

اصول و تکنیک‌های اخلاقی - روانشناختی در بهبود روابط دانشگاهیان

علی احمد پناهی*

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی راهبردهای اخلاقی و روان‌شناختی در تعاملات دانشگاهیان با تأکید بر ارسال پیام دینی و تأثیرگذاری اخلاقی و تربیتی است. این پرسش اساسی مطرح است که «راهبردهای تربیتی و روان‌شناختی در حوزه تعاملات اجتماعی به خصوص روابط دانشگاهیان چیست؟». روش پژوهش، توصیفی - تحلیلی است، به این منظور پس از شناسایی و استخراج مفاهیم و مستندات، از متون دینی و روان‌شناسی، به تحلیل محتوای آنها پرداخته و راهبردهای تربیتی و روان‌شناختی مستفاد بیان گردید. نتایج نشان داد که شاخص‌ترین راهبردهای تربیتی و روان‌شناختی که می‌تواند در تعاملات اجتماعی و فرهنگی - علمی حائز اهمیت بوده در ارسال موفقیت‌آمیز پیام نیز نقش داشته، در تحول اخلاقی و تربیتی نیز تأثیرگذار باشد عبارتند از: شناخت پیام و روش پیام‌رسانی، خودباوری و عزت نفس، آشنایی با نیازها، برقراری رابطه کلامی و غیرکلامی سنجیده، بهره‌گیری از یادگیری مشاهده‌ای و الگویی، توجه به تفاوت‌های فردی و ظرفیت‌های شناختی، ملاحظه ویژگی‌های جنسیتی، سعه صدر و انتقادپذیری، آراستگی، خوشبویی و نظافت، پرهیز از سخن بدون بصیرت و آشنایی با تکنیک‌ها و قوانین ایجاد ارتباط و انتقال پیام.

واژگان کلیدی

تربیت، تحول اخلاقی، ارتباط اجتماعی، ظرفیت‌های روانی، روابط کلامی.

طرح مسئله

یکی از نیازهای انسان، زیست اجتماعی و عشق و علاقه به زندگی همراه با دوستی و انس با دیگران است. احساس نیاز به هم‌زیستی صمیمانه و همدلی و همراهی با دیگران، علاوه بر اینکه یکی از جلوه‌های زندگی اجتماعی به‌شمار می‌رود، ندایی برخاسته از اعماق وجود انسان است که او را به ایجاد ارتباط دوستانه و تماس با هم‌نوع فرامی‌خواند. هیچ انسانی با قطع پیوندهای دوستانه و بریدن از هم‌نوع و انزواگرایی، احساس آرامش نمی‌کند و به همان میزان که انسان از ارتباط دوستانه با دیگران احساس آسایش و راحتی می‌کند، از تنگناهای ناشی از فقدان زندگی جمعی و قطع رشته مودت و دوستی با دیگران رنجور و آشفته می‌گردد. (پناهی، ۱۳۸۷: ۱۸۲)

بسیاری از روان‌شناسان اجتماعی و شخصیت معتقدند میل به ارتباطات اجتماعی و زندگی جمعی، از ویژگی‌های زنان و مردان است و گرچه در میزان گرایش بین آنها تفاوت وجود دارد، اساس این میل و رغبت در هر دو مشترک است. مزلو در طبقه‌بندی تمایلات و نیازهای انسان، نیاز به عشق و ارتباط با دیگران را از نیازهای اساسی و عالی انسان می‌داند. (Jess, 2006: 324) به اعتقاد فروم، ارتباط با دیگران و صمیمیت به اندازه‌ای مهم و ضروری است که سلامت روان به آن بستگی دارد. (فروم، ۱۳۶۰: ۳۷) بی‌شاپ^۱ و اندر بیتزن^۲ در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که ارتباط صمیمی و دوستانه با دیگران، رابطه مثبتی با بسیاری از شاخص‌های سلامت روانی و «سازگاری اجتماعی» دارد. (سالاری‌فر و همکاران، ۱۳۷۹: ۱۱۴)

در میان اندیشمندان اسلامی و در متون دینی نیز به این بحث توجه اساسی شده است. گرچه درباره زندگی اجتماعی انسان دو نظر (انزواطلبی و مدنیّت) وجود دارد، (مطهری، ۱۳۸۷: ۱۵۱) نظر غالب و مشهور این است که انسان مدنی بالطبع است و حداقل این دیدگاه اجماعی است که معاشرت و ارتباط سازنده با دیگران و میل به زندگی اجتماعی، یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین نیازهای روحی و روانی آدمیان است؛ تا جایی که به عقیده بسیاری از فیلسوفان، آدمیان مدنی بالطبع‌اند؛ یعنی ذات و فطرت آدمی به‌گونه‌ای است که حتماً باید زندگی اجتماعی داشته باشد و در اجتماع زیست کند. انسان‌ها در معاشرت با دیگران می‌توانند خود را بهتر بشناسند، ویژگی‌ها و توانمندی‌ها و ناتوانی‌های خود را دریابند و به‌تصوری درست و واقع‌بینانه از خود دست پیدا کنند و از این‌رو در راستای اصلاح و تربیت خود و دیگران بکوشند.

حضرت علی علیه السلام درباره فواید ارتباط و دوستی می‌فرماید: رفیق را به این دلیل رفیق می‌نامند که انسان را به طرف صلاح و دین همراهی و راهبری می‌کند و در جهت کسب کمالات معنوی یاری

1. Bishop.
2. Inderbitzen.

می‌رساند. پس هر کس تو را به طرف صلاح دین یاری کند، او رفیق مهربان است.^۱ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۲۴) فردریکسون^۲ می‌گوید: ارتباط صمیمی و تعامل با دیگران، برای هر دو نفر آثار مثبتی دارد. ارتباط صمیمانه باعث تعامل بیشتر دو طرف، همچنین احساس راحتی و آزادی در بیان هیجان‌ها و حمایت عاطفی و اعتماد کردن به یکدیگر است. (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۲: ۲۷۴)

براساس جهان‌بینی اسلامی، هر فرد جامعه در برابر هموعان خود مسئول است و وظایفی به عهده دارد. قرآن کریم به این امر توجه کرده، می‌فرماید: «باید از میان شما، گروهی [مردم را] به سوی نیکی دعوت کنند و به [کار] پسندیده فرمان دهند و از [کار] ناپسند منع کنند. و تنها آنان رستگارانند».^۳ (آل عمران / ۱۰۴) غفلت از امور مسلمانان، بی‌توجهی به آسیب‌های جامعه و ترک امر به معروف و نهی از منکر باعث می‌شود آدمی در خودسازی و تربیت خویش نیز موفق نشود. (مانده / ۶۳؛ اعراف / ۸۶؛ هود / ۱۱۶) حال سؤال اساسی این است که در تعاملات اجتماعی - به‌خصوص در روابط علمی فرهنگی و اجتماعی دانشجویی - باید چگونه برخورد نماییم که هم آثار تربیتی و سازنده داشته باشد و هم ارتباط اجتماعی آنها جذاب و پایدار بماند. در این نوشتار سعی شده به این پرسش اساسی پاسخ داده شود و ابتدا اصول عام اخلاقی و سپس تکنیک‌های ارتباط کلامی و غیرکلامی تبیین شود.

الف) اصول عام ارتباطی

برای تعاملات اجتماعی سازنده با دیگران به‌خصوص در فضاها علمی - فرهنگی، نیازمند اصول و تکنیک‌هایی هستیم که روابط ما را تسهیل کند و تعاملات ما را منطقی، تأثیرگذار، اخلاقی و تربیتی نماید. در این قسمت به برخی از این اصول عام می‌پردازیم و در قسمت بعدی به برخی از تکنیک‌های ارتباطی اشاره می‌کنیم.

۱. شناخت پیام و روش پیام‌رسانی

پیام‌رسانی و تبلیغ^۴ به معنای رساندن پیام به دیگری به‌منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او (رهبر، ۱۳۷۱: ۸۰) نیازمند توانمندی ویژه‌ای است. هر فردی در زمینه‌ای که می‌خواهد سخن بگوید، باید بینا و آشنا به قواعد آن باشد تا شنوندگان براساس صلاحیت علمی و اطلاعاتی او گفته‌هایش را با

۱. فَمَنْ أَعَانَكَ عَلَىٰ صَلاَحِ دِينِكَ فَهُوَ الرَّفِيقُ الشَّقِيقُ.

2. Fredrickson.

۳. وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ.

۴. واژه‌هایی مثل Propagation, Propaganda, Advertisement, Mission از معادل‌های تبلیغ در لغت انگلیسی است که هر کدام معنای خاص خود را دارد. (کاویانی، ۱۳۸۷: ۱۰)

دقت بشنوند و باور نمایند. خداوند در قرآن کریم این مطلب را درباره پیشوای بزرگ اسلام و پیروان راستین او بازگو کرده و به وی فرموده است: [ای پیامبر!] بگو: «این راه من است که من و هر کس مرا پیروی می‌کند، با شناخت، [مردم را] به سوی خدا فرا می‌خوانیم؛ و خدا منزّه است و من از مشرکان نیستم.»^۱ (یوسف / ۱۰۸) در آیین مقدس اسلام، سخن گفتن از روی علم و بصیرت و لب فروبستن از ندانسته‌ها، یکی از حقوق خداوند بر بندگان است. قرآن کریم می‌فرماید: «از آنچه هیچ علمی بدان نداری، پیروی مکن؛ [چرا] که شنوایی و دیده و دل [سوزان]، همگی آنها از آن پرسیده می‌شوند.»^۲ (اسراء / ۳۶) زراره می‌گوید: از امام باقر پرسیدم حق خدا بر بندگان چیست؟ در پاسخ فرمود: «آنچه را می‌دانند، بگویند و در چیزی که نمی‌دانند، توقف نمایند.»^۳ (حر عاملی، ۱۴۰۹: ۲۷ / ۲۳) امام سجاد نیز فرموده است: «مجاز نیستی هر چه را می‌خواهی، بگویی؛ چراکه رسول گرامی اسلام فرموده است: مشمول رحمت الهی باد آن کس که سخن خوب بگوید و سود برد یا سکوت کند و سالم بماند.»^۴ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۷۱ / ۱۹۳) علاوه بر آگاهی از خطا و صواب بودن سخن، باید از روش و کیفیت بیان سخن نیز آگاهی داشت. علی علیه السلام فرموده است: «بپرهیز از اینکه در چیزی سخن بگویی که راه آن را نمی‌دانی و از حقیقتش آگاهی نداری؛ چه آنکه گفته‌ات بر درجه عقلت دلالت دارد و سخنانی را که می‌گویی، از معرفت و آگاهی‌ات خبر می‌دهد.»^۵ (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۲۱۰) آگاهی از روش ارتباط، باعث جلوگیری از خطا شده، اعتماد مخاطب را جلب می‌کند. رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «دین خداوند را کسی حفظ می‌کند که به تمام جوانب آن احاطه و آگاهی داشته باشد.»^۶ (همان: ۸۵)

سخنوری که بدون علم و آگاهی، مطلبی را در کرسی خطابه بیان کند و درباره آن سخن بگوید، با این عمل به ارزش کلام و شخصیت خود آسیب می‌رساند و خویشتن را با عوارض نامطلوب آن مواجه می‌سازد. یکی از نتایج زبان‌بار سخن گفتن بدون علم، تحقیر خود و کاستن از ارزش خویش است. علی علیه السلام فرموده: «سخن بگویند تا شناخته شوید؛ چه آدمی زیر پوشش زبان پنهان است و چون سخن بگوید، قدر و منزلتش روشن می‌گردد.»^۷ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۶۸ / ۲۹۱)

۱. قُلْ هُدًى سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي.

۲. وَ لَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا.

۳. عَنْ زُرَّارِ بْنِ أَعْيَنَ قَالَ: سَأَلْتُ أَبَا جَعْفَرٍ عليه السلام مَا حَقُّ اللَّهِ عَلَى الْعِبَادِ؟ قَالَ: أَنْ يَقُولُوا مَا يَعْلَمُونَ وَ يَقِفُوا عِنْدَ مَا لَا يَعْلَمُونَ.

۴. لَيْسَ لَكَ أَنْ تَتَكَلَّمَ بِمَا شِئْتَ لِأَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صلی الله علیه و آله قَالَ: رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا قَالَ خَيْرًا فَعَنَّمْنَا وَ صَمْتًا فَسَلِمَ.

۵. إِيَّاكَ وَ الْكَلَامَ فِيمَا لَا تَعْرِفُ طَرِيقَتَهُ وَ لَا تَعْلَمُ حَقِيقَتَهُ فَإِنَّ قَوْلَكَ يَدُلُّ عَلَى عَقْلِكَ وَ عِبَارَتُكَ تُبَيِّنُ عَنْ مَعْرِفَتِكَ.

۶. إِنَّمَا الْمُسْتَحْفَظُونَ لَدَيْنَ اللَّهِ هُمُ الَّذِينَ أَقَامُوا الدِّينَ وَ نَصَرُوهُ وَ حَاطُوهُ مِنْ جَمِيعِ جَوَانِبِهِ.

۷. تَكَلَّمُوا تُعْرِفُوا فَإِنَّ الْمَرْءَ مَحْبُوءٌ تَحْتَ لِسَانِهِ.

یکی دیگر از عوارض سخن گفتن بدون علم، متهم شدن گوینده است. اگر خطیبی در مجلسی چند مطلب را بگوید و تمام مطالبش جز یکی از روی علم باشد، همان یک مطلب خلاف علم می‌تواند شنوندگان را در سایر مطلب وی مردد نماید و گوینده را در تمام سخنانش به بی‌علمی متهم سازد. به فرموده علی علیه السلام: «درباره چیزی که از آن علم و اطلاع نداری، سخن مگوی؛ زیرا باعث متهم شدن تو درباره چیزی که می‌دانی، می‌شود.»^۱ (لیثی واسطی، ۱۳۷۶: ۵۳۰)

۲. دریافت صحیح و تحلیل ضابطه‌مند

لازمه قضاوت درست و سنجیده، بهره‌مندی از اطلاعات صحیح و تحلیل دقیق است. بیشترین اطلاعات و داده‌ها از طریق قوه بصری و سمعی دریافت می‌شود و در پردازنده‌های ذهنی، تجزیه و تحلیل می‌شود. مشاهده، دریافت و تحلیل درست، نقش کلیدی در قضاوت نهایی خواهد داشت و هر فردی نیاز دارد که از آنچه در اطراف او می‌گذرد، باخبر باشد و اتفاقات را درست دریافت کند و به شیوه صحیح تحلیل نماید. در قضاوت اجتماعی نباید تحت تأثیر تعصبات قومی و فرهنگی و استقرای ناقص و حتی پیش‌داوری و جنگ روانی قرار گرفت؛ بلکه باید اطلاعات را دقیق دریافت کرد و استقرای تام داشت و در فضای روان‌شناختی و ذهنی بی‌طرفانه و عدالت‌محورانه قضاوت کرد.

اگر اطلاعات به طور دقیق دریافت نشود، در شناخت، خطا رخ خواهد داد و خطای شناختی نیز منجر به رفتار ناسنجیده و ناهنجار می‌شود. قرآن کریم می‌فرماید: «[همان] کسانی که تلاششان در زندگی دنیا گم شده؛ درحالی که آنان می‌پندارند که ایشان کار زیرکانه‌ای را نیکو انجام می‌دهند».^۲ (کهف / ۱۰۴ - ۱۰۳)

تحلیل نادرست و خطای شناختی نسبت به دیگران^۳ (نساء / ۹۴) باعث بی‌زاری و نفرت گشته، در نهایت ممکن است باعث کینه شود. کینه و نفرت نیز به بدگویی و غیبت می‌انجامد. سوءظن و منفی‌نگری، محصول^۴ (حجرات / ۱۲) تحلیل نادرست است و این تحلیل نادرست باعث رفتار و عملکردی نادرست خواهد شد. در تعاملات اجتماعی علاوه بر اینکه باید سنجیده سخن بگوییم، تحلیل‌ها و قضاوت‌ها نیز باید جامع‌نگرانه باشد و درباره ویژگی‌های افراد معدل‌گیری کنیم، نه اینکه یکی ویژگی یا خطا را متورم نماییم.

۱. لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ فَتَنَّهُمْ فِي إِخْبَارِكَ بِمَا تُكَلِّمُ.

۲. قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا * الَّذِينَ ضَلَّ سَعْيُهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ هُمْ يُحْسِبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا.

۳. وَ لَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْفَىٰ إِلَيْكُمْ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا.

۴. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ.

۳. اعتماد به ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها

اعتماد به ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و برخورداری از اعتماد به نفس^۱ و عزت نفس^۲، از موارد ضروری در تعاملات اجتماعی سازنده است. عزت نفس، میزان ارزشی است که ما برای خود قائل هستیم و اعتماد به نفس یعنی اینکه شخص احساس کند دارای توانایی و کفایت است. (اتکینسون،^۳ ۱۹۸۳: ۴۵۳) عزت نفس، ما را از انجام امور نامطلوب بازمی‌دارد و ماهیت بازدارندگی دارد؛ اما اعتماد به نفس، ما را به کارهای مطلوب، بزرگ، سنجیده و روبه‌رو شدن با مشکلات برمی‌انگیزاند و ماهیت ایجابی دارد. (استنهاوس، ۱۳۷۹) کسی که می‌خواهد در اساسی‌ترین مسائل زندگی افراد اثر بگذارد، در صورتی که تلاش او با تردید، یأس و ناامیدی و احساس ناتوانی همراه باشد، به شکست می‌انجامد. او باید از همان آغاز آنچنان روحیه‌ای استوار داشته باشد که فعالیت خود را در حد منطقی و برنامه‌ریزی شده، قرین موفقیت بداند.

از دیدگاه اسلامی، اعتماد به نفس نه تنها منافاتی با توکل ندارد، فرد موحد اعتماد به نفس را از ناحیه خداوند می‌داند و در سایه توکل و اعتماد به خداوند، آن‌را به دست می‌آورد؛ چراکه باور دارد که تمام علل و اسباب طبیعی و آثار آنها درگرو خواست خداوند است.^۴ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۹۲ / ۱۶۷؛ کلینی، ۱۴۰۷: ۵ / ۱۶۳)

۴. اصل تفاوت‌های فردی و جنسیتی

از آنجا که افراد از لحاظ بهره‌های هوشی، خلق‌وخو، توانمندی معرفتی، ویژگی‌های شخصیتی و ... با یکدیگر تفاوت دارند، باید نسبت به این تفاوت‌ها حساس باشند. (شعبانی، ۱۳۸۹: ۱۳۹) انسان‌ها در یک ویژگی عمده مشترکند: «هیچ‌یک همانند دیگری نیست و هر کس دارای خصوصیات درونی و بیرونی منحصر به فردی است». با توجه به اصل تفاوت‌های فردی، باید فعالیت اجتماعی و ارتباطی و تعاملات فرهنگی به مقتضای سطح ادراکی و عاطفی افراد و در چارچوب علایق و نیازهای حقیقی و ملاحظه توانایی‌ها و محدودیت‌های افراد صورت بگیرد. (احمدی، ۱۳۸۰) در آموزه‌های دینی ضمن توصیه و تأکید بر این نکته که باید متناسب با توانمندی افراد و ظرفیت‌های شناختی و ادراکی مخاطب سخن گفت،^۵ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۳ / ۲۲۱) مخاطبان به دسته‌های مختلفی تقسیم شده‌اند و کیفیت ارتباط با هر یک تبیین شده است. از یکی از معصومان علیهم‌السلام نقل شده که مردم چهار دسته‌اند: شخصی که می‌داند و می‌داند که می‌داند؛ این شخص عالم است، پس از او پیروی کنید؛ شخصی که می‌داند، ولی نمی‌داند که می‌داند.

1. Self confidence.
2. Self steam.
3. Atkinson. R.

۴. لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ * لَا مَوْثِرَ فِي الْوَجُودِ إِلَّا اللَّهُ.

۵. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: إِنَّمَا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ نُكَلِّمُ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ؛ كَلَّمَ النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ.

این شخص غافل است، پس بیدارش کنید؛ شخصی که نمی‌داند و می‌داند که نمی‌داند، پس او جاهل است و به او دانش بیاموزید؛ کسانی که نمی‌دانند و خیال می‌کنند که می‌دانند، این افراد گمراه هستند، پس آنان را راهنمایی کنید.^۱ (همان: ۱ / ۱۹۵)

همچنین به دلیل تفاوت شناختی (عقلی)، عاطفی، هوشی و ... که بین زن و مرد وجود دارد، در مراودات اجتماعی باید به این تفاوت‌ها توجه داشت. استاد جوادى آملی (۱۳۸۹: ۲۲۱) می‌گوید: اگر تفاوتی بین زن و مرد باشد، این تفاوت صرفاً در ناحیه عقل ابزاری (اجتماعی) است. آقای مصباح یزدی (۱۳۸۵: ۲۸۰) معتقد است زن در استعداد عقلی با مرد یکسان است؛ اما به دلیل آنکه زن از نظر طبیعی دارای عاطفه و احساسات بیشتری است، کارکرد عقلی او تا حدودی تضعیف می‌گردد. آیت الله مکارم شیرازی (۱۳۷۷: ۲ / ۲۸۷) و محمدحسین فضل‌الله (۱۴۲۱ ق) نیز نظری همانند آقای مصباح یزدی دارند. علامه طباطبایی (۱۳۷۴: ۲ / ۲۷۵؛ ۴ / ۳۴۳ و ۱۸ / ۱۴۱) معتقد است مرد دارای حیات تعقلی و زن دارای حیات احساسی است. آلوسی بغدادی (۱۳۷۵: ۴ / ۳۴) از مفسران اهل سنت و طبرسی (۱۴۰۸: ۳ / ۶۹) نویسنده نامدار شیعی و صاحب مجمع‌البیان نیز بر برتری مرد در رأی استوار و برتری عقلی تأکید دارند. استاد محمدتقی جعفری (۱۳۷۸: ۸۹) نیز بر وجود نقص در عقل نظری زن تأکید کرده‌اند.

زنان با مردان در عواطف و احساسات تفاوت‌های آشکاری دارند. عواطف زنانه سبب می‌شود که آنان بهتر و سریع‌تر بتوانند تغییرات احساسی و عاطفی دیگران را حس نمایند و آسان‌تر افکار و احساسات خود را با دیگران سازگار نمایند. (بارون، ۱۳۸۸: ۷۰ - ۶۴) در تحقیقی که در این زمینه انجام شده، مشخص گردید که زنان نیاز بیشتری به محبت و عواطف نشان می‌دهند و در ابراز محبت و عواطف نیز قوی‌تر از مردان هستند (رایس، ۱۳۸۷: ۲۱۴) دیگر پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که دوستی و صمیمیت برای دختران بیش از پسران اهمیت دارد (Blyth and Foster-clark, 1987) و این نشانه قوی بودن عواطف و احساسات در زنان است. جنس زن هیجانی‌تر از مرد است و کیفیت هیجان او نیز با مرد فرق می‌کند. (احدی و همکاران، ۱۳۶۸: ۴۵) نمایش عاطفه در زن قوی‌تر است و آنها به ابراز حالت عاطفی به‌شدت توجه دارند و نیازمند گفتگو هستند؛ چون زبان، یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال عواطف است. این مسئله به قدری مهم است که برخی گفته‌اند: زن فقط به گفتگو نیاز دارد و به نتیجه نمی‌اندیشد؛ درحالی که مرد توقع دارد گفتگو مشکلی را حل کند. (گری، ۱۳۸۱: ۲۴) گروسمن و وود^۲ (۱۹۹۳) بر این

۱. رُوِيَ عَنْ بَعْضِ الصَّادِقِينَ عليه السلام أَنَّ النَّاسَ أَرْبَعَةٌ رَجُلٌ يَعْلَمُ وَيَعْلَمُ أَنَّهُ يَعْلَمُ فَذَاكَ مُرْشِدٌ عَالِمٌ فَاتَّبِعُوهُ وَرَجُلٌ يَعْلَمُ وَلَا يَعْلَمُ أَنَّهُ يَعْلَمُ فَذَاكَ غَافِلٌ فَأَتَّبِعُوهُ وَرَجُلٌ لَا يَعْلَمُ وَيَعْلَمُ أَنَّهُ لَا يَعْلَمُ فَذَاكَ جَاهِلٌ فَعَلِّمُوهُ وَرَجُلٌ لَا يَعْلَمُ وَلَا يَعْلَمُ أَنَّهُ لَا يَعْلَمُ فَذَاكَ ضَالٌّ فَأَرشِدُوهُ.

2. Grossman & Wood.

باورند که به‌طور کلی بین زن و مرد در هیجان‌های مثبت و منفی فرقی نیست؛ اما شدت ابراز هیجان در آنها متفاوت است و در زنان قوت بیشتری دارد. (خسروی، ۱۳۸۲: ۱۷۲)

در آموزه‌های دینی نیز روایاتی دال بر عاطفی بودن زن وجود دارد. اندیشمندان اسلامی نیز با بهره‌گیری از آموزه‌های دینی بر این باورند که احساسات و عواطف در زنان قوی‌تر است. پیامبر گرامی اسلام ﷺ می‌فرماید: «چه خوب‌اند فرزندان دختر؛ اهل ملاحظت (عواطف)، کمک‌کننده و یاری‌دهنده، انس‌گیرنده، با خیر و برکت و اهل پاکیزگی».^۱ (حر عاملی، ۱۴۰۹: ۲۱ / ۳۶۲)

شاید یکی از علل آرامش‌گری زن (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۹۴) بروز و ظهور عواطف قوی در اوست که در قرآن کریم زن را عامل آرامش معرفی نموده است. (اعراف / ۱۸۹) حضرت علی علیه السلام به‌طور ضمنی به عاطفی بودن و ظرافت زن اشاره فرموده و افراد را از واگذاری مسئولیت سنگین و خشن به زنان برحذر داشته است.^۲ (کلینی، ۱۴۰۷: ۵ / ۵۱۰)

بیشتر تحقیقات، زن و مرد را در هوش کلی و عمومی شبیه هم تلقی کرده‌اند؛ اما در هوش اختصاصی بین مرد و زن، تفاوت‌هایی را بیان کرده‌اند (Matlin, 2008: 151) مردان در دریافت و شناخت مفاهیم انتزاعی و کلمات مجرد - مانند جوهر و عرض و روح - برترند؛ اما زنان در کاربرد واژگان، ادای کلمات و مهارت‌های خواندن و سخنوری موفق‌تر هستند. دختر بچه‌ها زودتر از پسرها زبان باز می‌کنند و لکنت زبان کمتری دارند. زن‌ها در آزمون کلامی و حافظه بصری - به‌ویژه در جزئی‌نگری و دقت - از مردان قوی‌ترند؛ اما مردان در آزمون غیر کلامی - به‌ویژه استعداد تجسم فضایی - قوی هستند. همچنین مردها در استعداد عددی بالاترند و دختران در حافظه لغات برتری دارند. (گنجی، ۱۳۷۰: ۳۳۶)

درباره نقش جنسیت در ارتباط کلامی و غیر کلامی نیز می‌توان گفت زنان از نظر درک دیگران و پیش‌بینی رفتار آنها به‌مراتب برتر از مردان هستند. آنها بهتر می‌توانند احساسات و واکنش‌های خود را از طریق بیانگرهای چهره‌ای، زبان بدن و دیگر قرینه‌های غیر کلامی انتقال دهند و بهتر قادرند پیام‌های غیر کلامی دیگران را رمزگشایی کنند؛ اما یک استثنای مهم بر این قاعده وجود دارد: زنان مزیت خود را وقتی به آنها دروغ گفته می‌شود، از دست می‌دهند. آنها بیشتر از مردان تمایل دارند پیام‌های فریبنده را درست بپندارند و کمتر از مردان در تشخیص پیام‌های نادرست موفق هستند. البته این موضوع نیز همیشه صادق نیست و کلیت ندارد. (بارون و همکاران: ۱۳۸۸)

۱. نَعَمَ الْوَالِدُ الْبَنَاتُ، مُلَطَّفَاتُ مُنْسَاتٍ مُجَهَّزَاتٍ مُبَارَكَاتٍ مُقْلِيَاتٍ.

۲. أَبِي عَبْدِ اللَّهِ عليه السلام قَالَ: فِي رِسَالَةِ أَمِيرِ الْمُؤْمِنِينَ عليه السلام إِلَى الْحَسَنِ عليه السلام: لَا تُمَلِّكِ الْمَرْءَةَ مِنَ الْأَمْرِ مَا يُجَاوِزُ نَفْسَهَا فَإِنَّ ذَلِكَ أُنْعَمٌ لِحَالِهَا وَ أَرْحَى لِبَالِهَا وَ أَدْوَمٌ لِحِمَالِهَا فَإِنَّ الْمَرْءَةَ رِيحَانَةٌ وَ لَيْسَتْ بِقَهْرْمَانَةٍ.

براساس تحقیقی که در آمریکا انجام گرفت، مشخص گردید که زنان در توانایی کلامی برتری دارند و مردان در مهارت‌های فضایی و ریاضی. (Maltin, 2008: 153) جان گری^۱ (۱۹۹۲) ادعا می‌کند که به نظر می‌رسد مردان و زنان از دو سیاره مختلف باشند که با زبانی متفاوت حرف می‌زنند. (Ibid: 179) برتری زنان در توانایی کلامی یکی از شاخص‌ترین تفاوت‌های جنسیتی است. (خسروی، ۱۳۸۲: ۵۰) زنان ترجیح می‌دانند با آنان به نرمی و با آرامش صحبت شود و از گفتگوی سریع لذت نمی‌برند. تحریک‌پذیری عاطفی و جنسی نیز در زنان متفاوت از مردان است. (حر عاملی، ۱۴۰۹: ۲۰ / ۱۱۹ - ۱۱۷؛ کرینگ^۲ و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۲۸)

لذا توجه به تفاوت‌های فردی و جنسیتی به‌عنوان یک اصل روان‌شناختی، باید به‌طور جدی در تعاملات دانشگاهیان مورد توجه قرار گیرد. این اصل (توجه به تفاوت جنسیتی) به‌دلیل فراوانی جمعیت دختران در مراکز دانشگاهی، اهمیتی مضاعف دارد.

۵. اصل تناسب زمانی و مکانی

اصل استفاده از مکان و زمان مناسب برای ارتباط، از اموری است که باید در مراودات اجتماعی بدان توجه کرد. برای نمونه باید توجه داشت که در منزل، مسجد، عروسی و عزا، با مخاطب جوان، کودک و غیره به شیوه خاص و با موضوعات خاص و مرتبط سخن گفت. نکته مهم‌تر اینکه بین محتوای سخن و مخاطب نیز باید تعلق‌پذیری و ارتباط وجود داشته باشد و مطالب برای مخاطب مورد نیاز باشد. باید به‌طور جدی از مطالب غیر قابل هضم و شبهه‌برانگیز اجتناب نمود و اهلیت و شایستگی مخاطب را در نظر داشت. در آموزه‌های دینی سفارش اکید شده که سخن حکیمانه را به اهلهش بازگو کنید^۳ (کلینی، ۱۴۰۷: ۸ / ۳۴۵) و در اختیار جاهل و نادان قرارش ندهید؛^۴ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۶۲ / ۷۰) زیرا ارزش سخن را ضایع می‌کند و اهلیت آن را ندارد.^۵ (پاینده، ۱۳۸۳: ۱۵۹)

1. John Gray.

2. Kryng.

۳. لَا تُحَدِّثُوا بِالْحِكْمَةِ غَيْرَ أَهْلِهَا فَتَجْهَلُوا وَ لَا تَمْنَعُوهَا أَهْلَهَا فَتَأْتُمُوا وَ لَيْكُنْ أَحَدُكُمْ بِمَنْزِلَةِ الطَّبِيبِ الْمُدَاوِي إِنْ رَأَى مَوْضِعاً لِدَوَائِهِ وَ إِلَّا أَمْسَكَ؛ حکمت را برای ناهل بازگو نکنید که مایه جهالت شما خواهد بود و آن را از اهلهش دریغ نکنید که گناه خواهید کرد؛ بلکه باید در هر جا به‌مانند طبیب بود و متناسب با بیماری مداوا نمود و هر جا شرایط مهیا نبود، از مداوا باز ایستاد.

۴. وَأَضِيعُ الْعِلْمُ فِي غَيْرِ أَهْلِهِ كَمُقَلَّدِ الْخَنَازِيرِ الْجَوْهَرِ وَاللُّؤْلُؤِ وَ الدَّرَّةِ؛ آن که علم را نزد ناهل می‌سپارد، مانند کسی است که جواهر، لؤلؤ و طلا را به گردن خوک‌ها آویخته است.

۵. قال رسول الله ﷺ: آفة العلم التسيان وإضاعته أن تُحدث به غير أهله؛ آفت علم نسیان است و ضایع کردن آن به این است که برای ناهل بازگویش کنی.

ب) تکنیک‌های ارتباطی شایسته

علاوه بر اصول عام ارتباطی که در تعاملات اجتماعی ضرورت دارد، تکنیک و شیوه‌هایی نیز وجود دارد که در بهبود ارتباط و تأثیرگذاری بهتر دخالت دارند. برخی از این تکنیک‌ها و شیوه‌ها عبارتند از:

۱. تکنیک‌های کلامی و غیر کلامی

بهره‌گیری از ارتباط کلامی^۱ و غیر کلامی^۲ از ابزارهای مهم در روابط اجتماعی است. در فرآیند ادراک اجتماعی و تعاملات اجتماعی غالباً نیازمندیم که از عواطف و احساسات دیگران اطلاع پیدا کنیم تا بهتر با آنها تعامل نماییم. برای کسب اطلاع از احساسات دیگران می‌توان مستقیماً از خود آنان در این باره پرسید؛ ولی این روش در همه‌جا امکان ندارد؛ زیرا برخی افراد تمایلی به فاش ساختن احساسات درونی خود ندارند. در ارتباط کلامی از گفتگو بهره گرفته می‌شود؛ ولی در روابط غیر کلامی می‌توان از حالات چهره، تماس چشمی، تن صدا، حرکات بدنی و تماس بدنی، کسب اطلاعات نمود و زمینه تعامل را ایجاد کرد. (Baron & Byrne, 1997) گرچه برخی از قبیل جان گری^۳ (۱۹۹۲) مردان و زنان را ظاهراً از دو سیاره مختلف می‌پندارند که با زبانی متفاوت حرف می‌زنند (Matlin, 2008: 179) مهم این است که روابط کلامی و غیر کلامی برای تعاملات روزانه ما مهم هستند. ارتباط کلامی نیکو،^۴ (نساء / ۵) بهره‌گیری از گفتار زیبا و دلنشین،^۵ (نساء / ۸۶) پرهیز از زخم زبان،^۶ (انعام / ۳۴) توصیه به گفتگوی محترمانه،^۷ (حرانی، ۱۴۰۴: ۳۲۳) مؤدبانه،^۸ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۴۵۷)، گفتگو با صدای ملایم،^۹ (لقمان / ۱۹) و دلنواز، صدا زدن همدیگر با زیباترین نام،^{۱۰} (کلینی، ۱۴۰۷: ۲ / ۶۴۳)، سپاس‌گزاری از

1. Verbal communication.
2. Nonverbal communication.
3. John Gray.

۴. وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا.

۵. وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا.

عَرَفْتُمْ أَنَّكُمْ لَيَحْزَنَنَّ الَّذِي يَقُولُونَ.

۷. ثَلَاثَةٌ يُسْتَدَلُّ بِهَا عَلَى إِصَابَةِ الرَّأْيِ * حُسْنُ اللَّقَاءِ وَ حُسْنُ الْاسْتِمَاعِ وَ حُسْنُ الْجَوَابِ.

۸. عَوْدٌ لِسَانَكَ حُسْنَ الْكَلَامِ تَأْمِنُ الْمَلَامِ.

۹. وَ اغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ؛ صدایت را بلند نکن و آرام گفتگو کن، به‌درستی که ناهنجارترین صدا، صدای الاغ است.

۱۰. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: ثَلَاثٌ يُصْفَيْنَ وَدَّ الْمَرْءُ لِأَخِيهِ الْمُسْلِمِ يَلْقَاهُ بِالْبِشْرِ إِذَا لَقِيَهُ وَ يُوَسِّعُ لَهُ فِي الْمَجْلِسِ إِذَا جَلَسَ إِلَيْهِ وَ يَدْعُوهُ بِأَحَبِّ الْأَسْمَاءِ إِلَيْهِ؛ سه چیز باعث دوستی بیشتر و خالص‌تر می‌گردد: خوش‌رویی در برخوردها، جا دادن در مجلس و به زیباترین نام، او را صدا زدن.

احسان‌کننده،^۱ (همان / ۹۴) پرهیز از تمسخر همدیگر،^۲ (حجرات / ۱۱) پرهیز از گفتگوی پنهانی،^۳ (کلینی، ۱۴۰۷: ۲ / ۶۶۰) و توصیه به پرهیز از کلمات رکیک و زشت،^۴ (مؤمنون / ۳) همگی از نمودهای روابط کلامی و در راستای ایجاد محبت و نشاط در جامعه و میان هموعان است. ارتباط کلامی زیبا باعث تحکیم روابط اجتماعی و باعث تقویت دوستی می‌گردد.^۵ (فصلت / ۳۴) همچنین کنش کلامی پسندیده، مانع از کینه و حسد شده، دل‌ها را به هم پیوند می‌زند و باعث آرامش می‌گردد. در قرآن کریم به ویژگی‌هایی دیگری همچون حقیقی و واقعی بودن،^۶ (نمل / ۲۲) دلپسند بودن،^۷ (حج / ۲۴) رسایی،^۸ (نساء / ۶۳) نرم بودن،^۹ (طه / ۴۴) بزرگوارانه بودن،^{۱۰} (اسراء / ۲۴) قابل پذیرش و عمل بودن^{۱۱} (همان: ۲۸) و تهی بودن از لغو و باطل^{۱۲} (حج / ۳۰؛ مؤمنون / ۳) تأکید شده است. در آموزه‌های دینی و تربیتی علاوه بر توصیه به روابط کلامی زیبا و محبت‌آمیز، روابط غیر کلامی نیز مهم تلقی شده است. تواضع و فروتنی،^{۱۳} (اسراء / ۲۵) گشاده‌رویی^{۱۴} (آل عمران / ۱۵۹) و رفتار مؤدبانه^{۱۵} (توبه / ۶۱) از

۱. قال الصادق علیه السلام: أشكر من أنعم عليک و أنعم علي من شكرک، فإِنَّه لا زوال للنعما إذا شُكرت و لا بقاء لما إذا كفرت؛ از کسی که به تو احسان می‌کند، سپاس‌گزاری کن و به کسی که از تو سپاس‌گزاری می‌نماید، احسان کن؛ زیرا شکر باعث پایداری نعمت و ناسپاسی باعث زوال نعمت می‌شود.
۲. لا یَسْخَرُ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ یَکُونُوا خَیْرًا مِنْهُمْ وَ لَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ؛ گروهی [از مردان]، گروهی [دیگر] را ریشخند نکنند، شاید [آنان] از اینها بهتر باشند؛ و زنانی، زنان [دیگر] را [ریشخند نکنند].
۳. عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ علیه السلام قَالَ: إِذَا كَانَ الْقَوْمُ ثَلَاثَةً فَلَا یَتَنَاجَىٰ مِنْهُمْ أَتَانًا دُونَ صَاحِبِهِمَا فَإِنَّ فِی ذَٰلِكَ مَا یَحْزَنُهُ وَ یُؤْذِيهِ؛ هرگاه سه نفر در جایی بودند، نباید دو نفر از آنها در گوش همدیگر صحبت کنند (نجوا کنند)؛ زیرا این باعث ناراحتی و اذیت دیگری می‌شود.
۴. وَالَّذِینَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ؛ و کسانی که آنان از [کار و سخن] بیهوده روی گردان‌اند.
۵. وَ لَا تَسْتَوِی الْحَسَنَةُ وَ لَا السَّیِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِی هِیَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِی بَیْنَکَ وَ بَیْنَهُ عَدَاوَةٌ کَأَنَّهُ وَلِیٌّ حَمِیمٌ.
۶. بِنَبَأٍ یَقِینَ.
۷. الطَّیِّبُ مِنَ الْقَوْلِ.
۸. قَوْلًا بَلِیغًا.
۹. قَوْلًا لَیِّنًا.
۱۰. قَوْلًا کَرِیْمًا.
۱۱. قَوْلًا مَیْسُورًا.
۱۲. وَ اجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّوْرِ * عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ.
۱۳. وَ اخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ.
۱۴. فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَ لَوْ کُنْتَ فَظًّا غَلِیظًا لَاقْتَضُوا مِنْ حَوْلِکَ.
۱۵. قُلْ أَذُنٌ خَیْرٌ لَّکُمْ یُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَ یُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِینَ.

مصداق روابط غیرکلامی مورد تأکید قرآن است. این نوع ارتباطات، عاملی در تقویت روابط دوستانه و نزدیکی دل‌ها و جذابیت روابط اجتماعی می‌گردد. ثمره تواضع، گشاده‌رویی و گفتار و رفتار مؤدبانه، دلدادگی، محبت^۱ (کلینی، ۱۴۰۷: ۲ / ۶۴۳) و افزایش دوستان^۲ (لیثی واسطی، ۱۳۷۶: ۹۹؛ دیلمی، ۱۴۰۸: ۲۷۳) است.^۳ چهره گشاده و روی باز، باعث جذب دل‌ها و فزونی محبت می‌شود،^۴ (کلینی، ۱۴۰۷: ۲ / ۱۰۷؛ تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۱۱۵ و ۳۲۷) شادی و نشاط می‌آورد و کینه را از دل‌ها می‌زداید. افزون بر موارد یادشده، تبسم و خنده در چهره در بهبود روابط نیز مؤثر است. (کلینی، ۱۴۰۷: ۲ / ۱۸۸) همچنین خوشرویی و گشاده‌رویی باعث جلب محبت مردم و نزدیکی به خداوند است و تشرویی و گرفتگی، مایه دشمنی و دوری از خداوند خواهد بود.^۵ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۷۵ / ۱۷۶)

برخلاف تواضع و خوشرویی که باعث دلدادگی و محبت است، استکبار و خودبرتربینی، باعث کدورت در روابط اجتماعی و باعث سقوط و کاهش منزلت می‌شود.^۶ (لقمان / ۱۸؛ ص / ۷۴) چه بسا گاهی انسان به سبب داشتن روحیه استکبار و برتری‌جویی، برخلاف یقین خودش اقدامی کند و این تعارض درون و بیرون، باعث تزلزل شخصیتی و اختلال روحی گردد.^۷ (نمل / ۱۴؛ قصص / ۴)

روان‌شناسان توصیه می‌کنند که افراد در تعاملات خود، بر خودشیفتگی غلبه کنند؛ زیرا این خصیصه از طرفی مانع رشد و بالندگی انسان می‌شود و از طرف دیگر، فرد خودشیفته، درباره دیگران و خواسته‌های دیگران نمی‌اندیشد و بهایی به دیگران نمی‌دهد و لذا نمی‌تواند تعامل خوبی داشته باشد. روان‌شناسان

۱. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: ثَلَاثُ بَصْفَيْنِ وَدَّ الْمَرْءُ لِأَخِيهِ الْمُسْلِمِ يَلْقَاهُ بِالْبَشْرِ إِذَا لَقِيَهُ... قَالَ عَلِيٌّ ﷺ: نَمْرَةٌ التَّوَّاعُجِ الْمَحَبَّةِ.
 ۲. قَالَ عَلِيٌّ ﷺ: إِيَّاكَ وَ مَا يُسْتَهْجَنُ مِنَ الْكَلَامِ فَإِنَّهُ يَجْبِسُ عَلَيْكَ اللَّئَامَ وَ يَنْفِرُ عَنْكَ الْكِرَامُ؛ از گفتار زشت برحذر باش که فرومایگان را به دور تو گرد آورد؛ اما بزرگواران را از اطراف تو می‌پراکند. رسول خدا ﷺ نیز فرمودند: إِيَّاكَ أَنْ ... تَتَكَلَّمَ فِي غَيْرِ أَدَبٍ.

۳. البته نامحرم و جنس مخالف، باید موازین اخلاقی را به‌ویژه در روابط عاطفی جدی گرفت.

۴. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: أَرْبَعٌ مَنْ كُنَّ فِيهِ وَكَانَ مِنْ قَرْنِهِ إِلَى قَدَمِهِ ذَنْبًا بَدَّلَ اللَّهُ حَسَنَاتِ الصَّدَقِ وَ الْحَيَاءِ وَ حُسْنَ الْخَلْقِ وَ الشُّكْرِ؛ هر کس دارای چهار ویژگی: راستگویی، حیا، خوش‌خلقی و سپاس‌گزاری باشد، خدا گناهانش را تبدیل به نیکی می‌کند، اگرچه از سر تا پا گناه باشد. قَالَ عَلِيٌّ ﷺ: الْمَوَدَّةُ تُعَاطِفُ الْقُلُوبَ فِي إِتْلَافِ الْأَرْوَاحِ؛ محبت و خوشرویی باعث پیوند دل‌ها شده، انسان‌ها را به همدیگر متمایل و علاقه‌مند می‌کند. قَالَ عَلِيٌّ ﷺ: نَمْرَةٌ التَّوَّاعُجِ الْمَحَبَّةِ؛ نتیجه تواضع، محبت و دوستی است. همچنین حضرت فرمودند: ثَلَاثَةٌ يُوجِبْنَ الْمَحَبَّةَ الدِّينِ وَ التَّوَّاعُجِ وَ السَّخَاءِ؛ (همان) سه چیز باعث محبت و دوستی است؛ دین‌داری، تواضع و بخشندگی و سخا.

۵. الْبَشْرُ الْحَسَنُ وَ طَلَّاقَةُ الْوَجْهِ مَكْسِبَةٌ لِلْمَحَبَّةِ وَ قُرْبَةٌ مِنَ اللَّهِ وَ عُبُوسُ الْوَجْهِ وَ سُوءُ الْبَشْرِ مَكْسِبَةٌ لِلْمَقْتِ وَ بُعْدٌ مِنَ اللَّهِ.

۶. وَ لَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَ لَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنْ اللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ.

۷. وَ جَحَدُوا بِهَا وَ اسْتَيْقَنَتْهَا أَنفُسُهُمْ ظُلْمًا وَ عُلُوًّا فَأَنْظِرْ كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُفْسِدِينَ؛ اِنْ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي الْأَرْضِ وَ جَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا يَسْتَضِعُّ طَائِفَةً مِنْهُمْ يُدِّعُ أَبْنَاءَهُمْ وَ يَسْتَحْيِي نِسَاءَهُمْ إِنَّهُ كَانَ مِنَ الْمُفْسِدِينَ.

همچنین ضمن اینکه اهمیت زیادی برای روابط کلامی و غیرکلامی قایل‌ند، بر همدلی و هم‌احساسی نیز در روابط تأکید دارند. (شولتس، ۱۳۶۲)

۲. بهره‌گیری از روش یادگیری مشاهده‌ای^۱

یکی از راهبردهای تأثیرگذار در مخاطب، بهره‌گیری از یادگیری مشاهده‌ای است. گوینده هر چقدر به گفته‌های خود ملتزم باشد، تأثیرگذاری بیشتری در دیگران خواهد داشت. در آموزه‌های دینی و روان‌شناختی بر این راهبرد تأکید شده است. قرآن کریم ضمن مذمت کسانی که شعارهایشان تهی از عمل است،^۲ (صف / ۳؛ بقره / ۴۴) افراد را به التزام عملی به نیکی و عمل صالح دعوت کرده است.^۳ (فصلت / ۳۳) در احادیث نیز علاوه بر اینکه توصیه شده تا مردم را با التزام عملی به نیکی‌ها دعوت نماییم،^۴ (کلینی، ۱۴۰۷: ۲ / ۷۸) به اولویت داشتن تربیت خویشان مأمور شده‌ایم.^۵ (هاشمی خویی، ۱۴۰۰: ۲۱ / ۱۰۷)

در روانشناسی یادگیری، یکی از شیوه‌های یادگیری و تأثیرگذاری در مخاطب، شیوه مشاهده‌ای^۶ و یادگیری اجتماعی^۷ است که آلبرت باندورا^۸ روان‌شناس معروف کانادایی آن را به تفصیل تحلیل کرده است. ایشان این روش را مهم‌ترین نوع یادگیری و تأثیرگذاری به‌ویژه در کودکان می‌داند. یادگیری مشاهده‌ای شامل چهار فرایند است: ۱. توجه، ۲. یادداری، ۳. بازآفرینی حرکتی، ۴. انگیزش. آنچه در بحث ارتباط اجتماعی حائز اهمیت است، توجه است؛ یعنی اینکه ما چه تدبیری داشته باشیم تا مردم به ما توجه کنند و به سخنان ما گوش دهند. اگر گوینده و مربی، ویژگی‌هایی از قبیل پایگاه اجتماعی بالا، موفقیت زیاد، تخصص سطح بالا، توجه به نیازهای عاطفی الگوگیرنده، تشویق و تکریم یادگیرنده، آراستگی و نظافت، اخلاق و کردار زیبا، جایگاه خانوادگی و اصالت خانوادگی، ادب و نزاکت و قربت سن را داشته باشد، باعث جذب و تأثیر بیشتر خواهد بود. (بنگرید به: شعاری‌نژاد، ۱۳۸۰؛ سیف، ۱۳۸۷)

1. Observational Learning.

۲. أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ؛ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ.

۳. وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا.

۴. قَالَ أَبُو عَبْدِ اللَّهِ عليه السلام: كُونُوا دُعَاةَ لِلنَّاسِ بِغَيْرِ أَلْسِنَتِكُمْ لِيُرَوْا مِنْكُمْ الْوَرَعَ وَالْاجْتِهَادَ وَالصَّلَاةَ وَالْخَيْرَ فَإِنَّ ذَلِكَ دَاعِيَةٌ.

۵. قال علي عليه السلام: من نصب نفسه للناس إماماً، فليبدأ [فعليه أن يبدأ] بتعليم نفسه قبل تعليم غيره، وليكن تأديبه بسيرته قبل تأديبه بلسانه، و معلم نفسه و مؤدبها أحق بالإجلال من معلم الناس و مؤدبهم.

6. Observational Learning.

7. Social Learning.

8. Albert Bandura.

۳. سعه صدر و انتقادپذیری

فردی که زمینه‌های ارتباطی گسترده‌تری دارد، نیاز بیشتری به وسعت نظر، هم‌فکری و دانستن نظر دیگران خواهد داشت. شنیدن و توجه کردن به انتقاد ضروری است. چه بسا ما انتقاد دیگران را نپذیریم یا از نظر عاطفی رنجیده خاطر شویم؛ اما به هر حال، اطلاع از نظرهای دیگران و پذیرفتن آرای صحیح، یک سرمایه باارزش است که نباید خود را از آن محروم کرد.

مربی دینی باید به مسائل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی که در جامعه جریان دارد، توجه داشته باشد. به‌طور طبیعی افرادی که با دیدگاه او مخالفاند، فضا را آشفته خواهند کرد و لذا مربی نباید از انتقاد دیگران هراس داشته باشد؛ بلکه باید از آن استقبال کند. ممکن است عده‌ای فضایی روانی بر جامعه حاکم کنند که مربی را هم تحت تأثیر قرار دهد و کنترل اوضاع را از دست او خارج کند. روان‌شناسان برای این‌گونه موقعیت‌ها نیز تجربه‌ها و توصیه‌هایی ارائه کرده‌اند، از جمله:

۱. در صورت لزوم، اوضاع را آرام کنید، خونسرد باشید و از تعارض ایجادشده در احساسات خود باخبر شوید.

۲. به نظر دیگران توجه کنید و به آنها بفهمانید که آنها را درک می‌کنید.

۳. هر فردی ممکن است اشتباه کند، اگر شما اشتباه کرده‌اید، عذرخواهی کنید.

۴. اگر سوء تفاهمی وجود دارد، آن را برطرف کنید.

۵. از موقعیت برنده یا بازنده بودن اجتناب کنید و سعی نمایید با یکدیگر راهی را پیدا کنید که برای

هر دو رضایت‌بخش‌تر باشد. (پت، ۱۳۷۶: ۱۱۵) در آموزه‌های دینی نیز یکی از ویژگی‌های مربیان و مصلحان، شرح صدر و آستانه تحمل بالا معرفی شده است.^۱ (طه / ۲۶ - ۲۵؛ شرح / ۱)؛ (منسوب به علی بن موسی الرضا علیه السلام، ۱۴۰۶: ۴۰۵)

۴. توجه به خوشبویی و نظافت

یک گوینده موفق باید آراستگی ظاهر را کاملاً حفظ کند؛ زیرا انسان‌ها به آراستگی ظاهری اهمیت زیادی می‌دهند و همه افراد ذاتاً زیبایی را دوست دارند. مردم وقتی ظاهر آراسته را می‌بینند، خودبه‌خود جذب می‌شوند. به شهادت تاریخ، یکی از عوامل مهم موفقیت رسول اکرم صلی الله علیه و آله در گسترش دین اسلام، تمیزی، خوشبویی و آراستگی ظاهر ایشان بوده است. آن بزرگوار هرگاه می‌خواست از خانه خارج شود، در آب - به جای آینه - نگاه می‌کرد. ایشان به نظافت لباس، بدن و دندان‌ها توجه زیادی داشتند و خوشبویی حضرت زبازند همه مردم بود. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «هزینه‌ای که پیامبر برای عطر می‌کرد، بیشتر از

۱. رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي؛ أَلَمْ نَشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ؛ اللَّهُمَّ لَا تُسَلِّطْ عَلَيَّ مَنْ لَا يَرْحَمُنِي اللَّهُمَّ أَصْلِحْنِي وَأَصْلِحْ شَأْنِي وَأَصْلِحْ فَسَادَ قَلْبِي اللَّهُمَّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَنَوِّرْ قَلْبِي وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي.

هزینه‌ای بود که برای غذا و طعام می‌کرد»^۱ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۱۶ / ۲۴۸) ویژگی‌های ظاهری قابل مشاهده براساس نوع عواطفی که برمی‌انگیزد و با توجه به تصورات قالبی می‌تواند در ما تأثیر مثبت یا منفی به وجود آورد. بررسی فینگلد نشان می‌دهد که همه افراد به زیبایی میل دارند و مردان بیشتر از زنان تحت تأثیر زیبایی قرار می‌گیرند. (به نقل از: آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۲) افراد زیبا عاطفه مثبت را برمی‌انگیزند و می‌دانیم که عاطفه، عامل بسیار مهمی در جاذبه است. یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد که افراد تمایل دارند مردان و زنان زیبا را بیش از کسانی که زیبا نیستند، موقر، جالب، اجتماعی، مستقل، متنفذ، مهیج، دوست‌داشتنی، سازش‌یافته، دارای مهارت اجتماعی و موفق بدانند. (دیون،^۲ ۱۹۸۷ به نقل از: آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۲) به طور کلی، چنان‌که روان‌شناسان اجتماعی بیش از دو دهه قبل کشف کرده‌اند، مردم تصور می‌کنند «آنچه زیبا است، خوب است». (دیون و دیگران، ۱۹۷۲ به نقل از: همکاران، ۱۳۸۲)

۵. توجه به جایگاه عواطف

ابعاد روان‌شناختی انسان را می‌توان به بُعد شناختی، رفتاری و عاطفی تقسیم کرد. بُعد عاطفی و هیجانی هم متأثر از بعد شناختی و رفتاری است و هم در آنها تأثیر دارد. به عبارت دیگر، بین این سه حوزه، تعامل و ارتباط جدی وجود دارند و مجموع اینها حالات روان‌شناختی انسان را تشکیل می‌دهند. چه بسا بخش عاطفی از هستی انسان، ملاک‌های حسابگرانه عقلی به‌ویژه عقل ابزاری را به کار نگیرد و به تقاضای عاطفه پاسخ گوید و حتی رفتاری انجام دهد که با محاسبات عقلی زیان‌آور انگاشته شود. یا چه بسا بتوان ادعا کرد که در مواردی انسانیت انسان در گرو همین گزینش عاطفی و گرایش عاطفی است. پیامبر گرامی اسلام می‌فرماید (ص): «دل‌های خود را به نرمی و مهربانی (عاطفه‌داری) عادت دهید».^۳ (مجلسی، ۱۴۰۳: ۷۰ / ۸۱)

به‌کارگیری احساسات مناسب در ارتباط میان افراد نقش اساسی دارد و ما باید نسبت به احساسات ارسال شده هشیار باشیم، آن را بشناسیم و پاسخ مناسب بدهیم. باید خشم دیگران، اندوه شدید، گریه اشکبار، شادی‌های کنترل‌نشده، ناامیدی و امیدواری دیگران را به رسمیت بشناسیم و به‌تناسب این عواطف و هیجانات با آنان رابطه برقرار کنیم. (پت، ۱۳۷۶: ۷۴) همواره رابطه عاطفی، زمینه‌ساز رابطه رفتاری و سپس فکری و شناختی می‌شود. اگر مخاطب احساس ارتباط عاطفی با گوینده نداشته باشد، توجهی به او نمی‌کند، سخن او را نمی‌شنود، نوشته‌اش را نمی‌خواند، نقاشی‌اش را تماشا نمی‌کند و ...

۱. کان رسول الله ﷺ: يُنْفِقُ عَلَى الطَّيِّبِ أَكْثَرَ مِمَّا يُنْفِقُ عَلَى الطَّعَامِ.

2. Dion, K.L.

۳. عَوَّدُوا قُلُوبَكُمْ الرِّقَّةَ.

اگر خروارها شناخت روی هم متراکم شود، اما عواطف به صورت صحیح شکل نگیرد، هیچ ارزشی ندارد. اگر شناخت به صورت صحیح شکل گرفت، دیگر برای عواطف به صورت مناسب با آن، حد و مرزی وجود ندارد. خوبی را باید تا هر جا که خوبی صدق می‌کند، دوست داشت از بدی باید تا جایی که بدی صدق می‌کند، متنفر بود، هر قدر این عواطف قوی‌تر باشد، انسان رشد یافته‌تر است. رابرت کوپر، برخلاف بسیاری از روان‌شناسان که هوش شناختی^۱ را باعث پیشرفت و تکامل و ارتقا دانسته‌اند، این دیدگاه را باطل شمرده و ثابت کرده است که این قلب انسان است که او را متحول می‌کند و باعث ارتقا و پیشرفت می‌شود. (پناهی، ۱۳۹۱)

۶. استفاده از روش سادگی

هرچه اعلان پیام، صریح‌تر و ساده‌تر و هدف آن مشخص‌تر باشد، درک آن ساده‌تر و از سوی جمع بیشتری از مخاطبان رمزگشایی خواهد شد. استفاده از عناصر تصویری پیچیده و غیر مرتبط و دنبال نمودن اهداف گوناگون، تفکیک هدف اصلی را با مشکل مواجه می‌نماید و پیام‌گیر را سردرگم می‌کند. چنین راهبردی برای برقراری ارتباط با مخاطبان بهره‌مند از سطح دانش پایین یا کودکان نیز مناسب به نظر می‌رسد. اگر کل پیام یا قسمتی از آن برای مخاطب نامفهوم باشد، ساختار روانی مخاطب به کل پیام، بی‌ربطی و بی‌زاری نشان می‌دهد. (سیف، ۱۳۶۸؛ گلاور، ۱۳۷۵)

۷. تکنیک بیان استعاره و اشاره غیرمستقیم

استفاده غیرمستقیم از نشانه‌ها و نمادها از دیگر راهبردهای ارتباط است. در این رویکرد، به صورت مستقیم به موضوع مورد تبلیغ اشاره نمی‌شود و این راز پذیرش آن از سوی مخاطبان است؛ چراکه انسان به دلیل ساختار دفاعی روانی، از پذیرش پیام‌های دستوری مستقیم خودداری نموده، در برابر چنین جریانی مقاومت می‌کند؛ لذا در این راهبرد سعی بر این است که پیام تا حد ممکن به صورت غیرمستقیم و با استفاده از فنون روان‌شناختی، بدون استعاره و به دور از رویکرد دستوری یا نصیحت‌گونه ساخته و پرداخته گردد و به مخاطبان عرضه شود. در این صورت است که شاهد حداکثر تأثیرگذاری بر مخاطبان خواهیم بود. وقتی دعوت به نیکی و ادب به طور غیرمستقیم انجام شود، مؤثرتر و مفیدتر است؛ یعنی بدون آنکه او بفهمد شما با او حرف می‌زنید، از کسی که فلان کار را کرده است، تعریف می‌کنید؛ کار او را توجیه و تشریح می‌کنید؛ می‌گویید فلان کس در فلان مورد چنین عمل کرده، این‌طور رفتار کرده و ... تا او بداند و بفهمد. این بهتر در او اثر می‌گذارد؛ همان‌طور که عمل هم به‌طور غیرمستقیم مؤثرتر است. (مطهری، ۱۳۸۷: ۱۳۲)

1. IQ (Intelligence Quotient).

نتیجه

ارتباط صحیح با هموعان، لازمه زندگی اجتماعی است و فرد فرد انسان‌ها در قبال همدیگر مسئول هستند. این موضوع در فضای دانشگاهی به دلیل اندیشه‌های مختلف و تفاوت‌های فرهنگی و جنسیتی و ... اهمیتی مضاعف دارد. موفق‌ترین فرد کسی است که در تعاملات اجتماعی بتواند در دیگران تأثیر مثبت و سازنده داشته باشد و به سوی اخلاق و دین‌داری رهنمون شود. در راستای تأثیرگذاری مثبت، راهبردهای متعددی وجود دارد. شناخت پیام و روش پیام‌رسانی، خودباوری و عزت نفس، آشنایی با نیازها، برقراری رابطه کلامی و غیرکلامی سنجیده، بهره‌گیری از یادگیری مشاهده‌ای و الگویی، توجه به تفاوت‌های فردی و ظرفیت‌های شناختی، ملاحظه ویژگی‌های جنسیتی، سعه صدر و انتقادپذیری، آراستگی، خوشبویی و نظافت، پرهیز از سخن بدون بصیرت، آشنایی با تکنیک‌ها و قوانین ایجاد ارتباط و انتقال پیام از جمله راهبردهایی است که می‌توان در تعاملات سازنده با دیگران از آنها بهره برد.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم، ترجمه ناصر مکارم شیرازی.
۲. آذربایجانی، مسعود و همکاران، ۱۳۸۲، روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۳. آلوسی بغدادی، محمد بن عبدالله، ۱۳۷۵، روح المعانی فی تفسیر القرآن العظیم، بیروت، دار الفکر.
۴. احدی، حسن و همکاران، ۱۳۶۸، روان‌شناسی رشد: مفاهیم بنیادی در روان‌شناسی کودک، تهران، بنیاد.
۵. احمدی، سید احمد، ۱۳۸۰، مبانی و اصول راهنمایی و مشاوره، تهران، سمت.
۶. استنهاوس، گلن، ۱۳۷۹، اعتماد به نفس، ترجمه ناهید آزادمنش، تهران، کتاب‌های دانه.
۷. بارون کوهن، سیمون، ۱۳۸۴، زن چیست؟ مرد کیست؟ تفاوت‌های اساسی زن و مرد، ترجمه گیسو ناصری، تهران، پل.
۸. بارون، ربرت و همکاران، ۱۳۸۸، روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه یوسف کریمی، تهران، روان.
۹. پاینده، ابوالقاسم، ۱۳۸۳، نهج الفصاحه، مجموعه کلمات قصار حضرت رسول ﷺ، تهران، دنیای دانش.
۱۰. پت، پتری، ۱۳۷۶، شیوه‌های برقراری ارتباط با کودکان و بزرگسالان، ترجمه جواد شافعی مقدم، تهران، ققنوس.
۱۱. پژوهشکده تحقیقات اسلامی، ۱۳۸۳، تبلیغ دین از منظر دین، قم، زمزم هدایت.
۱۲. پناهی، علی احمد، ۱۳۸۷، جوانی فصل شکفتن، قم، مؤسسه امام خمینی.

۱۳. _____، ۱۳۹۱، *روان‌شناسی و تبلیغات دینی*، قم، مؤسسه امام خمینی.
۱۴. پیرون، هانری، ۱۳۶۸، *تفاوت‌های فردی*، ترجمه محمدحسین سروری، تهران، علمی.
۱۵. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۳۶۶ *تصنیف غرر الحکم و درر الکلم*، قم، دفتر تبلیغات.
۱۶. _____، ۱۴۱۰ ق، *غرر الحکم و درر الکلم*، قم، دارالکتاب الإسلامی.
۱۷. جعفری، محمدتقی، ۱۳۷۸، *زن از دیدگاه امام علی*، ترجمه و تلخیص محمدرضا جوادی، تهران، فرهنگ اسلامی.
۱۸. جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۹، *زن در آینه جلال و جمال*، قم، اسراء.
۱۹. حر عاملی، محمد بن حسن، ۱۴۰۹ ق، *وسائل الشیعه*، قم، آل‌البیت.
۲۰. حرانی ابن شعبه، حسن بن علی، ۱۴۰۴ ق، *تحف العقول عن آل الرسول ﷺ*، قم، جامعه مدرسین.
۲۱. خدارحیمی، سیامک و همکاران، ۱۳۷۹، *روان‌شناسی زنان*، مشهد، حاتم.
۲۲. خسروی، زهره، ۱۳۸۲، *مبانی روان‌شناختی جنسیت*، تهران، سحاب.
۲۳. دنیسون، دل، ۱۳۸۴، *راهنمای تبلیغات*، ترجمه جلال کاکایی، تهران، مؤسسه فرهنگی هنری مانیار.
۲۴. دیلمی، حسن بن محمد، ۱۴۰۸ ق، *أعلام الدین فی صفات المؤمنین*، قم، آل‌البیت.
۲۵. رایس، ف، فلیپ ۱۳۸۷، *رشد انسان (روان‌شناسی رشد از تولد تا مرگ)*، ترجمه مهشید فروغان، تهران، ارجمند.
۲۶. رهبر، محمدتقی، ۱۳۷۱، *پژوهشی در تبلیغ*، تهران، سازمان تبلیغات.
۲۷. زیبایی‌نژاد، محمدرضا، ۱۳۸۸، *هویت و نقش‌های جنسیتی*، تهران، مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری.
۲۸. سالاری‌فر، محمدرضا و همکاران، ۱۳۷۹، *بهداشت روانی با نگرش به منابع اسلامی*، تهران، سمت.
۲۹. سیف، علی‌اکبر، ۱۳۶۸، *روان‌شناسی پرورشی*، تهران، آگاه.
۳۰. _____، ۱۳۸۷، *روان‌شناسی پرورشی نوین*، تهران، دوران.
۳۱. شجاعی، محمدصادق، ۱۳۸۳، *توکل به خدا، راهی به سوی حرمت و سلامت روان*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
۳۲. شعاری‌نژاد، علی‌اکبر، ۱۳۸۰، *نگاهی نو به روش‌شناسی آموختن ...*، تهران، چاپخش.
۳۳. شعبانی، حسن، ۱۳۸۹، *مهارت‌های آموزشی و پرورشی: روش‌ها و فنون تدریس*، تهران، سمت.

۳۴. شولتس، دوآن، ۱۳۶۲، *روان‌شناسی کمال، الگوهای شخصیت سالم*، ترجمه گیتی خوشدل، تهران، نشر نو.
۳۵. طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۷۴، *تفسیر المیزان*، ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، قم، جامعه مدرسین.
۳۶. طبرسی، فضل بن حسن، ۱۴۰۸ ق، *مجمع البیان لعلوم القرآن*، بیروت، دار المعرفه.
۳۷. علی بن حسین علیه السلام، ۱۳۷۶، *الصحيفة السجادية*، قم، دفتر نشر الهادی.
۳۸. علی بن موسی الرضا (منسوب به)، ۱۴۰۶ ق، *الفقه المنسوب إلى الإمام الرضا علیه السلام*، مشهد، آل‌البيت.
۳۹. فروم، اریک، ۱۳۶۰، *جامعه سالم*، ترجمه اکبر تبریزی، تهران، بهجت.
۴۰. فضل‌الله، محمدحسین، ۱۴۲۱ ق، *تأملات اسلامية حول المرأة*، بیروت، دار الملائک.
۴۱. کاویانی، محمد، ۱۳۸۷، *روان‌شناسی تبلیغات*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۴۲. کرینگ، آن.م. و همکاران، ۱۳۸۸، *آسیب‌شناسی روانی*، ترجمه حمید شمسی پور، تهران، ارجمند.
۴۳. کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ ق، *الکافی*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۴۴. گری، جان، ۱۳۸۱، *زن، مرد، ارتباط*، ترجمه مهدی قراچه داغی، مشهد، راهیان سبز.
۴۵. گلاور، جان، ۱۳۷۵، *روان‌شناسی تربیتی: اصول و کاربرد*، ترجمه علینقی خرازی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
۴۶. گنجی حمزه، ۱۳۷۰، *روان‌شناسی تفاوت‌های فردی*، تهران، بعثت.
۴۷. لیثی واسطی، علی بن محمد، ۱۳۷۶، *عیون الحکم و المواعظ*، قم، دار الحدیث.
۴۸. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ ق، *بحار الأنوار*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۴۹. مصباح یزدی، محمدتقی، ۱۳۸۵، *پرسش‌ها و پاسخ‌ها*، (ج ۵ - ۱)، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
۵۰. مطهری، مرتضی، ۱۳۸۷، *امر به معروف و نهی از منکر، گردآوری حسین جوادی‌نیا*، تهران، صدرا.
۵۱. مک لوهان، هرت مارشال، ۱۳۷۷، *برای درک رسانه*، ترجمه سعید آذری، تهران، انتشارات مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
۵۲. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران، ۱۳۷۷، *تفسیر نمونه*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۵۳. هاشمی خویی، میرزا حبیب‌الله، ۱۴۰۰ ق، *منهاج البراعة فی شرح نهج البلاغة*، تهران، مکتبه الإسلامیه.

۵۴. هرگنهان، بی. آر، ۱۳۷۱، *مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری*، ترجمه علی‌اکبر سیف، تهران، فرهنگ معاصر.
۵۵. ونگ، ویوس، ۱۳۸۶، *اصول فرم و طرح*، ترجمه آزاده پیدا بخت و نسترن لواسانی، تهران، انتشارات نی.

56. Atkinson R.L. et al, 1983, *Introduction to Psychology*, the edition New York, HBJ.
57. Baron, R. A., & Byrne, D, 1997; *Social Psychology*, 8th ed., Allyn and Bacon.
58. Blyth, D.A., & Foster-Clark, F.S., 1987, "Gender differences in perceived intimacy with different members of adolescents", *Social Networks*, Sex Roles, 17, 689-718.
59. Feist, Jess and G .J. Feist., 2006, *Theories of Personality*, Boston: McGraw-Hill
60. Matlin, Margaret W., 2008, *The Psychology of Women*, Belmont, CA: Wadsworth / Thomson Learning.

