

الگوی ارتباطی قرآنی

با توجه به گزاره‌های الگوی ارتباطی «ان. ال. پی»

nmasoodn20@gmail.com

مسعود رفیع / دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه صدا و سیما

پذیرش: ۱۳۹۶/۴/۲۳

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱۹

چکیده

«ان. ال. پی» الگوی جدیدی در علم ارتباطات است. پژوهشگران «ان. ال. پی» بر این باورند که اگر کسی در این جهان فضیلتی را کسب کرده که مطلوب دیگری است، او نیز می‌تواند همان فضیلت را به دست آورد، در صورتی که راضی به پرداخت هزینه، زمان و تلاش لازم برای آن باشد. هدف اصلی این پژوهش به دست آوردن الگوی ارتباطی قرآنی با توجه به شاخص‌های الگوی ارتباطی «ان. ال. پی» است. روش پژوهش در این تحقیق، تحلیل محتوا است، به این صورت که با توجه به مقوله‌های الگوهای ارتباطی «ان. ال. پی» از طریق قرآن کریم، الگوی ارتباطی قرآنی به دست می‌آید. نتیجه حاصل از این پژوهش به دست آمدن الگوی ارتباطی قرآنی شامل نحوه برقراری ارتباط کلامی و غیر کلامی (سیستم واکوگ و زبان بدن) و همچنین نحوه برخورد با دستگاه عصبی (نورون‌های آینه‌ای) با توجه به آموزه‌های قرآنی است.

کلیدواژه‌ها: «ان. ال. پی»، برنامه‌ریزی عصبی، ارتباطات قرآنی، الگوی ارتباطی. NLP.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

امروزه نقش و تأثیر ارتباطات بر کسی پوشیده نیست. ارتباط موفق بی‌شک رمز موفقیت همه انسان‌ها در شئون گوناگون زندگی تحصیلی، شغلی، مذهبی، زناشویی و آموزش و پرورش است. روان‌شناسان و سایر متخصصان علوم اجتماعی و ارتباطات تحقیقات گسترده و پیگیری در این زمینه انجام داده‌اند و نقش بارز ارتباط را هر روزه برجسته‌تر می‌سازند. در این میان، «ان‌ال‌پی» (Neuro-linguistic programming) به عنوان شاخه‌ای از علوم روان‌شناسی، زبان‌شناسی و عصب‌شناسی با تحقیقات و آزمایش‌های خود، فنون برقراری ارتباط مؤثر را در زمینه‌های گوناگون به ما آموزش می‌دهد.

«ان‌ال‌پی» الگوی جدیدی از علم ارتباطات است که به وسیله جان گریندر و ریچارد بندلر و دیگر همکاران آنها در سال‌های بعد از ۱۹۷۰ شروع به رشد کرد. این علم اکنون به طور گسترده در مدیریت، فروش، بازاریابی، درمان، آموزش و پرورش به کار گرفته می‌شود (دیمیک، ۱۳۸۴، ص ۱۵). تعاریف زیادی از این علم ارائه شده است. از جمله:

- دورمات در کتاب «ان‌ال‌پی» *درمانی ساده*، در این باره می‌گوید: «ان‌ال‌پی» در بسیاری از روش‌ها راهنمای ذهنی یا مغزی است (دورمات، ۱۳۸۶، ص ۱۲).

- سیمور در کتاب *روان‌شناسی جدید موفقیت درباره* «ان‌ال‌پی» بیان می‌کند: «ان‌ال‌پی» هنر و علم موفق شدن و به کمال رسیدن است (اکونور و سیمور، ۱۳۷۵، ص ۱۲).

- دیمیک درباره «ان‌ال‌پی» در کتاب *ارتباط موفق آمیز با* «ان‌ال‌پی» می‌نویسد: برنامه‌ریزی عصبی کلامی الگوی نسبتاً جدیدی در علم ارتباطات است (دیمیک، ۱۳۸۴، ص ۱۵).

- ریچارد بندلر از بنیان‌گذاران اصلی «ان‌ال‌پی» در جهان، در کتاب *ارتباط موفقیت آمیز با* «ان‌ال‌پی» می‌نویسد: «ان‌ال‌پی» نگرشی کنجکاوانه و غریب متشکل از چند تکنیک برای برقراری ارتباطی بهتر است (بندلر، ۱۳۸۴، ص ۲۰).

رمز موفقیت در «ان‌ال‌پی» الگوبرداری است. در این شیوه ارتباطی، با الگوبرداری از نمونه‌های موفق، سرعت و دقت رسیدن به هدف افزایش می‌یابد. الگوبرداری در «ان‌ال‌پی» همیشه از بهترین منبع صورت می‌گیرد. در این پژوهش، با توجه به شاخص‌های

الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» از جامع‌ترین و کامل‌ترین منبع بشریت، یعنی قرآن کریم استفاده شده است تا الگوی ارتباطی مؤثر با توجه به الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» ایجاد گردد.

در این پژوهش، ابتدا به وسیله روش اسنادی به تشریح گزاره‌های الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» می‌پردازیم، و در ادامه، برای رسیدن به الگوی کارآمد و جامع در حوزه علوم رفتاری، گزاره‌های «ان‌ال‌پی» را از طریق قرآن کریم تحلیل محتوا می‌کنیم.

تعریف مفاهیم

الف. «ان‌ال‌پی»

«NLP» از سه عامل تشکیل شده که عبارت است از: ۱. عصب (Neuro): این قسمت با مغز و سایر عملکردهای آن مرتبط است و شامل استفاده از حواس و تعبیر و تفسیر چیزهایی می‌شود که در اطراف شما قرار دارد. همچنین شامل فرایند عصب‌شناسی می‌شود که بر افکار، احساسات و رفتار شما تأثیر می‌گذارد (برن، ۱۳۸۷، ص ۴).

۲. زبانی - کلامی (Linguistic): این بخش به زبان و چگونگی استفاده از آن مرتبط است و شامل چگونگی استفاده از زبان در حین برقراری ارتباط با دیگران و نحوه تأثیرگذاری بر آنها می‌شود (دیمیک، ۱۳۸۴، ص ۴).

۳. برنامه‌ریزی (Programming): به الگوها و رفتاری مرتبط است که یاد می‌گیریم و تکرار می‌کنیم، و شامل افکار درونی و قالب‌های رفتاری می‌شود که به شما در ارزیابی شرایط، حل مشکلات و تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند (دیمیک، ۱۳۸۴، ص ۴).

الگوی ارتباطی «ان‌ال‌پی» شامل ارتباطات کلامی، ارتباط غیرکلامی (سیستم واگوگ و زبان بدن) می‌شود. همچنین در حوزه عصب‌شناسی، به بررسی نورون‌های آینه‌ای می‌پردازد (در ادامه، تعریف آنها خواهد آمد).

ب. ارتباط کلامی

زندگی اجتماعی مستلزم کسب توانایی‌ها و مهارت‌هایی است که بدون به‌کارگیری آنها، زندگی انسان مختل می‌شود؛ از جمله ارتباط‌های کلامی که فی‌نفسه اساس ارتباط را شکل می‌دهد.

می‌گذارد. در این میان، ارتباطات غیر کلامی می‌تواند به عنوان محور شناخت و ارزیابی پیام‌های کلامی، ذهن خواننده را درگیر و به خواندن ادامه متن ترغیب کند (محسنیان‌راد، ۱۳۸۰، ص ۱۵۸). ارتباط غیر کلامی در «ان.ال.پی» شامل «سیستم واکوگ» و «زبان بدن» است که در ادامه، شاخص‌های آن را بیان می‌کنیم:

د. سیستم واکوگ

قسمت دیگری از فنون مؤثر ارتباطی و تأگذاری بر دیگران، به کار بردن «سیستم واکوگ» است. «واکوگ» در «ان.ال.پی» به معنای دستگاه‌های ارتباطی بینایی، شنوایی، لامسه، بویایی و چشایی است (معدلی، ۱۳۹۳، ص ۱۰۲).

هر انسانی از پنج حس کلی (شنیدن، دیدن، بوئیدن، چشیدن و لمس کردن) برخوردار است. شما از این حواس برای ارتباط با دنیای اطراف خود استفاده می‌کنید. استفاده مداوم از این حواس می‌تواند در برقراری ارتباط صمیمی به شما کمک نماید. حواس به شما کمک می‌کند تا بتوانید پیرامون خود را بهتر شناخته، به آنالیز شرایطی بپردازید که برایتان رخ می‌دهد (برن، ۱۳۸۷، ص ۱۴).

ه. زبان بدن

در «ان.ال.پی» برای ایجاد یک ارتباط مؤثر، باید زبان بدن را به درستی بشناسیم و آن را به کار گیریم. متخصصان زبان بدن معتقدند: زبان بدن بیانگر واقعی احساسات شماست. ولی بزرگ‌ترین خطر از این برداشت این است که ما با دیدن یک نشانه به یک نتیجه برسیم. یک «ژست» به تنهایی معنای ویژه‌ای ندارد، برای اینکه مطمئن شویم که زبان بدن حاصل پیام ارتباطی خاصی است باید به وضعیت کلی بدن و همچنین شرایط آن توجه کنیم (دیمیک، ۱۳۸۴، ص ۵۵). در ادامه، عناصر تشکیل دهنده زبان بدن را بررسی می‌کنیم.

و. نورون آینه‌ای

پدیده «نورون‌های آینه‌ای» (Mirror neurons) نخستین بار به وسیله دانشمندان ایتالیایی در دانشگاه «پارما» کشف شد. آنها در یک کشف ناگهانی متوجه شدند نورون‌هایی که بعدها نام «نورون‌های آینه‌ای» به آنها داده شد، هم زمانی که یک میمون

فرستنده و گیرنده دو عامل صاحب شعور در فرایند ارتباط کلامی هستند که در قرآن، مسائل حقوقی، اخلاقی و عبادی هریک بیان شده است؛ از جمله کلامی که متکلم در فرایند ارتباط ادا می‌کند باید بر آیینی مبتنی با فطرت و مزاج خود و گیرندگان سازگار باشد؛ یا اینکه به قدر عقول گیرندگان، مفاهیم را عرضه کند. گیرندگان نیز موظف شده‌اند تا کلام‌ها را شناسایی کنند و بهترین آن را برگزینند. برای برقراری یک ارتباط کلامی مؤثر و کامل، نیازمند معیار عمل مناسب هستیم. برای اینکه در «ان.ال.پی» همیشه از بهترین منبع با توجه به هدف، محتوای صورت می‌گیرد، به همین منظور، در این پژوهش از آموزه‌های قرآنی، معیار عمل یک ارتباط کلامی مؤثر و کارآمد استخراج شده است.

ج. ارتباط غیر کلامی

در «ان.ال.پی» ارتباط غیر کلامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، به گونه‌ای که یک بیان قدیمی می‌گوید: «آنچه می‌گویید مهم نیست؛ اینکه چگونه می‌گویید مهم است». زبان بدن بیش از ۷۰ درصد پیام‌ها، و لحن صدا ۲۳ درصد پیام‌ها را انتقال می‌دهند. اگر این دو را با هم تحت عنوان «پیام‌های غیر کلامی» مطرح کنیم، نتیجه می‌گیریم که ۹۳ درصد پیام‌های ارتباطی از طریق پیام‌های غیر کلامی منتقل می‌شوند (دیمیک، ۱۳۸۴، ص ۵۴).

ارتباط‌های غیر کلامی شامل تمام جنبه‌های ارتباط بجز کلمات هستند (وود، ۱۳۷۹، ص ۲۸۴). بدون تردید، آن‌گونه که صاحب‌نظران بر آن اتفاق نظر دارند انسان‌ها از زبان گفت‌وگو برای تعاملات خود بهره می‌برند؛ اما نوع رفتار انسان‌ها نشان می‌دهد که آنها به نارسای زبان و بیان در انتقال اطلاعات اذعان دارند (فرگاس، ۱۳۷۳، ص ۱۷۱).

شولمن در کتابش، بحث ارتباط غیر کلامی را از یادآوری حرکات چارلی چاپلین در فیلم‌های به یادماندنی او آغاز می‌کند و می‌نویسد: در دوره فیلم‌های صامت، چالی چاپلین توانست با تماشاگرانش بدون کلام ارتباط برقرار کند. دست‌هایش، چهره‌اش، حرکات مضحکش، لباس‌هایش، همه پیام‌های او را منتقل می‌کردند (محسنیان‌راد، ۱۳۸۰، ص ۲۴۴).

متون نیز در دو بستر «کلام» و «رفتار» شکل می‌گیرند، و هر متنی شبکه درهم‌تنیده‌ای از روابط کلامی و غیر کلامی را به نمایش

یا علاقه مادر به فرزند که امری تعلیمی نیست، بلکه فطری و غریزی است. قرآن در آیه ۳۰ سوره روم به صراحت به اصل فطرت اشاره کرده است: «فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقِيمُ وَلَكِنْ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ»؛ پس حق گرایانه و بدون انحراف با همه وجودت به سوی این دین روی آور؛ سرشت خداوندی که مردم را بر آن سرشته است. برای آفرینش خدا هیچ تغییر و تبدیلی نیست. این است دین درست و استوار، ولی بیشتر مردم نمی‌دانند.

ب. نقش پایگاه اجتماعی در ارتباطات کلامی: در فرایند ارتباطی کلامی، شخصیت فرستنده یا گوینده هریک به صورت مجزا، نقش مؤثری در درک مخاطب از پیام ایفا می‌کند. اینکه گوینده از چه پایگاه و جایگاهی برخوردار است و نشان و خاستگاه اجتماعی او در چه حد و اندازه‌ای است، عامل مهمی در موفقیت فرایند ارتباطی است و بالعکس. در نظریات ارتباطی، هرچه گوینده از اعتبار بالاتری نزد مخاطب برخوردار باشد به همان میزان، تأثیر پیام نیز افزایش خواهد یافت (مک کوایل، ۱۳۸۴، ص ۵۶).

در آیات قرآن نیز به جایگاه فرستنده و درک مخاطب از پیام اشاره شده است. آیه ۶۳ سوره «اعراف» به موضوع جایگاه پیامبر در ابلاغ پیام آسمانی اشاره دارد. از این آیه، می‌توان نتیجه گرفت که پیامبر اکرم ص برای تأثیرگذاری پیام الهی، خود را از نظر جایگاه اجتماعی هم‌سطح مردم خود در نظر می‌گرفت: «أَوْعَجِبْتُمْ أَنْ جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِنْ رَبِّكُمْ عَلَى رَجُلٍ مِنْكُمْ لِيُنذِرَكُمْ وَلِتَتَّقُوا وَلَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ» (اعراف: ۶۳)؛ آیا تعجب کردید که بر مردی از خودتان، پندی از جانب پروردگارتان برای شما آمده است تا شما را بیم دهد و تا شما پرهیزگاری کنید و باشد که مشمول رحمت قرار گیرید.

ج. نقش ظرفیت درونی در ارتباطات کلامی: در فرایند برقراری ارتباط کلامی، فقط نحوه ارسال پیام عنصر اصلی نیست، بلکه ظرفیت وجودی گیرنده نیز در تأثیرپذیری پیام مهم است. بنابراین، می‌توان گفت: پیامبر اکرم ص با مخاطبانش به اندازه عقل‌هایشان سخن می‌گویند. بنابراین، با هر کسی که حرف می‌زند ظرفیت عقل و سطح فکرش را در نظر می‌گیرند و متناسب عقل و فکر و سن و فهمش با آنها ارتباط برقرار می‌کنند. آیه ۸۲ سوره «اسراء» به ظرفیت درونی گیرنده در دریافت پیام اشاره دارد: «وَنَزَّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا»؛ و ما از

خودش عملی را انجام می‌دهد (مثلاً، کشمشی را با انگشتانش برمی‌دارد) و هم زمانی که به طور منفعل شاهد انجام عمل مشابهی از سوی میمونی دیگر یا یک انسان است، شلیک می‌شوند. این نورون‌ها نشان می‌دهند که مغز یک حیوان چگونه رفتاری را که یک حیوان دیگر انجام می‌دهد، رمزگردانی می‌کند و بدین‌وسیله، انجام آن رفتار در همان لحظه یا بعدها آسان می‌شود. ابتدا پژوهشگران این نورون‌ها را در قسمت «کرتکس» (Cortex) پیش حرکتی میمون‌ها کشف کردند. اما تحقیقات حاکی از آن است که نظام مشابهی در مغز انسان وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش‌های گوناگون نشان می‌دهد جایگاه این نورون‌ها در مغز انسان با میمون همپوشی دارد (سیف و کیان ارثی، ۱۳۸۹، ص ۹۴).

«ان. ال. پی» از منظر قرآن کریم

در این قسمت، از طریق جامع‌ترین و بدون نقص‌ترین منبع بشریت، یعنی قرآن کریم، گزاره‌های الگوی ارتباطی «ان. ال. پی» تحلیل محتوا می‌شوند تا به الگوی کارآمد در زمینه علوم رفتاری دست یابیم:

۱. ارتباط کلامی

همان‌گونه که اشاره شد، پیش‌فرض «ان. ال. پی» آن است که از بهترین منبع با توجه به هدف الگوبرداری می‌کند. در این پژوهش، برای رسیدن به یک ارتباط کلامی کارآمد و جامع، از جامع‌ترین و بدون نقص‌ترین منبع بشریت، یعنی قرآن کریم، تحلیل محتوا صورت گرفته است تا به الگوی مناسب در برقراری ارتباط کلامی دست یابیم.

الف. اصل فطرت در ارتباطات کلامی: طبق تعریف «ارتباطات» از نظر دکتر محسنیان‌راد، پیام کلامی در صورتی می‌تواند تأثیرگذار باشد که در گیرنده، معنایی را مشابه آنچه مدنظر فرستنده بوده است، ایجاد کند؛ و این امر زمانی حاصل می‌شود که بر اساس اصولی مشترک بین فرستنده و گیرنده اتفاق بیفتد. اصل «فطرت» را می‌توان به‌مثابه یکی از مهم‌ترین مشترکات بین فرستنده و گیرنده پیام معرفی کرد. در حقیقت، تمام مخاطبان، به‌رغم تفاوت در محیط فرهنگی و زیستی و تنوع نیازی، در یک ویژگی با دیگر مخاطبان یکسانند. برای مثال، انسان‌ها به حق تمایل دارند و از باطل بیزارند،

پیام، برای متقاعد کردن پیام عرضه‌شده، تأثیر بیشتری بر مخاطبان گذاشته شود. تأثیر زمانی بیشتر می‌شود و کارایی تبلیغ هنگامی افزایش می‌یابد که بی‌آنکه پیام فراموش شود، برای یک پیام از چند شخصیت استفاده و در زمان‌های پیاپی به گوش مخاطبان رسانده شود. آیه ۱۴ سوره «یس» به موضوع تکرار و تعدد پیام در تأثیرگذاری ارتباط کلامی می‌پردازد: «إِذْ أَرْسَلْنَا إِلَيْهِمُ اثْنَيْنِ فَكَذَّبُوهُمَا فَعَزَّزْنَا بِثَالِثٍ فَقَالُوا إِنَّا إِلَيْكُمْ مُرْسَلُونَ». شرح آیه با توجه به تفسیر نور به قرار زیر است: آن‌گاه که دو نفر (از پیامبران خود) را به سوی آنان فرستادیم، پس تکذیبشان کردند، سپس با شخص سوم (آن دو را) تأیید کردیم، پس گفتند: همانا ما (از طرف خدا) به سوی شما فرستاده شده‌ایم (قرآنی، ۱۳۸۳، ج ۷، ص ۵۳۹). همان‌طور که از تفسیر آیه برداشت می‌شود تکرار پیام باعث مقبولیت بهتر آن نزد مخاطب می‌گردد.

۲. ارتباط غیرکلامی

در ارتباط با دیگران، نقش ارتباط غیرکلامی بیش از ارتباط کلامی است. به همین منظور، در الگوی ارتباطی «ان.ال.پی» تأکید زیادی بر ارتباط غیرکلامی شده است. دو عنصر اصلی، که «ان.ال.پی» و ارتباط غیرکلامی به آن اشاره می‌کند، نقش «زبان بدن» و «حواس» در برقراری ارتباط است. در برقراری یک ارتباط مؤثر، توجه به حواس پنج‌گانه و نحوه برخورد با آن نقش ویژه‌ای دارد که «ان.ال.پی» تحت عنوان «سیستم واکوگ» از آن یاد می‌کند. با توجه به عنوان پژوهش از آموزه‌های قرآنی محتواده در برقراری ارتباط غیرکلامی صورت گرفته است.

الف) سیستم واکوگ: یکی از رکن‌هایی که متکی به آن انسان می‌تواند یک ارتباط کامل ایجاد کند توجه به حواس و شناخت آنهاست. به همین منظور، «ان.ال.پی»، «سیستم واکوگ» را برای ایجاد ارتباط مؤثر با دیگران پیشنهاد می‌دهد. «واکوگ» در «ان.ال.پی»، به معنای دستگاه‌های ارتباطی بینایی، شنوایی، لامسه، بویایی و چشایی است (معدلی، ۱۳۹۳، ص ۱۰۲). در «ان.ال.پی»، تیزحسی از اهمیت بالایی برخوردار است. با شناخت درست حواس و نحوه استفاده از آن می‌توانیم به ارتباط مؤثر دست یابیم. در این پژوهش، سیستم واکوگ از آموزه‌های قرآنی محتواده شده است.

۱. ارتباط‌های چشمی: رفتارهای دیداری در تبادلات

قرآن، آنچه را برای مؤمنان مایه درمان و رحمت است نازل می‌کنیم، و[لی] ستمگران را جز زبان نمی‌افزاید.

د. نقش آزادی در انتخاب پیام در ارتباطات کلامی: از دیدگاه قرآن، انسان در دریافت پیام، مختار و دارای آزادی است. در فرایند ارتباط کلامی، باید زمینه انتخاب برای مخاطب فراهم شود و به او حق انتخاب داد تا از میان سخنان موجود، بهترین آنها را انتخاب نماید. آیه ۱۸ سوره «زمر» به این موضوع اشاره دارد: «الَّذِينَ يَسْتَمْعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمُ أُولُو الْأَلْبَابِ»؛ کسانی که به سخن گوش فرامی‌دهند و بهترین آن را پیروی می‌کنند. اینانند که خدایشان راه نموده و اینانند همان خردمندان.

ه. نقش نیازجویی در ارتباط کلامی: در فرایند ارتباط کلامی، توجه لازم به نیازهای گوناگون، از جمله نیازهای معیشت، ایمنی، جسمی، روابط اجتماعی و احترام به خویشان، اصلی اساسی در برقراری ارتباطی مؤثر است. دقت در تأمین این نیازها بر اساس ترتیب بیان شده موجب افزایش تأثیر پیام بر مخاطب و در نهایت، بهبود درک مخاطب از پیام خواهد شد.

آیات زیر به نقش نیاز جویی در انسان اشاره می‌کنند: «وَأَمْدَدْنَاهُمْ بِفَاكِهَةٍ وَ لَحْمٍ مِّمَّا يَشْتَهُونَ» (طور: ۲۲)؛ مردم را با میوه‌ها و گوشت‌هایی که دوست دارند، توان بخشیدیم (و یاری رساندیم).

همچنین آیه «وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا وَ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ جُلُودِ الْأَنْعَامِ بُيُوتًا تَسْتَخِفُّونَهَا يَوْمَ ظَعْنِكُمْ وَ يَوْمَ إِقَامَتِكُمْ» (نحل: ۸۰)؛ خداوند خانه‌های شما را جای آسایش قرار داد و چنان کرد که بتوانید از پوست چهارپایان برای خود خانه (خیمه) بسازید تا در سفر و اقامت براحتی از آنها بهره ببرید.

و. نقش تکرار و تعدد پیام در ارتباط کلامی: شواهد عملی در الگوهای یادگیری در تغییر نگرش نشان می‌دهد که برای موفقیت پیام و تأثیرگذاری بیشتر آن، جلب توجه پیام‌گیران و نیز تکرار پیام احتمال اثربخشی را بالا می‌برد. از این‌رو، در آگهی‌های تبلیغاتی نیز از این روش و اصول یادگیری و تغییر نگرش در مخاطبان به خوبی و مکرر استفاده می‌شود. در این روش، برای تأثیرگذاری حداکثری پیام، از شخصیت‌های مقبول و معتمد و کسانی که به گونه‌ای به عنوان الگو شناخته می‌شوند، بهره گرفته می‌شود و کوشش بر این است تا با استفاده از مقبولیت و محبوبیت و معتمد بودن و یا جذابیت منبع

خداوند می‌فرماید: «وَ أَقْصِدْ فِي مَشِيكِ وَ اغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ» (لقمان: ۱۹)؛ صدایت را آهسته ساز، که بدترین آواها بانگ خران است. خداوند سبحان آدمیان را به نرمی صدا و آهسته بودن آن توصیه کرده است؛ بلندبودن و ارتفاع زیاد صدا، حسی حاکی از تکبر یا اضطراب یا هیجان را به مخاطبان انتقال می‌دهد. در روایات، فریادهای مغروران و ابلهان به چنین صداهایی تشبیه شده و ایشان از بین برنده آرامش اطرافیان معرفی گردیده‌اند (علمایی، ۱۳۹۰، ص ۱۸۵).

همچنین لحن صدا نیز نشانه‌های ارتباطی بسیاری دربردارد که هیجان‌های درونی به واسطه آن مشخص می‌گردد (ریچموند و مک کروسکی، ۱۳۸۷، ص ۳۳۹). در آیه «يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقَلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا» (احزاب: ۳۲) نیز به اهمیت لحن و توجه دادن بدان، در ارتباطات اجتماعی اشاره شده است و خداوند می‌فرماید: به گونه‌ای هوس‌انگیز سخن نگویید که بیماردلان در شما طمع کنند، بلکه به هنگام سخن گفتن، جدی و خشک و به طور معمولی سخن بگویید، نه همچون زنان کم‌شخصیت که سعی دارند با تعییرات تحریک‌کننده که گاه همراه با اداهای مخصوصی است، افراد شهوت‌ران را به فکر گناه افکنده، آنان را به سمت خویش جلب نمایند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۷، ص ۲۸۹).

۳. ارتباط‌های لمسی: از نظر قرآن کریم نیز، لمس کردن که با کلیدواژگان مس و لمس در قرآن کریم به کار رفته‌اند، یکی از پیام‌های انسانی بسیار قوی در تحکیم ارتباطات اجتماعی به‌شمار می‌رود.

در بینش قرآن، لمس کردن و ارتباط با محیط از طریق حس بساوابی، بنیادی‌ترین و مطمئن‌ترین نحوه تعامل با محیط به‌شمار می‌رود به‌گونه‌ای که با لمس و تماس نزدیک با اشیا می‌توان به حقیقت اشیا و کیفیت و چگونگی آنها پی برد. به همین دلیل در آیه «وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُبِينٌ» (انعام: ۷) خداوند در جریان هدایت مشرکان، خطاب به پیامبر می‌فرماید: و (کافران لجوج که در پی بهانه‌جویی‌اند حتی) اگر نوشته‌ای را در کاغذی بر تو نازل می‌کردیم که آن را با دست‌های خود لمس می‌کردند، باز هم کافران می‌گفتند: این، جز جادویی آشکار نیست (قرآنی، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۴۱۶).

ارتباطی، کارکردهای متفاوتی دارند. به‌طور کلی، در فرهنگ‌های گوناگون، اشخاص رفتارهای چشمی خاصی داشته، دنیایی از مفاهیم را در تماس چشمی به یکدیگر منتقل می‌کنند ((سامووار و دیگران، ۱۳۷۹، ص ۲۶۶).

نگاه بیش از حد متعارف، اشخاص را وادار به تعامل می‌کند. برای مثال، اگر در جامعه، کسی بیش از حد متعارف، به دیگری نگاه کند یا نگاهی نامشروع داشته باشد، او را وقیح و بی‌حیا می‌پندارند. در این‌گونه فرهنگ‌ها، خیره نگاه کردن به افراد، غیرقابل قبول و زنده تلقی می‌شود.

آموزه‌های دینی نیز به چنین نگاه‌هایی اشاره نموده، بر اجتناب از نگاه خیره زن و مرد بیگانه به یکدیگر تأکید فراوان دارند. برجسته‌ترین آیات قابل اشاره در این بخش، آیات ۳۰ و ۳۱ سوره «نور» است: «قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَ يَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ وَ قُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَ يَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ...»؛ به مردان باایمان بگو: دیده فروبندند و پاک‌دامنی ورزند، که این برای آنان پاکیزه‌تر است؛ زیرا خدا به آنچه می‌کنند آگاه است. و به زنان باایمان بگو: دیدگان خود را (از هر نامحرمی) فرو بندند و پاک‌دامنی ورزند.

خداوند برای صیانت انسان از آلودگی‌های رفتاری ناشی از اختلاط زن و مرد به طور نامناسب، چنین فرمان روشنی صادر کرده است.

از منظر قرآن کریم، نگاه خیره و حرام‌گونه میان زن و مرد نامحرم، آغاز یک ارتباط نامشروع است که طی زمان، به صورت کلامی و غیر کلامی ادامه یافته، تباهی و فساد هر دو طرف را به دنبال خواهد داشت. علاوه بر فروپاشی و سست شدن روابط خانوادگی را نیز به همراه دارد. این در حالی است که فروگیری این‌گونه نگاه‌ها، علاوه بر ایجاد آرامش فردی و خانوادگی، موجبات رشد معنوی دوطرف را نیز فراهم می‌آورد.

۲. ارتباط‌های شنوایی: ارتباط‌هایی شنوایی شامل آوا، صوت و لحن است که به گوش می‌رسد. در ادامه، این آواها را بررسی و تحلیل می‌کنیم. کیفیت و حالت صدا شامل بلندی، کوتاهی، تیزی و مانند آن که معمولاً برداشت‌های ویژه‌ای از آن می‌شود و از جنبه‌های ارتباط غیر کلامی است، نشانه‌هایی برای مخاطبان دارد (ریچموند و مک کروسکی، ۱۳۸۷، ص ۲۳۸).

گرفته است. در ذیل ابعاد برخورد با «زبان بدن» تبیین می‌شود:

۱. راه رفتن متواضعانه: خداوند متعال دربارهٔ ویژگی‌های مؤمنان و بندگان خاص الهی، اولین ویژگی را راه رفتن متواضعانه ذکر نموده است: «وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا» (فرقان: ۶۳)؛ بندگان خاص خدا کسانی هستند که با تواضع راه می‌روند. در جایی دیگر، خدای متعال می‌فرماید: «وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا» (اسراء: ۳۷)؛ در روی زمین، با حالت مستی راه نرو.

۲. لبخند و گشاده‌رویی: لبخند از جمله حالات چهره است که از شادی در چهرهٔ فرد حکایت دارد. لبخند و تبسم زمینهٔ خوش‌رویی و در روابط اجتماعی بسیار گران‌بهاست. قرآن کریم به چهرهٔ گشاده و خوش‌برخوردی سفارش نموده و از ابرو درهم کشیدن نهی کرده است: «وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ» (لقمان: ۱۸)؛ چهره‌ات را برای مردم درهم نکش.

دلیل کارنگی معتقد است: لبخند به سرعت برق می‌آید، اما خطراتش گاهی تا ابد پایدار می‌ماند، و تا زمانی که بخشیده نشود، به دست نمی‌آید (کارنگی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۸).

گشاده‌رویی و متبسم بودن از نظر اخلاقی و دینی و روان‌شناسی، اصلی مؤکد است که همهٔ انسان‌ها طالب آن هستند و از نظر روانی، اثرات مثبتی بر افراد مقابل می‌گذارد.

۳. لحن صدا: کیفیت صدا شامل بلندی، کوتاهی، تندی و مانند آن، که معمولاً برداشت‌های ویژه‌ای از آن می‌شود «لحن صدا» گفته می‌شود. برخوردهای لفظی مناسب و تعاملات با دیگران از توصیه‌های الهی است: «وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ» (لقمان: ۱۹). «عضض صوت» به معنای آهسته و کوتاه صدا کردن است (راغب اصفهانی، ۱۳۸۳، ص ۶۰۷). بدترین صداها صدای خران است که در روایات به «قهقهه» تفسیر شده، و آن هم از مصادیق برخوردهای لفظی نامناسب است. در بعضی از روایات، که از امام صادق علیه السلام نقل شده، این آیه به عطسه‌ای که با صوت بلند ادا می‌شود، و یا داد و فریاد به هنگام سخن گفتن تفسیر گردیده که در حقیقت، بیان مصداق روشنی از آن است (طبرسی، ۱۳۸۰، ص ۵۰۰).

نورون‌های آینه‌ای

در الگوی ارتباطی «ان.ال.پی»، کنترل دستگاه عصبی از اهمیت بالایی برخوردار است. به همین سبب، از آموزه‌های قرآنی نقش

۴. ارتباط‌های بویایی: بنابر تحقیقات دانشمندان علم ارتباطات، عطر و بو می‌تواند واکنش‌های عاطفی و حتی فیزیکی افراد و حیوانات را برانگیزاند. بویی که از کسی به مشام سایرین می‌رسد یا عطری که وی استعمال می‌کند، هریک به نوبهٔ خود، در ارتباطات اجتماعی، پیام‌های ضمنی بسیاری را منتقل می‌کند که در کمترین حالت، سبب طرد یا جذب سایرین به سمت او می‌گردد (ریچموند و مک کروسکی، ۱۳۸۷، ص ۵۰۸).

استعمال بوی خوش از طرف پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و تأثیر در جذب مخاطبان در ابلاغ پیام ایشان از نمونه‌های استفادهٔ مفید از بوی خوش در ارتباطات بین‌فردی است.

۵. ارتباط‌های چشایی: برای کشف نشانه‌های ارتباط غیر کلامی مربوط به حس چشایی، ابتدا باید مفهوم «چشیدن» را در قرآن دریافت. معادل واژگانی این مفهوم در آیات قرآن کریم، کلیدواژهٔ «ذوق» است که در قرآن، به معنای «چشیدن مزهٔ غذا با دهان» است و در جایی به کار می‌رود که خوراک اندکی در میان باشد. اما اگر خوردن چیزی به مقدار زیاد انجام شود، واژهٔ «اکل» برای آن استعمال می‌گردد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۳۳۲).

توجه به موارد کاربرد واژهٔ «اکل» در قرآن کریم، ما را بدین نکته رهنمون می‌سازد که این واژه، بیشتر برای عذاب‌های الهی به کار رفته است (بقره: ۱۷۴).

اما چشیدن یا «ذوق» در قرآن کریم به واسطهٔ دهان و زبان است؛ با توجه به آیهٔ «فَلَمَّا ذَاقَا الشَّجَرَةَ» (اعراف: ۲۲). پس شیطان آن دو را با فریب و حيله به سقوط (و پرتگاه گناه) کشاند، پس چون از آن درخت (نهی شده) چشیدند، زشتی برهنگی‌شان برای آنان آشکار شد (قرآنی، ۱۳۸۳، ج ۳، ص ۳۹). بنابراین، آیهٔ فوق این پیام را تقویت می‌کند که حتی چشیدن چیز حرام جایز نیست و انسان باید در تمام صحنه‌های زندگی، گوش به فرمان فرامین الهی باشد و ذره‌ای او را نافرمانی نکند.

ب. زبان بدن: در هر ارتباط کلامی، گوینده معمولاً سخن خود را با تغییر در چهره، نگاه، حرکات بدن، تن صدا و مانند آن همراه می‌کند که از آن به «زبان بدن» یاد می‌گردد. در «ان.ال.پی» برای ایجاد یک ارتباط مؤثر به «زبان بدن» زیاد توجه شده است. از آنجاکه در «ان.ال.پی» همیشه از بهترین منبع الگوسازی می‌شود، به همین منظور، در ارتباط با زبان بدن، از آموزه‌های قرآنی محتوادهی صورت

نورون‌های آینه‌ای در ارتباطات، تحلیل محتوا شده است تا بتوانیم به الگوی رفتاری مطلوب دست یابیم.

پس با توجه به مطالب گفته‌شده، یکی از لازمه‌های الگوی رفتاری کارآمد انتخاب همشین مناسب است.

الف. رابطه نورون‌های آینه‌ای با ارتباطات چشمی

در نورون آینه‌ای، عمل مشاهده موجب فعال شدن همان نقشه حرکتی در مشاهده‌کننده می‌شود که در عمل‌کننده وجود دارد (به عبارت دیگر، مشاهده عمل و عمل کردن در ذهن، یک واکنش شیمیایی انجام می‌شود) (سیف و کیان ارثی، ۱۳۸۹، ص ۹۸). آموزه‌های دینی به صورت‌های گوناگون، به تأثیر مشاهده بر رفتار انسان اشاره کرده‌اند. در قرآن کریم، آیات ۳۰ و ۳۱ سوره «نور» - همان‌گونه که اشاره شد - در رابطه با تأثیر مشاهده و نگاه آمده است. پس همان‌گونه که علم پزشکی در اثبات عملکرد نقش نورون آینه‌ای در ارتباطات دیداری و همچنین رهنمودهای قرآن در ارتباطات‌های چشمی گفته شد، لازمه یک الگوی رفتاری کارآمد توجه به کنترل چشم است.

ج. رابطه نورون‌های آینه‌ای با نیت و قصد در ارتباطات

از ویژگی‌های مهم نورون‌های آینه‌ای این است که به صورت خودکار عمل می‌کنند، و وقتی فقط به موضوعی فکر می‌کنیم و به عبارت دیگر، قصد انجام کاری را فقط داریم نورون آینه‌ای فعال می‌شود (سیف و کیان ارثی، ۱۳۸۹، ص ۹۹). در علوم دینی، به نیت و قصد انجام عمل توجه خاص شده، به گونه‌ای که از پیامبر اکرم ﷺ چنین نقل شده است که فرمودند: «ارزش اعمال بستگی به نیت‌ها دارد و بهره هر کس از عملش مطابق نیت اوست. کسی که به خاطر خدا و پیامبر هجرت کند، به سوی خدا و پیامبر هجرت کرده است، و کسی که به خاطر رسیدن به مال دنیا یا به دست آوردن همسری هجرت کند بهره‌اش همان چیزی است که به سوی آن هجرت کرده است» (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۶۷، ص ۲۱۱).

ب. رابطه نورون‌های آینه‌ای با ارتباطات میان‌فردی

به نظر می‌رسد نقش سلول‌های آینه‌ای آن است که در یک تعامل اجتماعی، عمل مشاهده‌کننده را با عمل مشاهده‌شونده به هم نزدیک می‌کند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت: مطابقت دادن اساسی‌ترین ویژگی نورون‌های آینه‌ای است (سیف و کیان ارثی، ۱۳۸۹، ص ۹۹). آموزه‌های قرآنی، در آیات ۴۵ و ۴۲ سوره «هود» در رابطه با اثر همشینی، به تغییر رفتار پسر حضرت نوح در اثر انتخاب همشین بد اشاره دارد. همچنین در حدیثی از امیرمؤمنان علی ﷺ درباره تأثیر همشینی آمده است: «با فرزندانگ همشینی کن تا خردت کمال یابد و شرافت نفس یابی و نادانی از تو رخت بریندد».

پس همان‌گونه که در بحث نورون‌های آینه‌ای و آموزه‌های دینی گفته شد، برای دستیابی به الگوی رفتاری کارآمد، نیازمند کنترل نیت و قصد عمل خود هستیم.

نتیجه‌گیری

الگوی ارتباطی «ان.ال.پی» رمز موفقیت را در برقراری ارتباط مؤثر الگوبرداری می‌داند. به همین منظور، در این پژوهش با توجه به گزاره‌های «ان.ال.پی» الگوی ارتباطی کارآمد و جامعی از قرآن کریم به دست آمد. در جدول (۱)، الگوی ارتباطی قرآنی با توجه به گزاره‌های الگوی ارتباطی «ان.ال.پی» آورده شده است:

جدول ۱: الگوی ارتباطی قرآنی با توجه به گزاره‌های الگوی ارتباطی «ان.ال.پی»

ارتباط کلامی	ارتباط غیرکلامی	
	سیستم واگوگ	زبان بدن
اصل فطرت آیه ۳۰ سوره «روم»	ارتباط چشمی آیات ۳۰ و ۳۱ سوره «نور»	راه رفتن متواضعانه آیه ۶۳ سوره «فرقان»؛ آیه ۲۷ سوره «اسراء»
نقش پایگاه اجتماعی آیه ۶۳ سوره «اعراف»	ارتباط شنوایی آیه ۱۹ سوره «لقمان»؛ آیه ۳۲ سوره «حزاب»	
نقش ظرفیت درونی آیه ۸۲ سوره «اسراء»	ارتباط لمسی آیه ۷ سوره انعام	لبخند و گشاده‌رویی آیه ۱۸ سوره «لقمان»
آزادی در انتخاب پیام	ارتباط بویایی	رابطه نورون‌های آینه‌ای با ارتباطات میان‌فردی آیات ۴۵ و ۴۲ سوره «هود»

کنترل سیستم عصبی در ارتباطات (نقش نورون‌های آینه‌ای در ارتباطات)

<p>رابطه نورون‌های آینه‌ای با نیت و قصد در ارتباطات از پیامبر ﷺ چنین نقل شده است که فرمودند: ارزش اعمال بستگی به نیت‌ها دارد و بهره هر کس از عملش مطابق نیت اوست</p>	<p>لحن صدا آیه ۱۹ سوره «لقمان»</p>	<p>تأثیر استعمال بوی خوش توسط پیامبر ﷺ در تأثیرگذاری ابلاغ پیام</p>	<p>آیه ۱۸ سوره «زمر»</p>
		<p>ارتباط چشایی آیه ۱۷۴ سوره «بقره»؛ آیه ۲۲ سوره «اعراف»</p>	<p>نقش نیازجویی آیه ۲۲ سوره طور؛ آیه ۸۰ سوره نحل تکرار و تعدد پیام آیه ۱۴ سوره «یس»</p>

منابع.....

- اکونور، ژوزف و جان سیمور، ۱۳۷۵، *روانشناسی جدید شخصیت موفق*، ترجمه مهدی قراچه‌داغی، تهران، البرز.
- برن، گیلیان، ۱۳۸۷، *برنامه‌ریزی عصبی کلامی*، ترجمه علی دنیادیده، تهران، اندیشه آریا.
- دورمات، یان مک، ۱۳۸۶، «ان. ال. پی» *درماتی ساده*، ترجمه سینا خلیلی، تهران، نواندیش.
- دیمیک، سالی، ۱۳۸۴، *ارتباط موفقیت آموز با NLP*، ترجمه علی اسماعیلی، تهران، شباهنگ.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ۱۴۱۲ق، *المفردات فی غریب القرآن*، تحقیق صفوان عدنان داودی، بیروت، دارالعلم.
- ریچموند، ویرجینیایی و جیمزسی، مک کروسیکی، ۱۳۸۸، *رفتارهای غیرکلامی در روابط میان فردی*، ترجمه فاطمه‌سادات موسوی و ژیلایا عبدالله پور، چ دوم، تهران، دانژه.
- ساموورا، لاریا و دیگران، ۱۳۷۹، *ارتباطات بین فرهنگ‌ها*، ترجمه غلامرضا کیانی و اکبر میرحسینی، تهران، بارز.
- سیف، علی‌اکبر و فرحناز کیان ارشی، ۱۳۸۹، «نورون‌های آینه‌ای و یادگیری مشاهده‌ای»، *روان‌شناسی تربیتی*، ش ۱۹، ص ۸۹-۱۱۴.
- طبرسی، فضل بن حسن، ۱۳۸۰، *تفسیر مجمع البیان*، ترجمه علی کرمی، تهران، فراهانی.
- علمایی، نسبی، ۱۳۹۰، «بررسی ارتباط غیرکلامی در قرآن و آموزه‌های روانشناسی»، *بینات*، ش ۱۷، ص ۱۷۱-۱۹۰.
- فرگاس، جوزف پی، ۱۳۷۳، *روان‌شناسی تعامل اجتماعی، رفتار میان فردی*، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران، ایجد.
- مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، *بحارالانوار*، بیروت، دارالاحیاء التراث العربی.
- محسنیان‌راد، مهدی، ۱۳۸۰، *ارتباط‌شناسی (میان فردی، گروهی، جمعی)*، تهران، سروش.
- معدلی، کوروش، ۱۳۹۳، *NLP عملی*، تهران، مرز فکر.
- مک کوایل، دنیس، ۱۳۸۴، *درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجالالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- وود، جولیان، ۱۳۷۹، *ارتباطات میان فردی، روان‌شناسی تعامل اجتماعی*، ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران، مهتاب.
- قزائی، محسن، ۱۳۸۳، *تفسیر نور*، تهران، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- کارنگی، دیل، ۱۳۸۸، *آیین دوست‌یابی*، ترجمه ریحانه جعفری و پروین قائمی، تهران، پیمان.