

نظریهٔ هنجاری و الگوی ارتباط غیر کلامی در نقطهٔ آغاز ارتباطات درون فرهنگی اسلامی

مصطفی همدانی^۱

تاریخ دریافت: ۹۷/۴/۳، تاریخ تایید: ۹۷/۸/۱۳

چکیده

نقطهٔ آغازین در فرایند ارتباطی دو ارتباط گر، یک موقعیت ویژه است که بر کل فرایند اثرگذار است. این نقطه، دارای مؤلفه‌هایی کلامی و نیز غیر کلامی است. پژوهش فرارو، در تلاش برای یافتن نظریهٔ هنجاری اسلامی در آغاز غیر کلامی ارتباطات است و از روش توصیفی - تحلیلی و الگوهای اجتهادی و استنباطی در فهم آیات و روایات بهره برده و این آموزه‌ها را با کمک نوعی الگوی قیاسی - داده‌بنیاد در موازنه با یافته‌های ارتباط‌شناختی تحلیل کرده است.

نتایج تحقیق در سه محور، به این شرح است: استخراج نظریهٔ هنجاری مشتمل بر اصول و کلیات و راهبردهای هنجاری، هنجارهای تفصیلی در نه کانال ارتباط غیر کلامی، مدل ارتباطی آغاز ارتباطات با رویکرد ارتباط غیر کلامی به‌عنوان صورتی ساده از نظریه. طبق این مقاله، هنجارهای غیر کلامی در نقطهٔ آغاز ارتباط در فرهنگ اسلامی با تأکید بر یک دال معنایی مرکزی یعنی ایجاد صمیمیت و محبت اجتماعی بین مؤمنان شکل گرفته و در میان گونه‌های ارتباطی غیر کلامی نیز ارتباط لمسی دارای برجستگی خاصی است. در خوشهٔ ارتباط لمسی نیز الگوهای خاص ارائه شده که در هیچ فرهنگی یافت نشده است. تأکید بر جذابیت در ظاهر (پوشش و مو و نظافت و...) نیز از دیگر مؤلفه‌های نقطهٔ آغاز ارتباط غیر کلامی در فرهنگ اسلامی است که در رتبهٔ بعد قرار دارد.

واژگان کلیدی: ارتباط درون فرهنگی، آغاز ارتباط، ارتباط غیر کلامی، الگوی ارتباطی غیر کلامی، ارتباط

لمسی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

داشتن ارتباط اجتماعی از مؤلفه‌های سلامت تن و روان است و تحقیقات نشان داده است آنان که دارای ارتباطات اجتماعی موفق نیستند و یا در انزوا هستند، عزت نفس پایین‌تری دارند و نیز احتمال بیشتری برای مرگ زودرس دارند و بیشتر به انواع امراض جسمی و روان‌تنی دچار می‌شوند (ناعمی، ۱۳۸۹: ۱۱-۱۲؛ Floyd, 2011: 4-5). در این فرایند مهم، نقطه آغاز، در ایجاد ارتباط و کیفیت و نیز تداوم آن نقش مهمی دارد. ارتباط‌شناسان در اهمیت نقطه آغاز ارتباط، معتقدند اعتقاد مردم درباره هر فرد در همان سی ثانیه اول برخورد شکل می‌گیرد (نعمت‌اللهی، ۱۳۹۶: ۱۱). از طرف دیگر ارتباط، دارای دو حوزه اصلی کلامی و غیرکلامی است که در این میان، ارتباط غیرکلامی اهمیتی خاص دارد؛ زیرا هر نوع ارتباط کلامی هرگز عاری از پیام‌های غیرکلامی نیست و ارتباطات کلامی نمی‌تواند جایگزین ارتباط غیرکلامی شود، اما ارتباط غیرکلامی می‌تواند به‌طور کامل جایگزین گفتار شود (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۵۰-۵۱). مهربان و وینر (۱۹۶۷) در تحقیقی سهم پیام‌های کلامی و غیرکلامی در یک پیام را به گونه زیر فرمول‌بندی کرده‌اند:

$$\% 55 \text{ Facial } \text{Vocal} + \% 7 \text{ Verbal} = \% 38 \text{ Ti}$$

یعنی آنان کشف کردند که ۷ درصد یک پیام به‌صورت کلامی بیان می‌شود، ۳۸ درصد آوا و ۵۵ درصد، اشاره‌های بدون کلام (زبان بدن) است و تأثیر کلی و عمومی پیام، برآیند این سه است (Mehrabian 2017: 10) همچنین بسیاری بر این باورند که همواره، ارتباطات غیرکلامی نسبت به ارتباطات کلامی از صحت بیشتری برخوردارند؛ چراکه علامات غیرکلامی از درون انسان نشأت می‌گیرد و اغلب نمی‌توان آنها را کنترل کرد (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۴۵). در همین راستا تحقیقات آکمن و دیگران نشان داد در موارد تعارض پیام کلامی و غیرکلامی، مخاطب به پیام غیرکلامی استناد می‌کند (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۵۱).

از طرف دیگر، در فرهنگ اسلامی هنجارهای زیادی در برگزاری غیرکلامی نقطه آغاز ارتباطات وجود دارد که هم در معنا و محتوا و هم در الگو دارای ارزش زیادی در ایجاد ارتباط اثربخش و الفت اجتماعی هستند، ولی متأسفانه بسیاری از مردم مسلمان از این هنجارها اطلاع ندارند و متأسفانه در ارتباطات میان‌فردی مسلمانان این الگوها رو به کم‌فروغی نهاده و

هنجارهای وارداتی مانند پرهیز از دست‌دادن، معانقه‌نکردن، ایجاد فاصله‌های ارتباطی و... به تدریج در حال جایگزینی با این الگوهاست.

با توجه به اهمیت علائم ارتباطی غیرکلامی در آغاز ارتباط و نیز با توجه به نیاز جامعهٔ اسلامی به ارائهٔ الگوی هنجارهای آغاز ارتباطات از منظر غیرکلامی، جستار فرارو به تحلیل آیات و روایات در تطبیق با یافته‌های ارتباط‌شناختی پرداخته است و پاسخ‌دادن به این سؤال اصلی را پی‌جویی کرده است که: نظریهٔ هنجاری ارتباطات اسلامی، در آغاز ارتباط، چیست؟ از آنجا که ارتباط غیرکلامی بر حسب چارچوب نظری این تحقیق دارای هشت بعد است، و نیز لزوم استخراج مدل برای تبیین بهتر و ساده‌تر نظریه، این پرسش به ۹ سؤال فرعی تجزیه می‌شود: توصیه‌های هنجاری فرهنگ اسلامی دربارهٔ ظاهر فیزیکی، اشاره و حرکت دست و سر، چهره و رفتار چشم، رفتار آوایی، لمس، محیط، فضا، زمان در آغاز ارتباطات چیست؟ مدل ارتباطی آغاز ارتباطات با رویکرد ارتباط غیرکلامی چیست؟

تا آنجا که نگارنده بررسی کرده است، پژوهش‌هایی دربارهٔ ارتباط غیرکلامی در معارف اسلامی انجام گرفته است، اما تحقیقی در زمینهٔ معرفی نقش ارتباطات غیرکلامی در آغاز فرایند ارتباطی در فرهنگ اسلامی انجام نشده است. پژوهش‌های یادشده و بیان تفاوت جستار فرارو با آنها به شرح زیر است:

علی لطفی در مقالهٔ «چهره و ارتباط غیر کلامی در آموزه‌های قرآنی» و نیز محققیان و پرچم در مقالهٔ «نشانه‌شناسی ارتباطات غیرکلامی در آیات قرآن کریم» و مروتی و همکاران در مقالهٔ «نوع‌شناسی مؤلفه‌های ارتباط غیرکلامی در قرآن کریم» و نیز عمیر و دمیز در مقالهٔ «توظیف اللغه الصامتة فی التعبير القرآنی»، مباحث مربوط به ارتباط غیرکلامی را با رویکرد اسلامی مورد توجه قرار داده‌اند، اما این تحقیقات اولاً در تحلیل نظریات موجود در ارتباط غیرکلامی کامل نیستند. ثانیاً گاهی اندیشهٔ اسلامی را تنها در آیات قرآنی کاویده‌اند و در بحار روایات معصومان غور نکرده‌اند و ثالثاً برخی به‌صورتی افراطی و غیرروشمند تلاش کرده‌اند رفتارهای موجود در اعضای بدن در آیات قرآن را با نمادها و نموده‌های ارتباط غیرکلامی و اندیشه‌های ارتباط‌شناختی تحلیل کنند، مثلاً نوشته‌اند آیهٔ شریفهٔ «وَجَاؤُاْ بِأَهْمِهِمْ عِشَاءً یَّبْکُونُ» (یوسف: ۱۶) دلالت دارد اشک از چشم آمدن در مواردی دلالت بر نوعی دروغگویی دارد که حضرت یعقوب (علی نبینا و آله و علیه السلام) از چشمان آن افراد فهمیده بود (عمیر و دمیر،

۲۰۱۳: ۲۰)؛ درحالی که این استنباط طبق الگوهای روشی در فهم قرآن و حدیث درست نیست؛ زیرا قرآن نفرموده است پدر بزرگوار ایشان، دروغ را از اشک یا سایر علامات چهره یا اصلاً الهام الاهی و دیگر مجاری ادراکی فهمیده بودند. برخی مقالات هم به صورت بسیار کلی و بیشتر از سنخ فلسفه ارتباطات به مقوله ارتباطات از دیدگاه اسلام پرداخته‌اند، مانند مقاله سجاد مهدی‌زاده با عنوان «الگوی ارتباطات انسانی مطلوب در فرهنگ اسلامی» که در این مقاله، هم بحث ارتباط غیرکلامی به صورت خاص مطرح نشده است.

مباحث روش‌شناختی

این مقاله، ضمن استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و الگوهای اجتهادی و استنباطی در فهم آیات و روایات، از الگویی قیاسی-داده‌بنیاد در تحلیل و تبیین داده‌های قرآن و حدیثی در موازنه با یافته‌های ارتباط‌شناختی بهره می‌برد؛ به این معنا که ابتدا الگویی از ارتباطات غیرکلامی از نظریات رایج استخراج خواهد کرد و سپس بدون تحمیل، این الگو را به‌عنوان یک پیشنهاد در متون قرآن و حدیث به کار خواهد گرفت. تا آنجا که متون قرآن و حدیث این الگو را تأیید کنند از آن بهره می‌برد و تا آنجا که آن را تصحیح یا تکمیل کنند و توسعه دهند، متون قرآن و حدیث را مبنا قرار خواهد داد. تکمیل و توسعه نیز گاهی در ابعاد مفهومی است و گاهی در بیان مؤلفه‌ها و هنجارگذاری در روش‌ها و رفتارها.

منابع روایی نیز از متون مورد اطمینان با محوریت اصول کافی به‌عنوان معتبرترین کتاب روایی شیعه انتخاب شده و البته از آنجا که کثرت طرق نقل حدیث در روش اجتهاد از روش‌های اعتباربخشی به آن است، سعی شده است به دیگر منابع شیعی و، بلکه متون اهل سنت نیز ارجاعات لازم داده شود. اگر روایاتی دارای مباحث چالشی خاصی در تفسیر بوده است، به منابعی که به شرح آن پرداخته‌اند و قول مختار نگارنده را برگزیده‌اند، ارجاع داده است و در صورت مخالفت نگارنده با آن اندیشه‌ها، به تفصیلی که در مجال مقاله باشد از آن بحث شده است.

مفاهیم تحقیق

در این مقاله، از چند مفهوم اساسی استفاده شده است که نیاز به تبیین دارند:

فرهنگ: فرهنگ عبارت است از ارزش‌هایی که یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند، و کالاهایی که تولید می‌کنند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۳۶).

فرهنگ اسلامی: آموزه‌های اسلامی که در قرآن و حدیث معصومان وارد شده و یا عقل سلیم به آن گواهی می‌دهد را فرهنگ اسلامی می‌نامیم. حدیث نیز عبارت است از سخن، رفتار معصومان یا رفتار افراد غیرمعصومی که مورد امضای معصومان قرار گرفته است و اصطلاحاً تقریر نام دارد (شیخ انصاری، ۱۴۲۸: ج ۱، ۲۳۸؛ شیخ بهایی، ۱۳۷۸: ۴). مقصود از فرهنگ اسلامی، فرهنگی آرمانی است که «باید» باشد؛ زیرا آن نوع فرهنگ که واقعاً مردم به آن عمل کنند، فرهنگ واقعی نام دارد، ولی آن نوع فرهنگی که انسان سعی دارد به آن برسد فرهنگ آرمانی نامیده می‌شود (Hooton & Hunt 1986: 70).

ارتباط: ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آن‌که در گیرندهٔ پیام، مشابهت معنا با معنای مورد نظر فرستندهٔ پیام ایجاد شود (محسنیان‌راد، ۱۳۸۵: ۵۷).

ارتباط غیرکلامی^۱: ارتباطات غیرکلامی عبارت است از هر پیامی که با کلمه منتقل نشود (Floyd, 2011: 178) و در تعریف دقیق‌تر، عبارت است پیام‌هایی آوایی و غیرآوایی که با وسایلی غیراز وسایل زبان‌شناسی ارسال و تشریح شده‌اند. این تعریف نه‌تنها زبان اشارات و علامات را در برمی‌گیرد، بلکه کلمات نوشتاری را نیز مورد توجه دارد، ولی شامل پیام‌هایی می‌شود که به‌وسیلهٔ آواها به دیگران منتقل می‌شود و در قلمرو زبان متعارف قرار نمی‌گیرند، مانند: خنده، خروش و دیگر آواهایی که از دهان انسان خارج می‌شوند (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۴۳-۴۴). ارتباط غیرکلامی به کنش‌های ارتباطی متفاوت از گفتار اشاره دارد. بدین ترتیب، شامل عبارت‌های چهره، حرکات دست و بازو، موقعیت‌ها، موقعیت‌ها و حرکات مختلف بدن یا پاها و پاها (Wood, 2014: 135; Mehrabian 2017: 10).

ارتباط درون فرهنگی: ارتباطی که بین دو نفر که دارای علقهٔ فرهنگی هستند برقرار شود، ارتباط درون فرهنگی^۲ نام دارد (برکو و ولوین و ولوین، ۱۳۸۹: ۹).

1 Non - Verbal communication.

2 Intracultural communication.

بنیادهای نظری و فرانظری

در این بخش از پژوهش فرارو، بحثی فرانظری (متاتئوریک= مربوط به نظریه‌شناسی) دربارهٔ نظریهٔ هنجاری و نیز بحثی نظری دربارهٔ تبیین‌های رایج از آغاز ارتباط غیر کلامی و مؤلفه‌های آن در علوم ارتباطات ارائه شده است.

نظریهٔ هنجاری^۱

تئوری اجتماعی هنجاری عبارت از مجموعه‌ای از آموزه‌های مرتبط است که نشان می‌دهد جوامع انسانی چه باید باشد و یا چگونه باید باشند یا چگونه باید آنها را اداره کرد و این امر، استاندارد را برای ارزیابی انتقادی از اوضاع موجود فراهم می‌کند. این نظریه از «نظریهٔ اجتماعی اثباتی» که توصیف و توضیح می‌دهد که چگونه جوامع انسانی در عمل کار می‌کنند، متمایز است (Dean, 1999: 4). نظریه‌های هنجاری در واقع، شاخه‌ای از فلسفهٔ اجتماعی به حساب می‌آیند و در حوزهٔ ارتباطات، بیشتر به این موضوع می‌پردازند که اگر قرار باشد ارزش‌های اجتماعی معینی رعایت شود یا تحقق یابد، فراگرد ارتباط چگونه باید برقرار شود (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۲۳؛ ویندال و سیگنایزر و اولسون، ۱۳۷۶: ۳۷۹) برخی از نظریه‌های هنجاری با عنوان نظریه‌های توانش در برابر کنش یاد کرده‌اند (فی، ۱۳۹۰: ۱۹۱-۱۹۰). این نظریات در برابر نظریات توصیفی هستند و بر اساس یک‌سری پیش‌فرض‌های اعتقادی، ایدئولوژیک، فرهنگی، سیاسی و حتی علمی ارائه شده و مدعی بهبودبخشی به زندگی فردی و اجتماعی بشوند و گاه از سوی مصلحان اجتماعی توصیه و تجویز می‌شوند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۴).

نظریات هنجاری علاوه بر آنکه به‌عنوان صورتی مستقل از نظریه در حوزه‌هایی چون روابط بین‌الملل (عبدخدایی و جمالی، ۱۳۹۵: ۲۲۴) اقتصاد (تفضلی، ۱۳۸۵: ۵۱۱-۵۱۰) مطالعات شهری (بابایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۸۵) مدیریت (Horton & Hunt 1986: 539); (Bennis, 1961: 34) و علوم ارتباطات (McQuail, 2010: 14) سیاست فرهنگی و سیاست‌گذاری فرهنگی (قلی‌پور، ۱۳۹۶: ۱۰۲) حضور دارند و رو به توسعه نیز هستند، برخی معتقدند در هر نظریهٔ توصیفی نیز نظریهٔ هنجاری به‌عنوان بُعد چهارم و البته به‌صورت پنهان

1 Normative Theory.

حضور دارد و در تولید آن نظریه نقش آفرینی می‌کند (کرایپ، ۱۳۸۶: ۲۷)؛ یعنی محقق به صورت ناخودآگاه، نظریهٔ توصیفی که با «هست‌ها» می‌پردازد، «هست» را در موازنه با وضع مطلوب؛ یعنی آنچه باید باشد تدوین می‌کند.

منابع استنباط نظریه‌های هنجاری عبارتند از: نظام سیاسی، نظرات عامه به‌عنوان افکار عمومی و مطالباتی که از رسانه دارند، بازار رسانه‌ای، دولت و کارگزاران آن، بخش‌های اقتصادی و اجتماعی ذی‌نفع، متون قانونی، استانداردهای حرفه‌ای، متون تحلیل‌های فلسفی (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۹۰-۹۱؛ هدریک: ۱۳۸۱: ۳۲؛ سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۴۴۲؛ ۱۴: McQuail, 2010؛ Tiberius & Alicia, 2010: 213). توجه به متون دینی نیز به‌عنوان یکی از منابع تولید نظریهٔ هنجاری در اقتصاد اخیراً در غرب نیز مورد توجه قرار گرفته است (Dean, 1999: 4).

نظریات ارتباط‌شناختی در تحلیل ارتباطات غیر کلامی

یکی از این تحقیقات که گسترهٔ قابل توجهی از فرهنگ‌های جهان را از این منظر، تحلیل کرده، در جدول شماره ۱ معرفی شده است.

جدول شماره ۱- ارتباط غیر کلامی در نقطهٔ آغاز ارتباط در فرهنگ‌های مختلف

کشور	نوع ارتباط غیر کلامی در نقطهٔ آغاز
آمریکا	محکم دست‌دادن و در چشم مخاطب نگاه کردن
برزیل	دست‌دادن‌های طولانی
چین	سرتکان دادن، تعظیم کردن یا دست‌دادن
دانمارک	محکم و مختصر دست‌دادن
انگلستان	دست‌دادن
فرانسه	دست‌دادن، لمس کردن گونه‌ها، فرستادن علامت بوسه از راه دور.
آلمان	محکم دست می‌دهند. مردها دست زن‌ها را می‌بوسند.
هند	در اماکن عمومی یکدیگر را بغل نمی‌کنند، نمی‌بوسند یا لمس نمی‌کنند، دست می‌دهند.
ایتالیایی‌ها	هنگام ورود یا خروج دست می‌دهند، دست‌دادن با گرفتن بازوی یکدیگر همراه است. زن‌ها گونه‌های دوستان صمیمی را بوسیده یا لمس می‌کنند. مردها همدیگر را در آغوش گرفته یا به پشت هم ضربه می‌زنند.
ژاپن	دست‌دادن‌هایشان آرام یا بی‌حال است. تعظیم کردن نوعی سلام سنتی است.
عربستان	دست می‌دهند یا گونه‌های یکدیگر را می‌بوسند. زن‌ها مجاز به انجام این کارها نیستند.

منبع: ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۵۲۹-۵۲۶

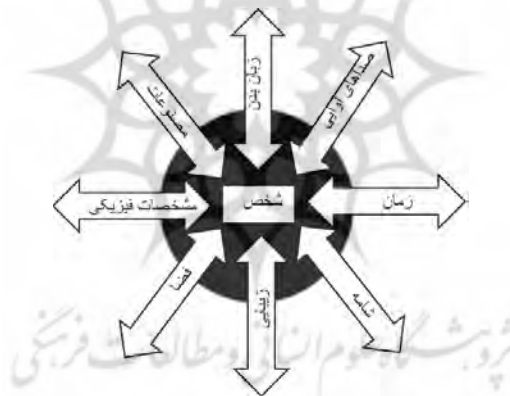
بر طبق نظر دانکن نیز ارتباط غیر کلامی را به این صورت می‌توان طبقه‌بندی کرد:

حرکات بدنی یا رفتار جنبشی: این طبقه شامل ژست‌ها، اداها و سایر حرکات بدنی، از جمله حالت چهره، حرکت چشم و حرکت وضعی است.
فرازبان: این طبقه، شامل کیفیات صدایی (انسان)، فقدان سلاست د رگفتار، خنده، خمیازه، و خرخر است.

برداشت از مجاورت (مکان): این طبقه، دربرگیرنده استفاده و درک و دریافت انسان از فضا یا مکان فیزیکی است.
(حس) بویایی.

حساسیت پوست به لمس و حرارت.
استفاده از مصنوعات: این طبقه، شامل چیزهایی از قبیل لباس و لوازم آرایشی زینتی است (بلیک، ۱۳۹۳: ۵۹).

برخی نیز به جای حساسیت پوست در الگوی قیل، سه عنصر دیگر را افزوده‌اند: زمان، مشخصات فیزیکی، زیبایی‌شناسی (برکو و ولوین و ولوین، ۱۳۸۹: ۱۲۸) این اجزا در نمودار شماره ۱ نشان داده شده است.



نمودار شماره ۱: ساحت‌های ارتباط غیرکلامی از منظر برکو و ولوین و ولوین (منبع: برکو و ولوین و ولوین، ۱۳۸۹: ۱۲۸)

طبق تقسیم ریچموند و مک کروسکی و بسیاری دیگر از ارتباط‌کاوان مانند پرفسور فرهنگی، ساحت‌های ارتباط غیرکلامی به این شرح هستند:

ظاهر فیزیکی: ظاهر فیزیکی شامل اندازه بدن، شکل بدن، ویژگی‌های مربوط به صورت، رنگ پوست قد، وزن و لباس و اشیایی که استفاده می‌کنیم است (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۹۷).

جنبش‌شناسی: در کتب رایج، برخی انواع ارتباط غیرکلامی را هفت محور دانسته و این نوع ارتباط را «زبان بدن» نام نهاده‌اند که شامل حرکات بدن و صورت و چشم همگی است (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۴۷ و ۵۳). برخی نیز این گونه را بر دو نوع دانسته‌اند: اشاره و حرکت و نیز چهره و رفتار چشمی (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۹۷). هیچ عضوی در بدن به اندازهٔ صورت ارتباط غیرکلامی عمیق و غنی برقرار نمی‌کند (فاکس، ۱۳۹۵: ۹۸). از طرف دیگر، این تقسیم دوگانه نیز موجه است؛ زیرا چهره مهم‌ترین کانال غیرکلامی است (انوشه، ۱۳۹۳: ۱۸۲) و به‌نظر می‌رسد به جهت اهمیت ارتباط چشمی آن را جداگانه تقسیم کرده‌اند. در تأیید اهمیت ارتباط چشمی می‌توان به تحقیق اکمن و فریزن اشاره کرد که ۸۰ تصویر را که نشان‌دهندهٔ شش عاطفه اصلی (شادی، غم، خشم، ترس، تعجب) بودند را به ۸۲ داور نشان دادند و از آنها خواستند تا با استفاده از روش (FACS) حالت‌های عاطفی آنها را بررسی نمایند. نتایج نشان داده است در همهٔ موارد ارتباط چشمی حضور دارد (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۴۷).

اما در هر صورت آن تداخل، تقسیم را کلی‌نگر می‌کند که با روح تقسیم ناسازگار است و این جدا کردن و در عرض هم نهادن هم منطقی نیست و از این رو، پیشنهاد می‌شود این دو، جدا شوند و قسم برای یک مقسم قرار گیرند. عنوان «جنبش‌شناسی» نیز با ابتکار اولیهٔ محقق که این نظریه را ارائه کرده یعنی بیردوسیل که در سال ۱۹۵۲ برای اولین بار واژهٔ «مطالعهٔ ارتباطات از طریق جنبش و حرکت یا حرکات اعضای بدن» را به عالم ارتباطات معرفی کرد و همهٔ این موارد را در نظر داشت (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۵۳) سازگار است.

رفتار آوایی: مطالعهٔ جنبه‌های ارتباطی صدا ارتباطات آوایی یا مطالعهٔ زبان آوایی نامیده می‌شود و شامل ویژگی‌های صدا و کاربرد آن از جمله؛ لهجه‌ای که با آن صحبت می‌کنیم و گویشی که به کار می‌بریم، است (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۹۷). آقای دکتر فرهنگی این نوع ارتباط غیرکلامی را «نشانه‌های بیانی» نامیده است (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۵۲ و ۴۷).

فضا: مطالعهٔ جنبه‌های ارتباطی فضا و مجاورت یا همان فاصلهٔ ارتباطی و پیام‌های آن در این بخش صورت می‌گیرد. و شامل قلمروجویی و استفاده از فضای شخصی است (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۵۳۸ و ۹۷؛ همچنین نک به: فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۲۸).

لمس کردن: که به مطالعهٔ جنبه‌های ارتباطی لمس کردن می‌پردازد (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۹۸-۹۷).

محیط: که تأثیر محیط را بر رفتار ارتباطی انسان و کنترل رفتار ارتباطی انسان بر محیط را بررسی می‌کند و موضوعاتی مثل معماری، دکورهای فضای داخلی، موسیقی، نور، رنگ، دما و عطر و بو، را با این رویکرد تحلیل می‌کند (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۹۹-۹۸).
 زمان: که جنبه‌های ارتباطی زمان را مطالعه می‌کند. میزان تقید به زمان خود دارای پیام است (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۱۰۰-۹۹ و ۵۴۵).

برخی اندیشه‌های دیگر نیز دیگر در تحلیل ارتباطات غیرکلامی قابل توجه هستند. به‌عنوان مثال، ادوارد تی هال^۱ در کتاب زبان سکوت^۲ برای اولین بار بر ابعاد تأثیر زمینه بر ارتباطات فرهنگی تأکید زیاد کرده و مایرز و مایرز نیز تحت تأثیر ایشان در تقسیمی زیبا، ارتباطات غیرکلامی را به دو دسته اصلی تقسیم کرده‌اند: گروه فعالیت‌ها و رفتارها، گروه زمینه‌ها. ایشان سپس گروه زمینه‌ها را به زمان و فضا تقسیم کرده و دیگر عناصر را در گروه رفتارها و فعالیت‌ها قرار داده‌اند (مایرز و مایرز، ۱۳۸۳: ۳۰۶).

اگر بخواهیم با توجه به تلفیق مباحث پیش‌گفته و تصحیح برخی موارد توسط نگارنده و استفاده از نقاط قوت هریک از آن اندیشه‌ها نموداری کامل از انواع ارتباطات غیرکلامی ترسیم کنیم، الگوی زیر برای این مقصود مناسب خواهد بود.



نمودار شماره ۲: ساحت‌های ارتباط غیرکلامی از منظر ارتباط کاوان (منبع: نگارنده)

1 Edward T. Hall.

2 The Silent Language

هنجارهای غیرکلامی آغاز ارتباطات در فرهنگ اسلامی

در این بخش از پژوهش فرارو، آموزه‌های موجود در فرهنگ اسلامی دربارهٔ توصیه‌های هنجاری مرتبط با رفتار غیرکلامی در نقطه آغاز ارتباط در دو بخش تبیین می‌شوند: بخشی به قواعد کلی ارتباط غیرکلامی می‌پردازد و بخشی دیگر به تفصیل و بر اساس چارچوب مفهومی تحقیق، هنجارهای ارتباط غیرکلامی را از منظر فرهنگ اسلامی تبیین می‌کند و هر جا لازم شود و داده‌ها و یافته‌ها اقتضای توسعه یا اصلاح داشته باشند، تغییرات لازم انجام خواهد گرفت. بخش دوم در واقع، تبیین تفصیلی هنجاری بخش اول است و بخش اول، تبیین چرایی و چیستی بخش دوم را انجام می‌دهد و راهبردهای آن را مشخص می‌کند. بخش اول، به یک معنا نیز متأخر از بخش دوم است؛ زیرا در مقام تحقیق، پس از استقرار تفصیلی و محصول نوعی تحلیل تماتیک در آن هنجارهای تفصیلی با افزودن برخی مباحث دیگر است.

قواعد کلی، راهبردها و درونمایهٔ اصلی

قواعد کلی حاکم بر نقطهٔ آغاز ارتباط اجتماعی در ارتباطات درون فرهنگی اسلامی در هفت اصل به شرح زیر معرفی می‌شوند:

اصل ضرورت برقراری و دوام ارتباط میان مؤمنان: ائمهٔ هدی (علیهم السلام) تأکید کرده‌اند با هم در ارتباط باشید و به دیدار هم بروید و راه و سخنان و روش زندگی ما را احیا کنید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۷۵) و پشت به هم نکنید و قطع ارتباط ننمایید (بخاری، ۱۴۲۲: ج ۸، ۱۹) و در وقت سفر هم برای یکدیگر نامه‌نگاری کنید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۷۰). اصولاً از منظر پیامبر خدا و اهل بیت، کسی که نه با مردم الفت گیرد و نه کسی با او الفت گیرد خیری در او نیست (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۰۲؛ بیهقی، ۱۴۲۳: ج ۶، ۲۷۱۹).

از آثار اجتماعی این ارتباطات، صمیمیت‌بخشی و ارائهٔ الگویی از ارتباطات در سبک زندگی اسلامی است (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ۱۸۶) از نظر اخروی نیز اجر فراوان و شگفت‌آوری بر اصل این ارتباط معرفی شده که عامل تشویقی مهمی برای تداوم آن است (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ۱۷۷ - ۱۷۵؛ بیهقی، ۱۴۲۲: ج ۱۱، ۳۳۰).

اصل ارتباط دوست‌دارانه: طبق روایات، حب و بغض فی الله از محکم‌ترین دستگیره‌های ایمان است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۲۵) و اساساً کسی که در راه دین حب و بغض نورزد دین ندارد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۲۷).

در ارتباطات اجتماعی اسلامی نیز طبق روایات، تا مسلمانان همدیگر را دوست نداشته باشند اصلاً مسلمان نیستید (طبرسی، ۱۳۸۵: ۸۴؛ ترمذی، ۱۹۹۸: ج ۴، ۳۴۹) و دو مسلمان که هم را ببینند، برترین آنها کسی است که دیگری را بیشتر دوست بدارد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۲۷؛ حاکم نیشابوری، ۱۴۱۱: ج ۴، ۱۸۹).

اصل ارتباط انس‌آورانه و الفت‌زا: قرآن کریم مؤمنان را برادر خوانده است (حجرات: ۱۰) و در روایات فرموده‌اند مؤمن در کنار مؤمن آرامش می‌یابد چون تشنه‌ای که در کنار آب آرامش می‌یابد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۲۴۷). طبق احادیث، الفت و محبت به هم نقطه مقابل عملکرد شیطان است که سعی دارد در میان مؤمنان دشمنی افکند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۳۴۵).

اصل ارتباط احترام‌آمیز: از اینجا به بعد، تظاهرات رفتاری ارتباط دوست‌دارانه تحلیلی و تبیین می‌شوند. روشن است که مقصود از این ارتباط نیز نه دوست داشتن قلبی صرف که در بحث قبل معرفی شد است، بلکه بروز رفتار احترام‌آمیز مقصود است.

طبق احادیث هر کس برادر مسلمانش نزد او رود و او هم این وارد را گرمی بدارد و احترام کند، در حقیقت خدا را حرمت نهاده است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۲۰۶). در روایات توصیه شده است خود را به ابراز رفتار دوستانه وادار کنید تا آنان هم دوستان بدانند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۴۲)؛ یعنی اگر کسی نتوانست آن محبت قلبی را هم در دل خود ایجاد کند، این رفتار دوستانه را از خود بروز دهد. روشن است در این صورت طرف مقابل هم او را دوست خواهد داشت و کم‌کم آن دوستی قلبی هم ایجاد و در ادامه رفتار صمیمانه عمیق‌تر به دست می‌آید.

در همین راستا، تعظیم و توقیر دوستان نیز از دیگر دستورات روایی است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۳۷). از منظر ارتباط‌شناسی نیز تعریف و تمجید به‌جا و نه چاپلوسی و تملق و سخنان دور از واقعیت نقشی معجزه‌آسا در جلب نظر و همکاری و محبت افراد دارد (مورگان، ۱۳۹۱: ۱۸۵-۱۸۴).

سن و سال (چه بزرگ‌تر و چه کوچک‌تر هر کدام به نوعی) نیز نقش مهمی در اهمیت ارتباط احترام‌آمیز دارند. در همین راستا روایات فرموده‌اند هر کس بزرگ ما را محترم نشمارد و کوچک ما را ترحم نکند، از ما نیست (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۶۵؛ ترمذی، ۱۹۹۸: ج ۴، ۳۲۱).

اصل ارتباط خوشخویانه: خوشخویی در روایات با عنوان حُسن خُلق معرفی شده است. «حُسن» در لغت به معنای زیبایی است (ابن منظور، ۱۴۱۴: ج ۱۳، ۱۱۴). در نتیجه خوشخویی یعنی زیبایی اخلاق. در روایات، رفتار زیبا با مردم ثلث عقل (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۴۳) و در روایت دیگر نصف عقل (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۴۳) دانسته است. همچنین طبق احادیث، مؤمنان خوش‌خو بالاترین ایمان را دارند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۹۹؛ ترمذی، ۱۹۹۸: ج ۲، ۴۵۷) و خوشخویی سبب جلب دوستی و اعتبار اجتماعی (آمدی، ۱۳۶۶: ۲۵۵) و تقویت دوستی موجود است (حرانی، ۱۳۶۳: ۴۵).

مقصود از خوش خلقی در ارتباطات اجتماعی در عرف قرآن و روایات، نرم‌خوئی و خوش‌سخنی و گشاده‌روئی است (نراقی، ۱۳۷۷: ج ۱، ۳۷۳).

اصل ارتباط شادی‌بخش: از منظر روایات، شاد کردن مؤمن محبوب‌ترین کار نزد خداوند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۹) و بالاترین عبادت است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۸) و هر کس مومنی را شاد کند ائمه و پیامبر و خدا را شاد کرده است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۹ - ۱۸۸؛ ابن سمعون، ۱۴۲۳: ج ۱، ۲۴۸) و این سرور نه فقط آفات دنیا را از او دور می‌کند (خطیب بغدادی، ۱۴۲۲: ج ۱۵، ۳۶۷)، بلکه پس از مرگ نیز به صورت مخلوقی درآمده و همراه مؤمن است تا او وارد قبر شود و سپس او را از هر ترس و اندوهی در آن وقت ایمنی می‌دهد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ص ۱۹۱ - ۱۹۲؛ خطیب بغدادی، ۱۴۲۲: ج ۱۵، ۳۶۷). ارتباط شادی‌بخش با ارتباط خوش‌خویانه نوعی همپوشانی دارند که در ادامه بعد توضیح داده خواهد شد.

اصل ارتباط متواضعانه: از دستورات اسلامی این است که با دوستان خود با تواضع رفتار کنید (آمدی، ۱۳۶۶: ۴۳۳). تواضع موجب دوستی بیشتر است (آمدی، ۱۳۶۶: ۲۵۵).

همهٔ این هفت مقوله، در تحلیل ثانوی، دارای قدمشترک هستند به این معنا که می‌توانند همپوشانی‌هایی ظریف داشته باشند، مثلاً ارتباط شادی‌بخش با ارتباط خوش‌خویانه رابطهٔ عموم و خصوص من وجه دارند. توضیح اینکه خوش‌خویی همواره باعث شادکردن دیگران است، مگر در مواردی که گیرندهٔ پیام آمادگی ندارد که در این صورت او را شاد نمی‌کند که البته روشن است، چنین صورتی ارتباطی رخ نداده است و از این رو، محل بحث ما نخواهد بود، اما شاد کردن، در مواردی نوعی خوشخویی است و در موارد دیگر مثل رفع گرفتاری مالی و مادی دیگران که باعث شادی ایشان است، نمی‌تواند خوشخویی نام بگیرد. البته همین افتراق مفهومی

برای ایجاد مقوله‌های مستقل کافی است گرچه در یکی از ساحت‌های افتراق، ارتباطی رخ نداده باشد؛ زیرا مقوله‌بندی، بحثی مفهومی است. با توجه به این تداخل‌های ظریف، لازم است طبق روش‌های تحلیل تماتیک، این مقولات در هم ادغام و هسته محوری آنها کشف شود.

تحلیل ثانوی مقولات نشان می‌دهد، مقوله بنیادی و محور اصلی این قواعد ایجاد انس و محبت و در یک کلمه صمیمیت است؛ زیرا برخی چون ارتباط احترام‌آمیز در ماهیت خود دوستی‌زایی و صمیمیت‌آفرینی و نفرت‌زدایی را به صورت نهفته دارند و برخی چون تواضع، دوستی را به عنوان اثر اجتماعی به همراه دارند. البته همان‌طور که در روایات ذیل مقولات تفصیلی بیان شد، هدف از ایجاد صمیمیت نیز زمینه‌سازی برای کمک به یکدیگر در رشد معنوی است و البته رفع مشکلات مادی و دنیوی نیز در همین راستا یعنی در مسیر رشد معنوی و با این هدف، کاملاً موجه است و از این رو، باید صمیمیت نیز حقیقی و برای خدا باشد تا حقیقتاً دگرخواهی در آن درج شود و ارتباط صمیمی با «دیگری» در آن رخ دهد، نه برای خودخواهی و جلب منفعت شخصی. از این رو، در روایات یادشده، تأکید زیادی بر عبور از خودخواهی نیز قابل استفاده است.

بنابراین، مؤمنان از این الگوها برای تعامل معنوی و تبادل معنویت نیز بهره می‌برند و اصولاً یکی از کارکردهای ارتباطات همین است؛ همان‌طور که فلویید می‌گوید: «معنویت می‌تواند درونمایه مهمی باشد که کنشگرانی که تمایلات معنوی دارند در ارتباطات با هم آن را به اشتراک می‌گذارند» (Floyd, 2011: 8). این الگوها با محوریت این دال مرکزی در نمودار شماره ۳ ارائه شده‌اند.



نمودار شماره ۳: قواعد کلی الگوی هنجاری اسلامی ارتباط غیرکلامی در نقطه آغاز ارتباط در ارتباطات درون فرهنگی مؤمنان (منبع: نگارنده)

هنجارهای تفصیلی

این بخش، بر اساس موازنه‌ای میان چارچوب مفهومی و یافته‌ها تنظیم شده و در نهایت به‌عنوان الگویی قیاسی - داده‌بنیاد که در مباحث روش‌شناسی مقاله توضیح داده استخراج شده است. هنجارهای تفصیلی، در حقیقت شرح عملیاتی قواعد و راهبردهای بحث قبل است که در ساختار ارتباط غیرکلامی هشت بخشی به شرح زیر ارائه شده است:

جایگاه ظاهر فیزیکی در آغاز ارتباطات در فرهنگ اسلامی

اولین پیامی که ما به هر کسی که با او در ارتباط هستیم می‌فرستیم، به‌وسیلهٔ ظاهر فیزیکی مان یعنی اندازهٔ بدن، شکل بدن، ویژگی‌های مربوط به صورت، رنگ پوست قد، وزن و لباس و اشیایی که استفاده می‌کنیم. منتقل می‌شود (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۹۷). اگر همه رفتارهای غیرکلامی شخصی درست باشد، اما ظاهر او از دست و صورت و مو و ناخن و دندان و بوی بدن خوب و جذاب نباشد، ارتباطی برقرار نخواهد شد (فاکس، ۱۳۹۵: ۹۹). جذابیت دارای آثار زیادی در ارتباطات اجتماعی است که روان‌شناسان اجتماعی به آن «اثر هاله‌ای»^۱ می‌گویند. مقصود از این اثر این است که خصوصیات مثبت اشخاص در اظهار نظر دیگران دربارهٔ او اثر می‌نهد (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۲۸۴).

از منظر روایات، خداوند زیبایی و آراستگی و زیباکردن خود را دوست دارد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۶، ۴۴۰). پیامبر اکرم نیز علاوه بر آراستگی درون منزل، قبل از بیرون رفتن از منزل نیز در آینه نگاه کرده و خود را می‌آراست و می‌فرمود خداوند دوست دارد مؤمن وقتی نزد دوستان خود می‌رود با ظاهری آراسته و زیبا برود (طبرسی، ۱۴۱۲: ۳۴) و نیز امام علی (علیه السلام) فرمودند: همان‌طور که خود را برای فرد ناآشنا که برای اولین بار می‌خواهید او را ببینید آراسته می‌کنید، برای برادران دینی هم به‌وقت دیدارشان خود را آراسته کنید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۶، ۴۴۰). روشن است این ظاهر زیبا شامل پوشش و آراستگی مو و ناخن و صورت و بدن همگی هست همان‌طور که در دیگر روایات به این پاکیزگی‌ها یعنی نظافت و آراستگی مو و بهداشت دهان و دندان و ناخن و لباس و بوی خوش و لباس زیبا توجه خاص شده است (نک به: کلینی، ۱۴۰۷: ج ۶، ۴۴۱؛ طبرسی، ۱۴۱۲: ص ۳۳ و ۳۴ و ۴۰ و ۴۹ و ۳۲ و ۶۴ و ۷۰؛ بخاری، ۱۴۲۲: ج ۹، ۸۵؛ ترمذی، بی‌تا: ۴۰؛ ابن‌حنبل، ۱۴۲۱: ج ۵، ۱۶۱).

1 halo effecte

امام صادق (علیه السلام) به یکی از اصحاب خود فرمود همواره زیباترین لباسی که در محل زندگی‌ات مردم می‌پوشند را بپوش (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۶، ۴۴۰). در این روایت بر زیبایی موجود در عرف محل سکونت و فرهنگ آن محیط تأکید شده است.

در باره زنان نیز در روایات به شکل خاص سفارش به زیبایی ظاهر در ارتباطات اجتماعی خود با همدیگر شده است. در حدیث است که زنان گرچه پیر باشند لازم است آراسته باشند گرچه با گردنبندی ساده یا اندکی حنا در دست زدن (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۵، ۵۰۹) و در تعبیر دیگر فرمودند هرگز ناخنشان سفید نباشد گرچه با اندکی حنا باشد (صدوق، ۱۳۶۲: ج ۲، ۵۸۷) و این روایات مطلق است و چه زنان همسر دار و چه بیوه؛ هر دو را شامل است (مجلسی، ۱۴۰۶: ج ۱، ص ۳۱۹ - ۳۱۸). البته روشن است طبق دستور قرآن این آراستگی‌ها و زیبایی‌ها نباید متبرجانه باشد (احزاب: ۳۳) و نیز باید آراستگی و زینت پنهانی خود را از مردان نامحرم پوشیده شود (نور: ۳۱) همان طور که از منظر قواعد اسلامی، بوی خوش برای زنان در نزد نامحرم ناستوده است و از این رو، در روایت است که عطر زنان، رنگش آشکار و بوی آن پنهان است و عطر مردان رنگش پنهان و بویش آشکار است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۶، ۵۱۲؛ ترمذی، بی تا: ۴۰).

جایگاه حرکات و اشارات در آغاز ارتباطات در فرهنگ اسلامی

دستورات اسلامی در آغاز ارتباط یا محوریت ارتباط جنبشی به شرح زیر است:

چهره گشاده: تعابیری چون *طلاقة الوجه* و *حسن البشر* (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۰۳) و انبساط الوجه (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۰۳) در روایات که رویکرد اسلامی مواجهه با مردم است، دارای ظرفیت ارتباط‌شناختی گسترده‌ای هستند. در حدیث است که سه چیز دوستی و محبت برادر مسلمان را برای خالص می‌کند: از جمله مواجهه با صورت گشاده (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۴۳) و نیز: خوش‌رویی چرکینی دل و کینه درون و هرگونه ناراحتی در ارتباطات فیما بین را از بین می‌برد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ص ۱۰۴ - ۱۰۳).

در مقابل این گل‌واژه‌های کلیدی و کلان، مفاهیمی چون عبوسی چهره و انقباض صورت قرار دارد. قرآن کریم مواجهه عبوسانه و روگردانی در برخورد اولیه با مؤمنان را به علت وجود کمبود یا فقدان‌هایی در آنها نکوهش کرده و بخش مهمی از سوره مبارکه «عبس» را به همین اختصاص داده است (عبس: ۱۰ - ۱) *عَبَسَ* عبارت است از ترش کردن چهره و قبض کردن

صورت (طبرسی، ۱۳۷۲: ج ۱۰، ۶۶۴) و روایت است انقباض از مردم، کسب دشمنی می‌کند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۳۸) و عبوسی چهره، انسان را جهنمی می‌کند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۰۳). جمع کردن بین دو چشم را «عبس» می‌گویند (ابن‌منظور، ۱۴۱۴: ج ۱، ۶۸۰). همان‌طور که گفته شد، عبوسی و انقباض صورت با جمع کردن ابروها همراه است. در تحلیل ارتباط شناختی، پایین‌آوردن ابروها روش افراد برای نشان‌دادن تسلط یا تخاصم نسبت به دیگران است درحالی‌که بالا بردن ابروها مطیع و تسلیم‌بودن را نشان می‌دهد (انوشه، ۱۳۹۳: ۱۷۵) یا ابروهای در هم کشیده شده نشانه دهنده ناراحتی و خشم است (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۵۶).

همچنین رفتارهایی در چهره که نشان اهانت و تمسخر در آن باشد نیز در برابر این فضیلت و مورد نهی است. از همین‌رو منفورترین افراد نزد رسول گرامی خدا (ص)، «المُتَشَدِّقُونَ» هستند (ورام، ۱۴۱۰: ج ۱، ۱۹۸؛ ابن‌حبان، ۱۴۰۸: ج ۱۲، ۳۶۸) که در یک معنای آن به معنی کسانی است که با گوشه و کنایه و اشارات دهان دیگران را تمسخر می‌کنند (ابن‌منظور، ۱۴۱۴: ج ۱۰، ۱۷۳). از منظر ارتباط‌شناختی نیز لب‌ها نیز به اندازهٔ چشم‌ها و ابروها در انتقال پیام‌های غیرکلامی، تأثیرگذار هستند و همان‌قدر که خنده مثبت و توأم با احترام حاوی اطلاعاتی مثبت است، خنده استهزاآمیز، تنفربرانگیز و حامل نکات منفی فراوانی در ارتباطات است (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۵۶).

ارتباط چشمی قوی: از پیام‌های ارتباط چشمی ضعیف، بی‌توجهی، صمیمی نبودن و فقدان احساس مثبت است (انوشه، ۱۳۹۳: ۱۵۵) و نگاه طولانی و زیاد، علامت نوعی علاقه است (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۶۲).

پیامبر اکرم در مواجهه با افراد، به شکل کامل به آنها رو می‌کردند نه از گوشهٔ چشم به او نگاه کنند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۱، ۴۴۳؛ بخاری، ۱۴۰۹: ۹۸) و (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵، ۲۰۹). نگاه چپ کردن بدین معنی است که فردی که می‌خواهد عدم رضایت و در عین حال، بی‌توجهی خود را به کسی نشان دهد (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۷۵). البته این نقل هم وجود دارد که پیامبر بیشتر به زمین نگاه می‌کرد و اکثر نگاه کردن‌های او نگاهی کوتاه بود (طبرسی، ۱۴۱۲: ۱۲) و این به جهت منزلت ایشان بوده است که اصحاب از نگاه ایشان که پر از جلال و مهابت بوده است، متأثر نشوند. همچنین دست‌دادن طولانی که در روایات آن در بحث لمس ذکر خواهد شد نیز بدون نگاه طولانی به هم معنا ندارد. این نگاه‌ها باید صمیمانه باشد، نه خشمگینانه و در

حدیث است هر کس با نگاه خود مومنی را بترساند خداوند در قیامت او را هراسان می‌کند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۳۶۸).

خنده و تبسم: لبخند و خنده در تمام دنیا دارای معانی مثبت عاطفی است و برای نشان‌دادن حالت شادی و نشاط افراد به کار می‌رود و اخم کردن در نقطه مقابل است و در هر فرهنگی معنای ناخوشایند دارد (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۷۵؛ انوشه، ۱۳۹۳: ۱۳۹). خنده، علاوه بر آنکه باعث شادی درون فردی می‌شود، در ارتباطات میان فردی نیز شادی‌آفرین است؛ یعنی باعث خنده مخاطب است و اخم نیز باعث تحریک او به اخم است (انوشه، ۱۳۹۳: ۱۴۲). همچنین انسان‌ها وقتی در حال خنده و شوخی هستند، کنترل خود را از دست می‌دهند و به راحتی تحت تأثیر قرار می‌گیرند (برکو و ولوین و ولوین، ۱۳۸۹: ۴۷۷).

پیامبر اکرم همواره در مواجهه با اصحاب خود تبسم می‌کرد (ترمذی، ۱۹۹۸: ج ۶، ۱۵۸). در حدیث است که خندیدن بر رخسار برادر مؤمن حسنه است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۸) و در دستورات ائمه وارد شده است که خداوند فردی که اهل شوخی بدون گناه است را دوست دارد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۶۳) و با هم مزاح کنید که از حسن خلق است و روش پیامبر است که اصحاب خود را با آن شاد می‌کرد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۶۳). البته روشن است افراط در این کار، نکوهیده است همان‌طور که فرمودند خنده زیاد دین را از بین می‌برد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۶۴) یا شوخی‌های اهانت‌آمیز باید جداً پرهیز کرد که خلاف قواعد کلی در مباحث قبل در این مقاله، است.

مواجهه کامل: پیامبر اکرم در مواجهه با افراد به شکل کامل به آنها رو می‌کردند، نه از گوشه چشم به او نگاه کنند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۱، ۴۴۳؛ بخاری، ۱۴۰۹: ۹۸) و (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵، ۲۰۹). از منظر ارتباط‌شناختی نیز انقباض بدن و پرهیز از روبه‌روی هم قرار گرفتن، می‌تواند نشان از روابط منفی باشد و به قول جرارد ایگان شاید رویگردانی صورت، نشان از رویگردانی قلبی بلاشد (بولتون، ۱۳۸۸: ۱۲۶).

استقبال: پیامبر به‌سوی حضرت زهرا (س) بلند می‌شدند و ایشان هم به‌سوی پیامبر بلند می‌شدند (طبری آملی، ۱۳۸۳: ۲۵۳) و پیامبر برای امام علی هم این کار را انجام دادند (شیخ مفید، ۱۴۱۳: ۷۲) و برخی اصحاب هم همین رفتار را با امام علی انجام دادند (اربلی، ۱۳۸۱: ج ۱، ۳۴۵) و برای جعفر هم که از حبشه آمده بود، به استقبال او رفتند (صدوق، ۱۳۶۲: ج ۲،

(۴۸۴)، بلکه وقتی سعد به سراغ پیامبر آمد به انصار فرمودند به استقبال بزرگتان بروید (بخاری، ۱۴۲۲: ج ۵، ۱۱۲).

تکان خوردن در مکان خود: حق مسلمان بر مسلمانی که وارد مجلس شده و بنای نشستن دارد است که برای احترام او تکانی بخورد (طبرسی، ۱۴۲۲: ۲۵).

به پا خاستن: در برخی روایات است که هر کس دوست داشته باشد دیگران برای او بایستند، جایش جهنم است (طوسی، ۱۴۱۴: ۵۳۸؛ ابوداؤد، ۱۴۳۰: ج ۷، ۵۱۶)، اما مرحوم شیخ حر عاملی این نهی را هم چنین تفسیر کرده است که ایستادن مداوم نهی شده است (حرعاملی، ۱۴۰۹: ج ۱۲، ۲۲۷) و علامهٔ مجلسی نیز معتقد است ایستادن در برابر دیگران مکروه نیست، بلکه اگر به اهانت به مؤمن یا بریدن از هم یا دشمنی انجامد، حرام هم هست (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۳، ۳۸).

در تأیید این اندیشه، می‌توان پنج موید ارائه کرد: اولاً این روایت در جوامع شیعی در مواعظ پیامبر به ابوذر است و تأمل در این نصایح نشان می‌دهد این نصایح دارای بندهایی خاص است و هر بند مشتمل بر چند جمله در شرح ابعاد یک مضمون مشترک است. این فراز هم مربوط در بندی مربوط به تکبر است. ثانیاً تعبیر «احب» نیز مؤید همین است. همچنین تعبیر رجال هم خود نوعی اشاره به مردانی به‌عنوان نوچه و محافظ است و لذا به‌شکلی اشاره به مالکان و مایه‌داران یا حاکمان جوری دارد که به جهت حب دنیا، مقامی را به ناحق تصرف کرده‌اند و ثالثاً، نیز امام علی دربارهٔ یکی از غاصبان امامت همین جمله پیامبر را به کار برده و فرمودند تو ظالمانه حق ما را گرفتی و با اشاره به حدیث نبوی، فرمودند تو از کسانی بودی که دوست دارند مردان برای او برپا باشند (خصیبی، ۱۴۱۹: ۱۶۲؛ دیلمی، ۱۴۱۲: ج ۲، ۲۸۵). رابعاً در برخی روایات این اضافه هم وجود دارد که: «لا تَقُومُوا کَمَا تَقُومُ الْأَعَاجِمُ، یَعْظُمُ بَعْضُهَا بَعْضاً» (ابوداؤد، ۱۴۳۰: ج ۷، ۲۱۴)؛ یعنی نکوهش تعظیم آنان که آن هم از سر تحقیر خود و یا الگوبرداری از روش آنان در برابر روش مسلمانان که سلام و دست‌دادن و... است، باشد.

ممکن است گفته شود در برخی روایات دیگر به صراحت فرمودند این کار زشت است، مگر برای خدا و امور دینی انجام شود (برقی، ۱۳۷۱: ج ۱، ص ۲۳۳)؛ پاسخ این است که تعبیر «فی الله» و «فی دین الله» در قرآن و حدیث یعنی در راه رضای الهی و طبق شرع باشد و از مصادیق گناه و زشتی چون ارضای تکبر آن شخص و خودخواهی او و یا خود را خوار کردن نباشد.

رفتار آوایی

زبان آوایی در جذابیت فردی نیز نقش بسزایی ایفاء می‌کند. مثلاً برخورداری از صدایی زیبا و متناسب، باعث لذت شنونده می‌شود، بلکه تأثیر این عامل تا حدی مهم است که حتی باعث نادیده گرفتن صورت، اندام و ارزیابی آنها می‌شود (انوشه، ۱۳۹۳: ۴۲۲).

پیامبر اکرم (ص) اخلاقی نرم داشت و هرگز با صدای بلند و داد و فریاد حرف نمی‌زد (طبرسی، ۱۴۱۲: ۱۴). با وجود اینکه در فرهنگ ارتباطی اعراب، از صدای بلند استفاده می‌شود (تری یاندریس، ۱۳۸۸: ۳۱۱)، قرآن کریم نیز توصیه به صدای آهسته کرده و از استفاده از صدای خیلی بلند نهی کرده است (لقمان: ۱۹). از منظر ارتباط‌شناسی نیز آهنگ صدای ملاپم، تَن پایین و آوای دلسوزانه و صمیمی مختلف، می‌تواند افراد را وادار به برقراری ارتباط و ایجاد صمیمیت کند (انوشه، ۱۳۹۳: ۴۲۶). البته در ارتباط زنان با مردان نامحرم توصیه اکید شده است از صدای نرم و نازک پرهیز کنند (احزاب: ۳۲) که روشن است به جهت دوری از ایجاد روابط صمیمانه نامعقول است.

یکی از رفتارهای آوایی مورد توصیه در آغاز ارتباط نیز عبارت است از «استیناس» که در روایات و تفاسیر به تنحنج یا صدایی در گلو وامثال آنکه تفسیر شده به هنگام وارد شدن در منزل افراد و که پیش از آغاز ارتباط کلامی یعنی سلام کردن توصیه شده است تا آنان اگر در وضعیتی ناخوشایند هستند خود را آماده کنند (نور: ۲۷) (طباطبائی، ۱۴۱۷: ج ۱۵، ۱۰۹؛ ابن‌ماجه، ۱۴۲۸: ۸۳۷).

فضا (فاصله ارتباطی)

استوارت هال می‌گوید فاصله میان فردی در ارتباطات دارای چهار منطقه است: منطقه صمیمی^۱: کسانی که ارتباط صمیمی دارند، در فاصله ۱۸ اینچ از هم قرار می‌گیرند؛ یعنی از صفر تا یک و نیم فوت. منطقه شخصی^۲: کسانی که ارتباط شخصی نزدیک دارند، در فاصله ۱۸ اینچ؛ یعنی از یک و نیم فوت تا چهار فوت از هم قرار می‌گیرند.

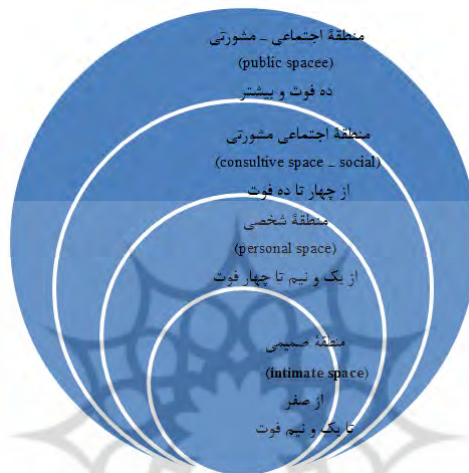
1 intimate space

2 personal space

منطقهٔ اجتماعی-مشورتی^۱: مانند ارتباط متخصصان مشاوره با مراجعان که در فاصلهٔ ۴ تا ۱۰ فوت برگزار می‌شود.

منطقهٔ عمومی^۲: مانند ارتباط سخنرانان با شنوندگان که فاصله‌ای حدود ۱۰ فوت یا بیشتر دارند (Hall 1966, p. 126)^۳

این فاصله‌ها در نمودار شمارهٔ ۴ مشخص شده‌اند.



نمودار شمارهٔ ۴ - فاصله‌های ارتباطی چهارگانه از منظر استوارت هال (منبع: نگارنده)

به طور کلی، آسیایی‌ها، پاکستانی‌ها، آمریکایی‌های بومی، مردم آمریکای شمالی و شمال اروپا حین صحبت کردن، بیشتر از مردم جنوب اروپا، عرب‌ها و آمریکایی‌های جنوبی فاصله می‌گیرند (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۵۳۸؛ همچنین نک به: فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۲۸). در هند، مجموعه‌ای از قواعد فرهنگی دربارهٔ فضای رفتار و مربوط به رعایت فاصله اعضای طبقات متفاوت اجتماعی از یکدیگر قرار داده شده است. این قواعد هنوز در نواحی روستایی جنوب هندوستان مراعات می‌شوند (انوشه، ۱۳۹۳: ۲۶۷).

1 social _ consultive space

2 public spacee

۳ برخی، نوشته‌اند هال منطقهٔ اجتماعی - مشورتی را در فاصلهٔ ۹ تا ۱۲ فوت و منطقهٔ عمومی را در فاصله‌ای حدود ۱۲ فوت یا بیشتر لحاظ کرده است (رک به: هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۶۶)، اما همان‌طور که متن عبارت هال نشان می‌دهد، این دو فاصله، همان است که در متن نوشته شد و در این متون یا اشتباه از مؤلف است و یا مترجم.

جدول شماره ۲. فاصله ارتباطی در میان هندیان (منبع: انوشه، ۱۳۹۳: ۲۶۸)

برهمن‌ها	۲/۱۰ متر
نایارها	۷/۵۰ متر
ایراوان‌ها	۹/۶۰ متر
چرومانی‌ها	۱۹/۲۰ متر
نایدی‌ها	۳۶/۳۰ متر

مباحث بخش بعد، درباره تأکید اسلام بر دست‌دادن و معانقه که شامل عموم مردم است و پیامبر اکرم و ائمه اطهار که سرآمدان جامعه بودند و با همه اصحاب خود بر طبق آن الگوهای ارتباطی رفتار می‌کردند، نشان می‌دهد این فاصله‌ها که حال تحقیق کرده است یا در برخی فرهنگ‌های هندی رایج است، در فرهنگ اسلامی در نقطه آغاز ارتباط میان‌فردی، ملغی اعلام شده و فاصله در میان مؤمنان در این نقطه، همواره در فاصله صمیمی است و تنها فاصله مورد توجه، همان فاصله‌ای است که باعث آزار دیگران شود؛ مثلاً فردی سیر خورده باشد (حر عاملی، ۱۴۰۹: ج ۵، ص ۲۲۷ - ۲۲۶) یا مجلسی باشد که در آن گناه می‌شود و انسان قدرت تغییر آن را ندارد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۳۷۴) و یا در ارتباط بین دو جنس مخالف باشد. در همین راستا تأکید شده است هرگاه دو مؤمن در کنار هم نشستند، کسی بدون اجازه آنان در وسطشان ننشیند (ابوداود، ۱۴۳۰: ۷، ۲۱۴). همچنین پیامبر اکرم در قطع فاصله صمیمانه، دقت داشتند و روایت است آن حضرت در دیدارها هرگز از مخاطب جدا نمی‌شد تا او خود جدا شود (طبرسی، ۱۴۱۲: ۱۷).

لمس کردن

در تحلیل ارتباط‌شناختی، لمس اجتماعی و مؤدبانه به‌ویژه دست‌دادن تأکید بر تعامل انسانی و برابری پایگاه طرفین دارد و لمس دوستانه و گرم (مثلاً در آغوش گرفتن، نوازش آرام دست طرف مقابل) پیام دوستی و صمیمیت را به‌طرف مقابل منتقل می‌کند. لمس سبب می‌شود طرف تمایل یابد درباره مشکلات خود صحبت کند و لمس شونده نگرش مثبت‌تری به ما و محیط پیدا کند (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۵۴-۵۵).

در فرهنگ ایالات متحده، لمس کردن مردها با هم به جز در شرایط بسیار نامتعارف تابو است. از نظر مردهای آفریقایی، عرب و آسیای جنوب شرقی گرفتن دست‌ها به نشانهٔ دوستی، امری رایج است. در بین زن‌های اروپایی دست‌دادن بسیار متداول است (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۵۴۱-۵۴۰). در ژاپن نیز لمس بدنی در هنگام خوشامدگویی متداول نیست (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۷۸). بیشتر مردم بومی قبایل آسیای شرقی و جنوبی و بومیان آمریکا (مثل ناواجو) حتی اعضای خانواده هم را لمس نمی‌کنند (تری یاندریس، ۱۳۸۸: ۳۰۵).

در خاور دور یعنی چین، ژاپن، کره، ویتنام، سنگاپور، دست‌دادن در برخورد مرسوم است، اما دست هم را فشار نمی‌دهند و نیز سلام و علیک آنها با تعظیم برای هم است (فاکس، ۱۳۹۵: ۳۵۷). در آفریقا مردم دست می‌دهند و دستان هم را می‌فشارند و مسلمانان شمال آفریقا دست‌دادنی طولانی دارند (فاکس، ۱۳۹۵: ۳۵۴). اروپایی‌ها دست‌دادنی ملایم و قدری خشک دارند؛ یعنی کوتاه و بدون فشردن دست در آغاز ملاقات‌ها دست می‌دهند (فاکس، ۱۳۹۵: ۳۴۷). استرالیایی‌ها محکم و سریع دست می‌دهند (فاکس، ۱۳۹۵: ۳۶۱). در آمریکای لاتین دست‌دادن‌ها نسبتاً کوتاه و محکم است و معمولاً با جنس مخالف دست نمی‌دهند. همچنین مردها اگر با هم دوست باشند، هم را در آغوش می‌گیرند و زنان، بازوی هم را گرفته و یکدیگر را در آغوش می‌گیرند (فاکس، ۱۳۹۵: ۳۶۳).

محورهای ارتباطات لمسی در آغاز ارتباط در فرهنگ اسلامی به شرح زیر است:

دست‌دادن صمیمانه: از توصیه‌های اسلامی در آغاز دیدارها این است که با هم دست بدهید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ص ۱۸۴ - ۱۸۳) و روایت است که هرگاه مؤمنان هم را ببینند و دست بدهند، همواره خداوند به آنان نگاه می‌کند و گناهان آنان چون برگ درخت می‌ریزد تا از هم جدا شوند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۷۹).
دست‌دادن صمیمانه مرکب از چند مؤلفه است:

دست‌دادن با محبت: هرگاه دو مؤمن هم را ببینند و دست بدهند، خداوند دست خود را در دستان آنان می‌برد و با آن فرد که بیشترین محبت با فرد دیگر دارد دست می‌دهد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۷۹).

دست‌دادن طولانی: پیامبر هرگز اولین نفر نبود که دست خود را در مصافحه می‌کشید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۲؛ ابوداود، ۱۴۳۰: ج ۴، ۲۵۱) و در حدیث است آنکه مصافحه را آخر رها کند اجرش بیشتر است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۱).

اکثر مطالعات، طول مدت متوسط برای دست‌دادن را ۵ ثانیه محاسبه کرده‌اند. اگر طول مدت دست‌دادن، کمتر از زمان مورد انتظار فرد مقابل باشد، نشان‌دهنده عدم علاقه فرد به ارتباط می‌باشد. طول مدت دست‌دادن بیش از حد انتظار، نشان‌دهنده علاقه برای ایجاد یا تحکیم رابطه است (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۶۳).^۱

دست‌دادن با دست راست: پیامبر کارهای خود را همگی با دست راست انجام می‌داد (طبرسی، ۱۴۱۲: ۲۳).

فشردن دست‌های هم: راوی می‌گوید امام باقر با من دست داد و به محکمی دستم را فشرد و فرمود هرگاه مؤمن با مؤمن دیگر دست دهد و انگشتان خود را در هم بفشارند، مگر اینکه گناهان آنان چون برگ درخت در روز پاییز می‌ریزد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۰). از منظر ارتباط‌شناختی نیز دست‌دادن شل به معنای عدم تمایل برای برقراری ارتباط است (فاکس، ۱۳۹۵: ۱۱۲).

دست‌دادن مکرر در دیدارهایی با فاصله بسیار کم: روایت است که اگر یک درخت خرما بینتان فاصله افتاد و هم را در پشت آن دیدید، مجدداً دست بدهید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۱) و اصحاب پیامبر هم همین گونه عمل می‌کردند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۱) و راوی می‌گوید در سفری که با امام بودم هرگاه سوار هودج می‌شدیم، وقتی امام وارد می‌شد، به گونه‌ای با من سلام می‌کرد و پرس‌وجو می‌کرد و دست می‌داد که گویا قبلاً مرا ندیده و هر وقت پیاده می‌شدیم هم من زودتر پیاده می‌شدم و ایشان که پیاده می‌شدند، باز به محض دیدنم همان‌طور عمل می‌کردند و اگر بارها تکرار می‌شد، همان‌طور عمل می‌کرد (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۷۹).

معانقه: معانقه نیز در کنار مصافحه در آغاز دیدارها توصیه شده است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ص ۱۸۴ - ۱۸۳) و در برخی روایات فرمودند در دیدار غیرمسافر، مصافحه و در برگشت از سفر معانقه کنید (طبرانی، بی تا: ج ۱، ص ۳۷) که آن مطلق بر این مقید حمل می‌شود.

۱ البته دست‌دادن محکم و طولانی تنها در بین مسلمانان رایج نیست، بلکه به‌طور گسترده‌ای در میان پیروان کلیسا عیسی مسیح قدیسان آخرالزمان (کلیسای مورمون) استفاده می‌شود که آن را «دست‌دادن مورمون» می‌نامند (ناوارو، ۱۳۹۶: ۱۶۰). در ایالات متحده، مردان غالباً از اینکه دستان هم را نگه دارند، معذب می‌شوند، مگر در دوران کودکی و در بعضی آئین‌های مذهبی خاص (ناوارو، ۱۳۹۶: ۱۶۲).

دست بر سر کودکان کشیدن: پیامبر کودکان اصحاب خود را که می‌دیدند هم به آنان سلام می‌کردند و هم دست بر سرشان می‌کشیدند (ابن حبان، ۱۴۰۸: ج ۲، ۲۰۵).
 بوسیدن: در دیدارها محل نور در پیشانی هم را بوسید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۵).
 در مورد بوسیدن دست، روایت است که دست کسی چیز پیامبر یا کسی که نیتت پیامبر باشد و به خاطر او باشد را نباید بوسید (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۵) که مقصود از این شخص، هم ائمهٔ معصومین است و هم علمای حقیقی که وارثان انبیا هستند (فیض کاشانی، ۱۴۲۵: ج ۱، ص ۶۷۱).

جنسیت و لمس

از نظر جنسیت نیز جنس مؤنث، در صورت لمس شدن، علاقهٔ بیشتری به لمس‌کننده و آن محیط می‌یابد (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۵۵). همان‌طور که گفته شده، علت کاهش استفاده از لامسه در بزرگسالی نسبت به دوران کودکی، بلوغ جنسی می‌باشد. زیاد لمس کردن، محوری‌ترین کنش افراد در روابط جنسی می‌باشد، به همین خاطر تماس فیزیکی در بزرگسالی محتاطانه‌تر انجام می‌شود (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۷۹ - ۷۸)، به همین جهت در روایات بوسه بر دهان، تنها برای همسر و فرزند کوچک مجاز است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۱۸۶) و نیز زن و مرد نامحرم نباید با هم دست بدهند، مگر از زیر لباس و در این صورت هم نباید دست هم را بفشارند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۵، ۵۲۵).

البته اینکه برخی گفته‌اند: زنان عرب به هیچ وجه در جمع به یکدیگر دست نمی‌زنند، یا مجاز به معانقه و بوسیدن هم نیستند (ریچموند و کروسکی، ۱۳۸۸: ۵۲۹؛ انوشه، ۱۳۹۳: ۲۷۲)؛ این نه یعنی رفتار آنان لزوماً اسلامی است؛ زیرا همان‌طور که گفته شد، روایات به همه توصیه کرده‌اند دست بدهند و قاعدهٔ اولیه نیز اشتراک زن و مرد در تعالیم اسلامی است مگر خلاف آن ثابت شود.

محیط

این مبحث، بیشتر در چیدمان محیط و وسایل آن بیشتر در مهمانی در خانه‌ها و دفاتر کاری و مراکز مصاحبه و مشاوره مطرح است که افراد در آن محیط احساس راحتی و صمیمیت کنند یا خشکی و خستگی (هارجی، ساندرز و دیکسون، ۱۳۹۰: ۷۲). در روایات اسلامی چیزی که بتوان به عنوان ارتباط محیطی آن هم در نقطهٔ آغاز ارتباط مطرح کرد، همان ایجادکردن

فضای مکانی مناسب و راحت برای نشستن افراد است که نوعی احترام نهادن به آنان و سبب صمیمیت مضاعف است. در روایات، قراردادن متکا برای کسی که به دیدار ما آمده، در سیره اهل بیت وجود دارد و ارزش اخروی فراوانی برای آن ذکر شده است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۲۰۷ و ۶۴۳؛ طبرسی، ۱۴۱۲: ۲۱ و ۲۴). جا باز کردن برای مومنی که در کنار ما می‌نشیند نیز در همین راستا قابل ارائه است که از دستورات قرآنی است (مجادله: ۱۱) که همه مجالس را شامل است، نه همان مجلس پیامبر (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۱۹، ۱۸۸) و نیز جا باز کردن به تصریح روایت، سبب می‌شود دوستی و محبت برادر مسلمان را برای دیگری خالص می‌کند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۴۳).

زمان

مفهوم زمان، از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. از نظر «ادوارد هال» زمان سفیدپوستان در مواردی بسیار دقیق‌تر است. باید در نظر داشت که فرهنگ‌های کمتر صنعتی، به زمان اعتنای کمتری از فرهنگ‌های صنعتی‌تر دارند (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۴). در فرهنگ آمریکایی وقت‌شناسی یعنی انجام کاری در ساعت خاص و نهایتاً پنج دقیقه تفاوت، اما در نزد یک مکزیکی یعنی انجام در یک وقت معقول (برکو و ولوین و ولوین، ۱۳۸۹: ۱۲۱). برخی ارتباط‌کاوان، فرهنگ آمریکایی را به‌عنوان الگویی دقیق از وقت‌شناسی را در مقابل اعراب قرار داده که زمان برایشان چندان مهم نیست (برکو و ولوین و ولوین، ۱۳۸۹: ۱۲۳)، اما این فرهنگ عربی، ربطی به فرهنگ اسلامی که همواره بر نظم تأکید کرده است ندارد. در فرهنگ اسلامی، زمان دارای اهمیت فرهنگی خاص (خصوصاً در نقطه آغاز ارتباط) است. پیامبر اکرم با کسی قراری داشتند و سه روز منتظر ماندند تا او بالاخره آمد (طبرسی، ۱۴۱۲: ۲۱). در روایت نیز امام علی به نظم در کنار تقوای الهی توصیه فرمودند (نهج البلاغه، ۴۲۱).

مدل هنجاری

محورهای هشت‌گانه ارتباط غیرکلامی، در حقیقت کانال‌های غیرکلامی است (فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۴) و نیز نک به: انوشه، ۱۳۹۳: ۱۸۲) و در مبادله پیام غیرکلامی میان دو مؤمن در نقطه آغاز ارتباط همان‌طور که در مباحث قرآنی و روایی دیده شد، دال مرکزی پیام نیز همان ایجاد صمیمیت و محبت البته برای رضای خدا و پرهیز از موانع و امور متضاد آن است. از طرف دیگر،

گیرندهٔ پیام هم باید از این اکرامات را قبول کند، وگرنه در روایت فرمودند حمار است (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۶۵۹) و نیز باید در پس فرست این پیام، به مثل یا بهتر جواب دهد؛ زیرا پاسخ نیکی به مثل یا بهتر، دستوری قرآنی و شامل هر نوع نیکی از سلام کردن و غیر آن است (نساء: ۸۶) و (قمی، ۱۴۰۴: ج ۱، ۱۴۵).

این مبادله در نمودار شماره ۵ ارائه شده است.



نمودار شماره ۵ - مدل هنجاری ارتباطات غیرکلامی در نقطهٔ آغاز ارتباطات در فرهنگ اسلامی

(منبع: نگارنده ۰۰۲۹)

نتیجه گیری

نظریهٔ هنجاری، همواره از مکتبها و مبانی فلسفی و سیاسی و آرمانها استخراج می شود و البته به صورت پنهان در نظریهٔ توصیفی نیز حضور دارد. این تحقیق، با استمداد از روش تحلیلی اجتهاد، به استخراج نظریهٔ هنجاری اسلامی در نقطهٔ آغاز ارتباط همت گماشت.

پژوههٔ فرارو، ابتدا اصول و مبانی نظری مورد نیاز خود در بحث ارتباط غیرکلامی را تمهید نمود و ناهمواریهای موجود میان اندیشه‌های نظری رایج در کانالهای ارتباطات غیرکلامی را در راستای تولید یک الگوی نظری یکدست که در تحقیق فرارو کارایی لازم را داشته باشد، رفع نمود. پس از این، در تبیین مفهوم نظریهٔ هنجاری تلاش کرد و با تحلیل ابعاد آن، این مفهوم را نیز در راستای تولید زیرساخت نظری لازم در تحقیق معرفی کرد.

در مرحلهٔ دوم، بنیادها و اصول کلی حاکم بر ارتباط غیرکلامی در نقطهٔ آغاز ارتباط از منظر قرآن و حدیث را که همان مضامین و الگوهای کلی هستند، معرفی کند. این تم‌های کلی، در

تحلیل ثانوی، دارای یک مضمون مشترک و اساسی بودند که همان ایجاد صمیمیت و محبت افزایشی در ارتباط و در نتیجه، صلح و آرامش و مودت اجتماعی با هدف نهایی کسب رضایت الهی بود؛ زیرا زندگی مؤمنانه و خداخواهی و معنویت‌جویی نیز تنها در بستر آرامش و دوستی اجتماعی میسر است و از این رو، ارتباط صمیمانه، خود محبوب الهی است که رضایت او را جلب می‌کند.

در مرحله سوم، هنجارهای تفصیلی حاکم بر کانال‌های ارتباط غیرکلامی در این نقطه را از منظر قرانت و حدیث تبیین شد که در ادامه، نمودار شماره ۵ در پاسخ به هشت پرسش فرعی تحقیق یعنی توصیه‌های هنجاری فرهنگ اسلامی درباره ظاهر فیزیکی، اشاره و حرکت دست و سر، چهره و رفتار چشم، رفتار آوایی، لمس، محیط، فضا، زمان معرفی شده است. در این نمودار، هفت شاخه فرعی به بیان هنجارها در پاسخ به آن هشت پرسش پرداخته‌اند که پرسش دوم و سوم در یک شاخه با عنوان «جنبش‌شناسی» ارائه شده و در ذیل آن در دو خوشه مجزا به آن دو پرسش جواب داده شده است. در میان این هنجارها، ارتباط لمسی دارای برجستگی خاصی است و روایات متعدد بر برگزاری ارتباط از طریق این کانال غیرکلامی به صورت‌هایی چون معانقه و دست‌دادن تأکید کرده‌اند. در خوشه ارتباط لمسی نیز الگوهایی خاص ارائه شده که در هیچ فرهنگی یافت نشده است. تأکید بر جذابیت در ظاهر (پوشش و مو و نظافت و...) نیز از دیگر مؤلفه‌های نقطه آغاز ارتباط غیرکلامی در فرهنگ اسلامی است که در رتبه بعد از ارتباط لمسی قرار دارد.

در مرحله چهارم، مدلی از تعامل غیرکلامی در نقطه آغاز ارتباط با توجه به دال مرکزی یعنی صمیمیت، به عنوان آخرین دستاوردهای این تحقیق استخراج شده است. در این مدل نیز ایجاد فضای عاطفی و صمیمیت مشترک با هدف کسب رضایت الهی و نیز تعاملی بودن ارسال پیام صمیمیت و تسهیم آن در میان ارتباط‌گران تجسم یافته است.

منابع

- 0 قرآن کریم.
- 0 ابن حبان، محمد بن حبان (۱۴۰۸)، الاحسان فی تقریب صحیح ابن حبان (ترتیب ابن بلبان)، بیروت: مؤسسه الرساله.
- 0 ابن حنبل، أحمد بن محمد (۱۴۲۱)، مسند الإمام أحمد، بیروت: مؤسسه الرساله.
- 0 ابن سمعون، محمد بن أحمد (۱۴۲۳)، أمالی ابن سمعون، بیروت، دار البشائر الإسلامية.
- 0 ابن ماجه، محمد بن یزید (۱۴۲۸)، سنن ابن ماجه، بیروت: دار الفکر.
- 0 ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴)، لسان العرب، بیروت: دار الکتب العربیة.
- 0 أبوداود، سلیمان بن الأشعث (۱۴۳۰)، سنن أبی داود، دار الرساله العالمیة.
- 0 اربلی، علی بن عیسی (۱۳۸۱)، کشف الغمّة، تبریز: بی نا.
- 0 انوشه، سید محمود (۱۳۹۳)، ارتباط غیر کلامی، تهران: انتشارات اندیشه جوان.
- 0 اولسون، جین و بنو سیگنایزر، سون ویندال (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- 0 آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۳۶۶)، تصنیف غرر الحکم، قم: بی نا.
- 0 بابایی، احسان؛ محمد مسعود؛ کامران ربیعی؛ بهادر زمانی (۱۳۹۵)، «نظریه هنجاری و ویژگی های آن در مطالعات شهری»، روش شناسی علوم انسانی، دوره ۲۲، شماره ۸۹، زمستان، صفحه ۵۷ - 78.
- 0 بخاری، محمد بن اسماعیل (۱۴۲۲)، صحیح البخاری، بیروت: دار طوق النجاة.
- 0 بخاری، محمد بن اسماعیل (۱۴۰۹)، الأدب المفرد، بیروت: دار البشائر الإسلامية.
- 0 برقی، احمد بن محمد (۱۳۷۱)، المحاسن، تهران: دار الکتب الاسلامیة.
- 0 برکو، ری ام و آندرو دی. ولوین و دارلین آر (۱۳۸۹)، ولوین، مدیریت ارتباطات، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- 0 بلیک، رید وادوین هارولدسن (۱۳۹۳)، طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: انتشارات سروش.
- 0 بواس ورت، ژان ماری و مادلن بودری (۱۳۷۸)، اثبات شخصیت خود در برقراری ارتباط با دیگران، مترجم: محمد راد، تهران: انتشارات نسل نو اندیش.
- 0 بولتون، رابرت (۱۳۸۸)، روان شناسی روابط انسانی، تهران: انتشارات رشد.
- 0 بیهقی، احمد بن حسین (۱۴۲۳)، شعب الایمان، بیروت: دار الفکر.
- 0 ترمذی، محمد بن عیسی (۱۹۹۸)، سنن الترمذی، بیروت: دار الغرب الإسلامی.

- 0 ترمذی، محمد بن عیسی (بی تا)، الشمائل المحمدیه، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- 0 تفضلی، فریدون (۱۳۸۵)، تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دوره معاصر)، تهران: نشر نی.
- 0 حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۶)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت.
- 0 حاکم نیشابوری، محمد بن عبدالله (۱۴۱۱)، المستدرک علی الصحیحین، بیروت: دارالکتب العلمیه.
- 0 حرعاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹)، وسائل الشیعۀ، قم: آل البيت.
- 0 خرائطی، محمد بن جعفر (۱۴۱۹)، مکارم الأخلاق، قاهره: دارالآفاق العربیه.
- 0 خصیبی، حسین بن حمدان (۱۴۱۹)، الهدایة الکبری، بیروت: البلاغ.
- 0 خطیب بغدادی، أحمد بن علی (۱۴۲۲)، تاریخ بغداد، بیروت: دارالغرب الإسلامی.
- 0 دیلمی، حسن بن محمد (۱۴۱۲)، إرشاد القلوب، قم: بی نا.
- 0 ریچموند ویرجینیایی، جیمز سی مک کروسکی (۱۳۸۸)، رفتار غیرکلامی، مترجمان: فاطمه سادات موسوی و ژیلا عبدالله پور؛ زیر نظر دکتر غلامرضا آذری، تهران: نشر دانژه.
- 0 سورین ورنر - تانکارد جیمز (۱۳۸۶)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- 0 شریف‌الرضی، محمد بن حسین (۱۴۱۴)، نهج البلاغۀ، قم: هجرت.
- 0 شیخ انصاری، مرتضی (۱۴۲۸)، فرائد الأصول، قم: مجمع الفکر الاسلامی.
- 0 شیخ بهائی، محمد بن حسین (۱۳۹۰)، الوجیزة، قم: بصیرتی.
- 0 صدوق. محمد بن علی (۱۳۶۲)، الخصال، قم: انتشارات اسلامی.
- 0 صدوق. محمد بن علی (۱۳۷۸)، عیون أخبار الرضا علیه السلام، تهران: نشر جهان.
- 0 طباطبایی، سید محمدحسین (۱۴۱۷)، المیزان، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- 0 طبرانی، سلیمان بن أحمد (بی تا)، المعجم الأوسط، قاهره: دارالحرمین.
- 0 طبرسی، حسن بن فضل (۱۴۱۲)، مکارم الأخلاق، قم: الشریف‌الرضی.
- 0 طبرسی، علی بن حسن (۱۳۸۵)، مشکاة الأنوار، نجف: المكتبة الحیدریة.
- 0 طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲)، مجمع البیان، تهران: انتشارات ناصر خسرو.
- 0 طبری آملی، محمد بن ابی القاسم (۱۳۸۳)، بشارة المصطفی لشیعۀ المرتضی، نجف: المكتبة الحیدریة.
- 0 طوسی، محمد بن الحسن (۱۴۱۴)، الأمالی، قم: دارالثقافة.
- 0 عبدخدایی، مجتبی؛ معصومه جمالی (۱۳۹۵)، «بایسته‌های نظریه‌پردازی اسلامی روابط بین الملل»، تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، تابستان، دوره ۸، شماره ۲۷، ص ۲۴۶ - ۲۲۱.

- 0 فاکس، سو (۱۳۹۵)، آداب معاشرت در محیط کار، مترجم: آریتا زمانی، تهران: انتشارات هیرمند.
- 0 فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۵)، ارتباطات غیر کلامی، تهران: انتشارات میدانچی.
- 0 فی، برایان (۱۳۹۰)، پارادایم‌شناسی علوم انسانی، ترجمه دکتر مرتضی مردیها، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- 0 فیض کاشانی، محمدحسین (۱۴۲۵)، الشافی، تهران: دار نشراللوحالمحفوظ.
- 0 قلی‌پور، رحمت‌الله (۱۳۹۶)، تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی، تهران، سمت.
- 0 قمی، علی بن ابراهیم (۱۴۰۴)، تفسیرالقمی، قم.
- 0 کرایپ، یان (۱۳۸۶)، نظریه اجتماعی مدرن؛ از پارسونز تا هابرماس، تهران: نشر آگه.
- 0 گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷)، جامعه‌شناسی، تهران: نشر نی.
- 0 مایرز، گیل. ای.، مایرز، میشله. تی (۱۳۸۳)، پویایی ارتباطات انسانی، ترجمه حوا صابر آملی، تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.
- 0 مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳)، بحار الأنوار، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- 0 مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۴)، مرآة العقول، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- 0 مجلسی، محمدتقی (۱۴۰۶)، روضة المتقین، قم: مؤسسه کوشاپور.
- 0 محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۵)، ارتباط‌شناسی، تهران: سروش.
- 0 مفید، محمد بن محمد (۱۴۱۳)، الأمالی، قم: کنگره شیخ مفید.
- 0 مک کوایل، دنیس (۱۳۸۵)، نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات رسانه‌ها.
- 0 مورگان، جان (۱۳۹۱)، آیین و آداب معاشرت، مترجم: جهانگیر افخمی، تهران: انتشارات ارمغان.
- 0 مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۲)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- 0 میچل، ماری وجان کور (۱۳۹۲)، آداب معاشرت برای همه، مترجم: زاله طاهر نسب، تهران: نشر شورآفرین.
- 0 ناعمی، علیمحمد (۱۳۸۹)، روان‌شناسی آموزش مهارت‌های ارتباط و زبان، مشهد، انتشارات آستان قدس.
- 0 ناوارو، جو (۱۳۹۶)، زبان بدن، ترجمه امیر انصاری، تهران: انتشارات آموخته.
- 0 نراقی ملامحمد مهدی (۱۳۷۷)، علم اخلاق اسلامی (ترجمه جامع السعادات)، ترجمه سیدجلال الدین مجتوبی، تهران: انتشارات حکمت.

- 0 نعمت‌الهی، داود (۱۳۹۶)، آداب معاشرت برای همه، تهران: نشر معیار علم.
- 0 ورام، مسعود بن عیسی (۱۴۱۰)، تنبیه‌الخواطر، قم: مکتبه فقیه.
- 0 هارجی، اون و کریستین ساندرز و دیوید دیکسون (۱۳۹۰)، مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان‌فردی، ترجمه مهرداد فیروزبخت و خشایار بیگی، تهران: رشد.
- 0 Bennis, Warren G. , (1985), The Planning of Change. New York: Holt Rinehart & Winston.
- 0 Hall, E. T (1966). The hidden dimension. Garden City, N. Y. : Doubleday.
- 0 Dean, James M. ; A. M. C. Waterman (auth.); James M. Dean, A. M. C. Waterman (eds.); (1999), Religion and Economics_ Normative Social Theory, Springer, Netherlands.
- 0 Floyd, Kory (2011). Interpersonal Communication, New York: McGraw – Hill, 2edition.
- 0 Horton, Paul B. , Chester L. Hunt, (1986), Sociology, New York: McGraw – Hill.
- 0 McQuail, Denis, (2010), McQuail’s Mass Communication Theory, 6th edition., London: SAGE Publications.
- 0 Mehrabian, Albert (۲۰۱۷). Nonverbal Communication. New York: Routledge.
- 0 Tiberius, Valerie; Hall, Alicia; (2010) Normative theory and psychological research: Hedonism, eudaimonism, and why it matters; The Journal of Positive Psychology ; Vol. 5, No. 3, May; Pp 212 – 225.
- 0 Wood, Julia T. , (2014), Communication Mosaics: Interpersonal Communication, Eighth Edition , Boston: Cengage Learning.