارتباط با دیگران، اصلاح تصاویر ذهنی و تداوم اثر) به‌عنوان یک مجموعه اجتماعی هستند که در صورت تحقق تمام اجزا، به فرایندی مؤثر تبدیل خواهد شد. تبیین این چهار مؤلفه نشان می‌دهد که ارتباط با خود به‌عنوان اصلی مهم و بنیادین در پیشبرد ارتباطات به سمت کارآمدی است؛ چراکه انسان در پرتو شناخت خود می‌تواند عوامل ارتباطی را که موجب سیر تکاملی او می‌شود شناسایی و با به‌فعلیت رساندن آن‌ها در عمل، به ارتباطی الهی و موفقیت‌آمیز با دیگران دست یابد.

ارتباط با دیگران در دو بخش کلامی و غیر کلامی خلاصه می‌شود که با سلام کردن، رعایت ادب، صداقت، آراستگی ظاهری، برقراری ارتباط چشمی و گوش دادن می‌توان به اوج تأثیرگذاری پیام در ارتباطات دست یافت، به گونه‌ای که با اصلاح تصاویر ذهنی در راستای تداوم اثر آن‌ها در معاشرت‌ها می‌توان ادعا کرد که علاوه بر موفقیت در ارتباطات تأمین سعادت دنیوی و اخروی را نیز در پی خواهد داشت.

تبیین و نتایج نهایی

نتایج	مؤلفه‌های «NLP» رضوی	مؤلفه‌های «NLP»
۱. آگاهی از شخصیت واقعی خود ۲. به فعلیت رساندن استعدادها ۳. کسب مهارت ارتباط با دیگران ۴. شفاف‌سازی تمایلات ارتباطی با دیگران	خودشناسی «أَفْضَلُ الْعَقْلِ مَعْرِفَةُ الْإِنْسَانِ بِنَفْسِهِ»	۱. ارتباط با خود
۱. القای پیام صلح و آشتی به مخاطب ۲. تکریم و احترام به مخاطب ۳. جلب اعتماد مخاطب ۴. ایجاد مهر، محبت و صمیمیت در ارتباط	۱. آغاز کلام با لفظ سلام «يَا عَبْدَ الْعَظِيمِ أُبْلِغْ عَنِّي أَوْلِيَانِي السَّلَام»	۲. ارتباط با دیگران:
۱. ایجاد و تقویت بازخوردهای مثبت در ارتباط ۲. تأثیرگذاری در کلام و تقویت جذابیت‌های گفتاری ۳. پرورش صمیمیت اجتماعی ۴. تقویت عزت نفس و رشد شخصیتی	۲. رعایت ادب در کلام «خَيْرُكُمْ مَنْ أَعْلَبَ الْكَلَامَ...»	الف. ارتباط کلامی

<p>۱. تأمین آرامش، اعتماد و اطمینان در ارتباط</p> <p>۲. تداوم دوستی و صمیمیت</p> <p>۳. راستگویی در گفتار</p> <p>۴. امنیت در محیط ارتباطی</p> <p>۱. ایجاد نشاط در ارتباط</p> <p>۲. تقویت انس و هم‌گرایی اجتماعی</p> <p>۳. ایجاد محبوبیت</p> <p>۴. تقویت جذابیت فردی</p> <p>۱. ایجاد حالت عاطفی با مخاطب</p> <p>۲. ایجاد حس ارزشمندی به مخاطب</p> <p>۳. جلب محبت و دوستی در ارتباط</p> <p>۴. آگاهی از احوالات درونی طرف مقابل</p> <p>۱. ایجاد احترام و محبت بین طرفین</p> <p>۲. تحلیل و ارزیابی شخصیت شخص متکلم</p> <p>۳. تقویت ادب رفتاری و اجتماعی</p>	<p>۳. صداقت</p> <p>«مُرَّهُمْ بِالصِّدْقِ فِي الْخَدِيثِ...»</p> <p>۱. آراستگی ظاهری</p> <p>«مَنْ أَحْلَقَ الْأَنْبِيَاءَ: التَّطَيُّبُ»</p> <p>۲. برقراری ارتباط چشمی</p> <p>«إِنَّا لَنَعْرِفُ الرَّجُلَ إِذَا رَأَيْنَاهُ بِحَقِيقَةِ الْإِيمَانِ وَبِحَقِيقَةِ النَّفَاقِ»</p> <p>۳. گوش دادن فعال</p> <p>«مِنَ الْمَرْوَةِ أَنْ يَنْصِتَ الْأَخَ لِأَخِيهِ إِذَا حَدَّثَهُ...»</p>	<p>ب. ارتباط غیرکلامی</p>
<p>۱. ایجاد نشاط و امید در ارتباطات</p> <p>۲. تقویت آرامش روانی</p> <p>۳- تقویت مهارت‌های ارتباطی</p> <p>۱. جلب محبت</p> <p>۲. بهبود فرآیند ارتباطی</p> <p>۳. انتقال انرژی مثبت به مخاطب</p>	<p>۱. مثبت‌اندیشی</p> <p>«إِنَّ حُسْنَ ظَنِّ مِنَ الْعِبَادَةِ»</p> <p>۲. گشاده‌رویی</p> <p>«أَصْحَبِ... الْعَامَّةَ بِالْبِشْرِ»</p>	<p>۳. اصلاح تصاویر ذهنی</p>
<p>۱. تحکیم پایه‌های دوستی</p> <p>۲. تحکیم ساختارهای معرفتی، فکری و فرهنگی</p> <p>۳. استقرار و انسجام رابطه‌های اجتماعی</p> <p>۴. جهت‌دهی ذهن مخاطب در راستای تأثیرگذاری</p>	<p>۱. استمرار</p> <p>«وَسَاعَةٌ لِأَمْرِ الْمَعِاشِ وَسَاعَةٌ لِمُعَاشَرَةِ الْإِخْوَانِ النَّقَاتِ وَالَّذِينَ يُعْرِفُونَكُمْ غُيُوبَكُمْ وَيَخْلُصُونَ لَكُمْ فِي الْبَاطِنِ»</p>	<p>۴. تداوم اثر</p>

منابع و مآخذ

- قرآن کریم.
- آذربایجان، مسعود؛ کاویانی، محمد؛ سالاری فر، محمد رضا؛ تیبک، محمد تقی؛ موسوی اصل، سید مهدی؛ خدا پناهی، محمد کریم؛ غروی، سید محمد؛ عباسی، اکبر. (۱۳۸۲). *روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*. تهران: پژوهشکده حوزه و دانشگاه و انتشارات سمت.
- ابن بابویه، محمد بن علی. (۱۴۰۲ق). *مصادقه الاخوان*. محقق: سید علی الخراسانی الکاظمی. الکاظمیه: مکتبه الزمان العامه.
- _____ (۱۳۷۸). *عیون اخبار الرضا علیه السلام*. تحقیق: سید مهدی حسینی لاجوردی، ج ۲ و ۱. تهران: انتشارات جهان.
- _____ (۱۳۷۶). *الامالی*. چاپ ششم. تهران: کتابچی.
- ابن منظور، محمد بن مکرّم. (۱۴۱۴ق). *لسان العرب*. چاپ سوم. بیروت: دار صادر.
- ابوالقاسمی، شهنام. (۱۳۸۹). «تأثیر شعائر دینی بر بهداشت روانی جوانان». *اسلام و پژوهش‌های تربیتی*. سال دوم. شماره اول. صص: ۶۷-۶۹.
- اسلامی، عبدالله. (۱۳۸۷). *تعریف مثبت اندیشی*. تهران: دلتای مثبت.
- اکونور، ژوزف و سیمور، جان. (۱۳۷۵). *روان‌شناسی جدید شخصیت موفق*. ترجمه: مهدی قراچه داغی. تهران: البرز.
- امین زاده، محمد رضا. (۱۳۷۶). *اخلاق کارگزاران*. چاپ دوم. قم: انتشارات در راه حق.
- اونسون، بادن. (۱۳۸۵). *مهارت‌های مذاکره*. ترجمه محمد ابراهیم گوهریان. تهران: امیر کبیر.
- برکو، ری ام، آندرو دی، ولوین، ولوین دارلین آر. (۱۳۸۶). *مدیریت ارتباطات*. ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- برن، گیلیان. (۱۳۸۷). *برنامه‌ریزی عصبی کلامی*. ترجمه: علی دنیا دیده. تهران: اندیشه آریا.
- بولتون، رابرت. (۱۳۸۸). *روان‌شناسی روابط انسانی*. ترجمه: حمید رضا سهرابی. چاپ پنجم. تهران: انتشارات رشد.
- پاینده، ابوالقاسم. (۱۳۸۲). *نهج الفصاحه*. چاپ چهارم. تهران: انتشارات دنیای دانش.
- پیل، وینسنت نورمن. (۱۳۸۸). *نتایج شگفت‌انگیز تفکر مثبت*. ترجمه امیر بهنام. تهران: نسل تواندیش.
- جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۸۵). *ادب فنای مقرران*. قم: اسراء.
- _____ (۱۳۸۲). *قرآن حکیم از منظر امام رضا علیه السلام*. ترجمه زینب کرملانی. چاپ دوم. قم: انتشارات اسراء.
- جواهری، یدالله. (۱۳۹۷). «متامدل در برنامه‌ریزی عصبی - زیانی (ان ال بی): شیوه‌ای برای تحلیل سریع گفتمان در مذاکره، مناظره و مشاوره». *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه کردستان.
- حائری تهرانی، مهدی. (۱۳۷۸). *شخصیت انسان از منظر قرآن و عترت*. قم: انتشارات بنیاد فرهنگی امام مهدی علیه السلام.
- حر عاملی، محمد بن حسن. (۱۴۰۹ق). *وسائل الشیعه*. محقق: سید محمد رضا الحسینی الجلالی. قم: مؤسسه آل البيت علیه السلام.
- حق‌شناس، علی محمد؛ ساعی، حسین؛ انتخابی، نرگس. (۱۳۸۱). *فرهنگ معاصر انگلیسی-فارسی*. چاپ سوم. تهران: نشر فرهنگ معاصر.
- خالقی ثمرین، عادل؛ شیخ‌پور محمد، محمود. (۱۳۸۷). *شیوه‌های ارتباط مؤثر با فرزندان، مخاطبین و مراجعین*. تهران: تندیس علم.
- دهخدا، علی اکبر. (۱۳۴۱). *لغت‌نامه دهخدا*. تهران: چاپ سیروس.

- دیلمی، حسن بن ابی الحسن. (۱۴۱۲ق). ارشادالقلوب. قم: رضی.
- دیمیک، سالی. (۱۳۸۴). ارتباط موفقیت آمیز با NLP. ترجمه: علی اسماعیلی. تهران: شباهنگ.
- دیوانی، فریده. (۱۳۹۰). «بررسی ادبی گفتمان در قرآن کریم». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده الهیات و معارف اسلامی اهواز.
- ردی، رومیلا و برتون، کیت. (۱۳۹۳). برنامه ریزی عصبی کلامی NLP. ترجمه: فرشید قهرمانی. تهران: انتشارات آوند دانش.
- رضایی، ایرج. (۱۳۹۳). «نقش رفتارهای غیرکلامی در ارتباطات انسانی از منظر آیات و روایات». مجله بصیرت و تربیت اسلامی. دوره ۱۱. شماره ۳۱. صص: ۶۷-۷۲.
- رضائیان، علی. (۱۳۷۱). «برنامه ریزی ارتباطات با خود و دیگران». مجله دانش مدیریت. ش ۱۹. صص: ۶۷-۷۵.
- رفیع، مسعود. (۱۳۹۶). «بررسی کاربردهای مدل ارتباطی ان ال بی در جهت تقویت نگرش مذهبی». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صدا و سیما قم.
- _____ (۱۳۹۶). «الگوی ارتباطی قرآنی با توجه به گزاره های الگوی ارتباطی «ان. ال. بی»». مجله معرفت. سال ۲۶. شماره ۲۳۸. صص: ۶۱-۶۹.
- ریچموند، ویرجینیایی. (۱۳۸۷). رفتار غیرکلامی در روابط میان فردی. ترجمه: فاطمه سادات موسوی وژیلا عبدالله پور. تهران: دانژه.
- ساغر وانیان، جلیل. (۱۳۶۹). فرهنگ اصطلاحات زبان شناسی موضوعی-توصیفی. مشهد: انتشارات نما.
- صحیفه الرضا (علیه السلام). (۱۴۰۶ق). محقق / مصحح: محمد مهدی نجف. مشهد: کنگره جهانی امام رضا (علیه السلام).
- طباطبایی، محمد حسین. (۱۴۱۷ق). المیزان فی تفسیر القرآن. قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- طبرسی، رضی الدین ابونصر الحسن بن الفضل. (۱۳۹۲ق). مکارم الاخلاق. تعلیق: محمد حسین اعلمی. چاپ ششم. بیروت: منشورات مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
- عطاردی قوچانی، عزیزالله. (۱۳۸۸). اخبار و آثار امام رضا (علیه السلام). مشهد: انتشارات عطارد.
- _____ (۱۴۰۴ق). مسند الامام الرضا (علیه السلام). مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- فتحعلی خانی، محمد. (۱۳۸۶). آموزه های بنیادین علم اخلاق. تهران: انتشارات باشگاه اندیشه.
- فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۸۷). ارتباطات انسانی ۱. چاپ چهاردهم. تهران: رسا.
- _____ (۱۳۸۶). ارتباطات انسانی ۲. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- _____ (۱۳۷۵). ارتباطات غیرکلامی، هنر استفاده از حرکات و آواها، میبید: دانشگاه آزاد اسلامی.
- فعالی، محمد تقی. (۱۳۹۴). سبک زندگی رضوی (۱) - روابط میان فردی. مشهد: انتشارات بنیاد بین المللی فرهنگی هنری امام رضا (علیه السلام).
- الفقه الرضا (علیه السلام). (۱۴۰۶ق). محقق: مؤسسه آل البيت. مشهد: کنگره جهانی امام رضا (علیه السلام).
- قزوینی، سید محمد حسینی. (۱۳۸۷). موسوعه الامام الرضا (علیه السلام). قم: ولی عصر (علیه السلام) للدراسات الاسلامیه.
- قضای، محمد بن سلامه. (۱۳۹۳). شهاب الاخبار. ترجمه: حمید فرخیان. بی نا: مؤسسه فرهنگی دارالحديث.
- قلی زاده، احمد. (۱۳۷۹). واژه شناسی اصطلاحات اصول فقه. تهران: بنیاد پژوهش های علمی فرهنگی نور الاصفیاء.
- کریس، کول. (۱۳۸۳). موفقیت در ارتباط. ترجمه: وجیهه ابراهیمی. اصفهان: طرح جامع پارسیان.
- کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی (ط-اسلامیه). محقق / مصحح: علی اکبر غفاری و محمد آخوندی. تهران: دارالکتب الاسلامیه.

- _____ (۱۴۲۶ق). *فروع الکافی*. بیروت: للمطبوعات.
- گابور، دون. (۱۳۸۹). *مهارت‌های گفتگو*. ترجمه: مهدی قراچه داغی. چاپ هفتم. تهران: بیک بهار.
- _____ (۱۳۷۰). *روان‌شناسی دوستی*. ترجمه: محمد علی فرجاد. تهران: الهام.
- گرانپایه، بهروز. (۱۳۷۷). *فرهنگ و جامعه*. تهران: انتشارات شریف.
- گیل، دیوید؛ آمز، بریجت. (۱۳۸۴). *الفبای ارتباطات*. ترجمه: رامین، کریمیان و دیگران. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مجلسی، محمد باقر. (۱۴۰۳ق). *بحار الانوار*. چاپ دوم. بیروت: دارأحیاء التراث العربی.
- محدثی، جواد. (۱۳۹۰). *اخلاق معاشرت*. چاپ سی و یکم. قم: انتشارات بوستان کتاب.
- محسنی، منوچهر. (۱۳۸۳). *مقدمات جامعه‌شناسی*. چاپ بیستم. تهران: دوران.
- محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۶۹). *ارتباط‌شناسی*. تهران: انتشارات سروش.
- محمدی اشتهاردی، محمد. (۱۳۸۶). *سوگنامه آل محمد*. چاپ بیست و دوم. قم: انتشارات ناصر.
- مرادی، نفیسه. (۱۳۹۲). «مدل لباس و آرایش در سبک زندگی اسلامی». مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی فرهنگ و اندیشه دینی. بوشهر: مؤسسه سفیران فرهنگی مبین.
- مصطفوی، حسن. (۱۳۶۸). *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۸۸). *مجموعه آثار*. تهران: انتشارات صدرا.
- معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۷۱). *وسایل ارتباط جمعی*. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- معدلی، کوروش. (۱۳۹۳). *ان. ال. بی عملی*. تهران: مؤسسه انتشاراتی مرز فکر.
- معین، محمد. (۱۳۸۸). *فرهنگ فارسی معین*. چاپ بیست و پنجم. تهران: امیرکبیر.
- مقدس‌نیا، محمد؛ محمدی، محمد مهدی. (۱۳۸۷). *آداب معاشرت*. چاپ پنجم. قم: انتشارات زمزم هدایت.
- مکارم‌شیرازی، ناصر و دیگران. (۱۳۶۳). *تفسیر نمونه*. قم: انتشارات دارالکتب الاسلامیه قم.
- نوری، حسین بن محمد تقی. (۱۴۰۸ق). *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*. قم: آل‌البتیة.

منابع لاتین

- Carlsson, u, Tayie, Samy; Jacquinet-Delaunay, Genevieve & Tornero, Jose Manuel Perez (Eds). (2008), *Empowerment through Education: An Intercultural Dialogue*, Sweden: Goteborg University.
- Bandler, R. & Grindler, J. (1975). *The structure of magic I*. Palo Alto, CA: Science and Books, Translated by Amirinia, M. in *Behavioral Emotion and Body Language book to Persian*, publisher: Arasteh.
- Heyes, C M (2010), *Where di mirror neurons com from? Neuroscience and behavioral reviews*.