

بازنگری به اثربخشی «خوش خلقی - تند خلقی» هدایت‌گرا اخلاقی در متقاعدسازی مخاطب

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۴/۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۲۸

ماریه سیدقریشی^۱
ابراهیم نزهت^۲
عبدالله عمادی^۳

چکیده

در این تحقیق با بررسی یکی از ویژگی‌های منشی هدایت‌گرا اخلاقی که درصدد راهنمایی دیگران به انجام کار خوب و ترک کار بد است؛ یعنی خوش خلقی - تند خلقی، به تحلیل نقش آن‌ها در متقاعدسازی مخاطب پرداخته شده است. بررسی متون نقلی و تحلیل منطقی، این نتیجه را به دست داده است که هریک از منش خوش خلقی و تند خلقی، در متقاعدسازی مخاطب نقش دارند. برای خوش خلقی طبق اطلاعات به دست آمده از متون و مشارکت کنندگان در تحقیق، ۲۵ کد رفتاری متقاعدکننده برشمرده شده و در میان مصادیق متعدد تند خلقی، پنج رفتار «واکنش اعراضی»، «عبوست»، «عدم مدارا»، «عتاب» و «مهار خشم»، از منظر آیات و روایات مورد تحقیق قرار گرفته است. این تحقیق بیان‌گران است که خوش خلقی و تند خلقی - هریک - از دو مسیر مرکزی و پیرامونی، به متقاعدسازی مخاطب منجر می‌شوند. **کلیدواژه‌ها:** هدایت‌گرا اخلاقی، متقاعدسازی، خوش خلقی، تند خلقی.

۱. استادیار دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) (ghoreish@ut.ac.ir).

۲. دانشیار دانشگاه تهران (enozhat@ut.ac.ir).

۳. دانشجوی دکتری دانشگاه تهران (emadii@ut.ac.ir).

۱. بیان مسأله

هدایت‌گری اخلاقی به این معناست که شخص هدایت‌گر، شخص یا اشخاص دیگر را نسبت به عمل درست و کار خوب راهنمایی کند.^۴ هدایت‌گر اخلاقی،^۵ اصطلاحی معادل «راهنمای اخلاق»، اعم از محقق اخلاق، معلم اخلاق، مربی اخلاق، مشاور اخلاق، مبلغ و مروج اخلاق است یا می‌تواند در مقام سیاست‌گذار و مصلح اجتماعی و مهندس اخلاق ظاهر شود.^۶ همه این‌ها نقش‌هایی است که با موضوع اخلاق و برای رهنمونی دیگران فعالیت می‌کند و به دنبال تأثیر فعالیت خود بر متعلم، مبتربی یا مخاطب خود هستند.^۷ لذا هدایت‌گر، عنوانی است که بر همه آن‌ها صدق می‌کند؛ علاوه بر آن که عموم افرادی را که به عنوان تذکر، نصیحت یا امر به معروف در یک موقعیت، گزاره و آموزه‌ای اخلاقی ارائه می‌دهند نیز شامل می‌شود. در هر یک از این حیطه‌ها ممکن است افراد نقش راهنماهای اخلاقی داشته باشند و با هدف معرفی یا پیشنهاد تصمیم و رفتار درست به مخاطبان خود، دستورالعمل اخلاقی بدهند. با وجود این گوناگونی در صنف و شکل، وجه مشترکی که در همه این مصادیق، هدف هدایت‌گر است، «متقاعد کردن» مخاطب و «تغییر محیط» است. مطلوب هر «راهنمایی اخلاقی»، این هدف است که مخاطب، آن را بپذیرد و متقاعد شود؛ به گونه‌ای که «نگرش» یا «رفتار» او را تغییر دهد؛ نه آن‌که فقط راهنمایی کند و تأثیری در واقعیت نداشته باشد.

یکی از سؤالاتی که در این زمینه قابل طرح و بررسی است، در خصوص «خوش‌خلقی» - بدخلقی» هدایت‌گر در مواجهه با مخاطب است؛ این‌که مجموعه حالت‌ها و رفتارهایی که متصف به خوش‌خلقی یا بدخلقی می‌شوند، چه نقشی در متقاعدسازی مخاطب دارند. آیا منش متقاعدکننده، در همه موقعیت‌های ارتباطی با مخاطب، «خوش‌خلقی» است؟ و «بدخلقی» در همه موقعیت‌ها، فاقد اثربخشی و متقاعدکنندگی است. یا آن‌که منش «بدخلقی» نیز در برخی موقعیت‌ها، در متقاعدسازی مخاطب نقش دارد؟

از سویی، تجربه زیسته ما نشان می‌دهد اخلاق خوش، تسهیل‌کننده هر ارتباطی است که

4. Compassion and Moral Guidance، 13.

5. Moral guide.

6. Moral guidance, moral philosophy, and moral issues in practice، 22.

۷. نقش مربی در تربیت اخلاقی، ص ۵۶-۵۸.

به هدف تأثیرگذاری بر طرف مقابل برقرار می‌شود. چهره باز، لبخند، گرم گرفتن، نگاه گیرا و محبت آمیز، گاه زبان نرم و شوخی، آسان‌گیری، لحن زیبا، علائمی است که وقتی آن را در یک نفر می‌بینیم، تمایل بیشتری به برقراری رابطه با وی داریم. لذا اگر کسی درصدد انتقال پیامی به مخاطبی باشد، اخلاق خوش، به عنصر «جذابیت» و «محبوبیت» وی می‌افزاید و ضریب تأثیرگذاری اش را بالا می‌برد. در تحقیقات روان‌شناسی اجتماعی، در تحقیقات زیمباردو و لیب (۱۹۹۱) هم ارتباط «خوش خلقی» فرستنده پیام با متقاعد شدن مخاطب معنادار دانسته شده است.^۸ همچنین اتولربینگر، دل‌پذیر بودن و دوست داشتنی بودن را هم به خصوصیات منبع پیام می‌افزاید.^۹ در متون دینی نیز توصیه‌های زیادی به خوش خلقی در ارتباط با دیگران و درباره نرم‌خویی در هدایت‌گری وارد شده است.^{۱۰} این یافته‌ها، این تلقی عرفی را ایجاد می‌کند که در همه موقعیت‌های هدایت‌گری، خوش خلقی یک اصل اخلاقی ثابت است.

از سوی دیگر، سنخ هدایت‌گری در برخی موقعیت‌ها طوری است که زمینه تنش و اختلاف با مخاطب در آن هست و ممکن است همراه با حالات و روش‌هایی مثل «ناراحتی»، «غیرت‌ورزی»، «اعراض» و «اعتراض» باشد؛ مثلاً در نهی از منکر، حالت درونی «هدایت‌گر»، در مواجهه با ترک معروف یا انجام منکر، «انکار قلبی» است که اظهار آن ممکن است همراه با حالت‌های تندخویی مانند اخم و ترش‌رویی باشد.

همچنین در روایات به مواردی برمی‌خوریم که بین آن‌ها و توصیه به خوش خلقی، تناقض اولیه‌ای وجود دارد و به نظر می‌رسد لزوم خوش اخلاقی هدایت‌گر را نقض می‌کند؛ چه که همه روایات توصیه به خوش رفتاری در هنگام هدایت‌گری نکرده‌اند، بلکه در برخی روایات از آن نهی شده است! به عنوان نمونه، امام علی علیه السلام می‌فرماید:

أَمَرْنَا رَسُولُ اللَّهِ أَنْ نَلْقَى أَهْلَ الْمُعَاصِي بِوُجُوهِ مُكْفَهَرَةٍ.^{۱۱}

۸. مبانی نظری و عملی اقناع، ص ۴۷.

۹. ارتباطات اقناعی، ص ۳۶.

۱۰. «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى» (سوره طه، آیه ۴۴)؛ «فبما رحمه من الله لنت لهم ولو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك» (سوره آل عمران، آیه ۱۵۹)، «لَا يَأْمُرُ بِالْمَعْرُوفِ وَلَا يَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ إِلَّا مَنْ كَانَ فِيهِ ثَلَاثٌ رَفِيقًا بِمَا يَأْمُرُ بِهِ رَفِيقًا بِمَا يَنْهَى عَنْهُ عَدْلًا فِيمَا يَأْمُرُ بِهِ عَدْلًا فِيمَا يَنْهَى عَنْهُ عَالِمًا بِمَا يَأْمُرُ بِهِ عَالِمًا بِمَا يَنْهَى عَنْهُ» (الجعفریات، ص ۸۸).

۱۱. الکافی، ج ۵، ص ۵۹.

یا این روایت از پیامبر ﷺ که می‌فرماید:

رَأْسُ الْعَقْلِ بَعْدَ الْإِيمَانِ بِاللَّهِ مَدَارَةُ النَّاسِ فِي غَيْرِ تَرْكِ حَقِّ.

از ظاهرا این دو روایت، عدم مدارا در ترک حق و ترک گشاده‌رویی در مواجهه با اهل معصیت، استفاده می‌شود. از این رو برخی فقیهان گفته‌اند:

اگر از بین رفتن منکر یا به پاداشتن معروف، منوط به تندی و با شدت امر و نهی کردن و تهدید بر مخالفت نمودن شد، جایز بلکه واجب است.^{۱۳}

مواردی از این دست، این سؤالات را به ذهن می‌زنند که آیا نرم‌خویی و خوش خلقی در همه موارد و افراد مؤثر است یا در برخی موارد و افراد، تند خلقی نیز مؤثر است؟ فرایند اثرگذاری هر یک چیست؟ در ادامه ضمن، مرور اسناد خوش خلقی و بد خلقی و تحلیل آن‌ها، به بررسی منطقی این پرسش می‌پردازیم که «نقش خوش خلقی و تند خلقی در متقاعدسازی مخاطب چیست؟» اطلاعاتی که گردآوری و تحلیل می‌شود، به روش کتابخانه‌ای و داده بنیاد^{۱۴} است. نمونه تحقیق در بخش کتابخانه‌ای از نرم افزار جامع التفاسیر و جامع الاحادیث استخراج گردیده و در بخش داده بنیاد، از تحلیل مصاحبه‌های ۶۵ مخاطب مصاحبه شونده با روش نمونه‌گیری هدف مند و مصاحبه محقق ساخته منش اقناعی به دست آمدند؛ این مخاطبان عبارت‌اند از: تعداد سیزده دانشجوی کلاس عمومی معارف دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس، هفده متربی دوره‌های هیأت مکتب شهدای شهرستان تفت و ۳۵ مخاطب امر به معروف و نهی از منکر که از طریق فضای مجازی شناسایی شده‌اند. این نمونه تحقیق، نمونه‌ای است از همه افرادی که به نوعی ممکن است مخاطب برنامه یا فعالیت اقناعی یک هدایت‌گر اخلاقی قرار بگیرند.

۲. تعاریف

۲-۱. خوش خلقی^{۱۵}

خوش خلقی، مطابق تعریف امام صادق علیه السلام^{۱۶}، شامل سه مؤلفه ذیل می‌شود: نرم‌خویی،

۱۲. تحف العقول، ص ۴۲

۱۳. تحریر الوسیله، ج ۱، ص ۴۷۸

14. Grand Theory

15. Good-temper

۱۶. ما حد حسن الخلق. قال ثلین جانبک و تطیب کلامک و تلقی أخاک ببشر حسن (من لا یحضره الفقیه، ج ۴،

خوش‌گویی و خوش‌رویی. هریک از این عناصر را می‌توان با شاخص‌ها و رفتارهایی شناسایی کرد. در بررسی رفتارهای خوش‌خلقی در مقام هدایت‌گری، از تحلیل مصاحبه‌های شرکت‌کنندگان تحقیق، ۲۵ کد به شرح ذیل به دست آمده است:

مهارخشم، همراهی، آسان‌گیری، تأنی، مدارا، فروتنی،^{۱۷} تمجید، اُلفت‌گیری، لحن زیبا، ادبیات زیبا، سرزندگی و نشاط، لبخند، بشاشت چهره، دست دادن، مخاطب را طرد نکردن، نگاه گرم، احترام گذاشتن و مؤدب بودن، شوخی، صحبت واضح و مفهوم، بحث و جدل نکردن، سرزنش نکردن، راحت برخورد کردن، دستور ندادن (تحمیل نکردن)، مجبور نکردن، پرهیز از خشونت.

بنابراین خوش‌خلقی، مجموعه‌ای متشکل از این رفتارهاست. ارتباط کدهای فوق با مؤلفه‌های خوش‌خلقی در جدول اِبیان شده است:

جدول ۱: شاخص‌های رفتاری خوش‌خلقی و ارتباط هر یک با مؤلفه‌های آن

ش	مؤلفه‌ها	کدها (شاخص‌ها)
۱	نرم‌خویی	مهارخشم، همراهی، آسان‌گیری، تأنی (عدم شتاب‌زدگی)، مدارا، فروتنی، راحت برخورد کردن، اُلفت‌گیری، مخاطب را طرد نکردن، پرهیز از خشونت
۲	خوش‌رویی	نگاه گرم، نشاط، لبخند، بشاشت چهره، دست دادن
۳	خوش‌گویی	تمجید، لحن زیبا، ادبیات زیبا، سرزنش نکردن، دستور ندادن (تمنای ^{۱۸} یا توصیه)، مجبور نکردن، صحبت واضح و مفهوم، بحث و جدل نکردن، شوخی، احترام و ادب

۲-۲. تندخلقی

تندخلقی به عنوان مفهوم مقابل خوش‌خلقی، با نفی عناصر و رفتارهای خوش‌خلقی شناخته می‌شود. براین اساس، طبق تعریفی که از خوش‌خلقی ارائه شد، سه مؤلفه خشونت‌ورزی، ترش‌رویی، خشک‌گویی را می‌توان مؤلفه‌های معنایی «تندخلقی» محسوب کرد. مصادیق تندخلقی در مقابله با مصادیق خوش‌خلقی در هدایت‌گری که گذشت، در

ص ۴۱۲).

۱۷. شش شاخص ابتدایی، رفتارهای مربوط به نرم‌خویی است که از مؤلفه اصلی آن، یعنی انعطاف‌پذیری ناشی می‌شود و مصادیق رفتار نرم و ملایم محسوب می‌شوند (شاخص‌های و معیارهای رفیق در روابط همسران).

۱۸. در اصطلاح علم معانی، «خواهش و التماس» به طلب کردن اشخاص هم‌ردیف از هم گفته می‌شود (بلاغت کاربردی، ص ۵۱)، اما منظور از تمنای کردن در این جا آن است که چیزی را از کسی درخواست کنیم که به جای فرمان دادن، ملتسمانه و با خواهش همراه شود؛ حتی اگر روابط هدایت‌گر/مخاطب، هم سطح نباشد و هدایت‌گری بزرگ‌تر یا کوچک‌تر از مخاطب باشد.

جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: مؤلفه‌ها و مصادیق تندخلقی

مفاهیم	مصادیق		مفاهیم	ردیف
	رفتار تندخلقی	رفتار خوش‌خلقی		
ترش‌رویی	اعراض	ملاقات	خوش‌رویی	۱
		بشاشت و لبخند		۲
خشک‌گویی	جدیت	مطایبه	خوش‌گویی	۳
		ادبیات زنده		۴
		لحن تند و عتاب‌آمیز		۵
خشونت‌ورزی	خشم‌گینی	مهار خشم	نرم‌خویی	۶
		تجبر		۷
		سخت‌گیری		۸
		مخالفت		۹
		برخورد		۱۰

۲-۳. متقاعدسازی^{۱۹}

متقاعدسازی عبارت است از تلاش صادقانه برای مجاب ساختن مخاطبین به پذیرش موضوع و خواسته‌ای به وسیله ارائه مناسب اطلاعات مربوط^{۲۰} که طی آن، نگرش‌ها، باورها و رفتار آن‌ها تغییر می‌کند.^{۲۱}

از آنجا که هم پذیرش و هم تغییر مخاطب در این تعاریف آمده است، می‌توان گفت «متقاعدگری»، تغییر رفتار مخاطب، یا موافقت وی با هدایت‌گراست. و «متقاعدسازی»، قول و فعل آگاهانه هدایت‌گراست که به این هدف منجر می‌شود.

۳. یافته‌های تحقیق

بر اساس تحلیل متون دینی و عینی، کدهایی استخراج شده است که در جداول زیر به طور تفکیک شده منعکس شده است:

19. Persuasion

۲۰. افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، ص ۷۳.

۲۱. ارتباط متقاعدگرانه و تبلیغ، ص ۱۲۲.

۳-۱. یافته‌های مربوط به خوش خلقی

همان‌طور که در تعریف گذشت، از بررسی متون و مصاحبه‌ها، ۲۵ کد به دست آمده است که در جدول ۳، داده‌های آن آورده شده است.

جدول ۳: داده‌ها و کدهای مربوط به «خوش خلقی»

کد	منبع	داده
ملازم گفتن	طه، ۴۴	فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى
نرم خوبی	آل عمران، ۱۵۹	فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
اجتناب از تحمیل و اجبار، احترام به حق انتخاب مخاطب	هود، ۲۸ یونس، ۱۰۸ ق، ۴۵	أَنْزَلْنَاهُمْ مَوَاهِبًا وَأَنْتُمْ لَهَا كَارِهُونَ مَنْ اهْتَدَى فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِرَكِيبٍ مَا أَنْتَ عَلَيْهِمْ بِجَبَّارٍ فَذَكَرْ بِالْقُرْآنِ مَنْ يَخَافُ وَعِيدِ
فروتنی، ادعای گزاف نداشتن	هود، ۳۱	وَلَا أَقُولُ لَكُمْ عِنْدِي خَزَائِنُ اللَّهِ وَلَا أَعْلَمُ الْغَيْبَ وَلَا أَقُولُ إِنِّي مَلَكٌ
ارتباط عاطفی با مخاطب	هود، ۶۲	قَالُوا يَا صَالِحُ قَدْ كُنْتَ فِينَا مَرْجُوًّا قَبْلَ هَذَا
بردباری، دلسوزی، نرم‌خویی	هود، ۷۵	إِنَّ إِبْرَاهِيمَ لَحَلِيمٌ أَوَّاهٌ مُنِيبٌ
تمجید از مخاطب	هود، ۸۴	إِنِّي أَرَاكُمْ بِخَيْرٍ
پرهیز از تصدی‌گری و تحمیل بر مخاطب	هود، ۸۶	مَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِخَفِيظٍ
تفکیک رفتار از شخصیت، احترام کلامی	شعراء، ۱۶۸	قَالَ إِنِّي لِعَمَلِكُمْ مِنَ الْقَالِينَ
خوش خلقی	غررالحکم، ص ۴۱۸	من لم یُحسِّنْ خُلُقَهُ لم یَنْتَفِعْ به قَرِيبُهُ
لحن نرم ادبیات زیبا	غررالحکم، ح ۴۰۵۲	إِذَا حَسَّنَ الْخُلُقُ لُطْفَ التُّطُقِ
مهار خشم	مجموعه ورام، ج ۱، ص ۸۹	ان رجلاً أتى النبی من قبل وجهه، فقال: یا رسول الله! أی العمل أفضل؟ قال: حُسنُ الخلق.. پس از سه بار تکرار این سؤال، ایشان فرمودند: حسن الخلق هو أن لا تعصب ان استطعت
گشاده رویی	بحار الأنوار، ج ۷۲، ص ۴۰۱	حضرت فاطمه <small>علیها السلام</small> فرمود: بَشْرُفِي وَجْهَ الْمُؤْمِنِ يُرْجَبُ لِصَاحِبِهِ الْجَنَّةَ وَبَشْرُفِي وَجْهَ الْمُعَانِدِ الْمُعَادِي يَبْقَى صَاحِبَهُ عَذَابَ النَّارِ

کد	منبع	داده
//	الکافی، ج ۳، ص ۱۶۲	صَنَائِعُ الْمَعْرُوفِ وَحُسْنُ الْبَشْرِ يَكْسِبَانِ الْمَحَبَّةَ، وَيُدْخِلَانِ الْجَنَّةَ؛ وَالْبُخْلُ وَالْمُبْطُوسُ التَّوَجُّهُ يُبْعِدَانِ مِنَ اللَّهِ، وَيُدْخِلَانِ النَّارَ.
ادبیات زیبا	غرر الحکم، ص ۱۳۴	دَلَّ عَلَى الْخَيْرِ بِجَمِيلِ مَقَالِكَ
تندی نکردن	مصاحبه شونده	آرام باشد. با آرامش باشه و با تندی و بداخلاقی و سرصدا نخواد حرفشوبه کرسی بنشونه.. (توصیف فردی که از او تأثیر می پذیرد).
آسان گیری	//	خیلی گیر نیست. خشک برخورد نمی کنه (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
خوش گویی	//	وقتی حرف می زنه ادبیاتی داره که کیف می کنی اصلا (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
مجبور نکردن	//	هیچ چیزو تحمیل نمی کنه بهم. می ذاره خودم تصمیم بگیرم. من از زور گفتن خیلی بدم می آد. (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
ادعا نداشتن	//	اینا فکر می کنن فقط خودشون می فهمن بقیه نمی فهمن (توصیف افرادی که از آن ها تأثیر نمی گیرند).
عدم تحمیل	//	زور نگه به آدم، مجبور نکنه (توصیف فردی که از او تأثیر می پذیرد).
فروتنی	//	از موضع بالا به پایین حرف نزنه، خودش رو بالاتر حساب نکنه.
آسان گیری	//	گیرنده، سخت گیر نباشه (توصیف فردی که از او تأثیر می پذیرد).
ادبیات زیبا	//	فوق العاده قشنگ حرف می زنه این بشر. هر چی حرف بزنه خسته نمی شم (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
بشاشت چهره	//	صورتش بازه، هر موقع به آدم نگاه می کنه لبخند می زنه (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
بیان واضح و قابل فهم	//	قلمبه سلمبه و پیچیده حرف می زد. به چیزایی می گفت که فقط خودش می فهمید. هیچ کدوم از بچه ها نمی فهمیدن (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
مهار خشم	//	جوش میاره / آرومه (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته یا نپذیرفته است).
احترام گذاشتن	//	اگه کسی مؤدب باشه و مؤدبانه حرف بزنه، هیچ کی جلوی حرفش وانمی سته (توصیف فردی که از او تأثیر می پذیرد).
فروتنی	//	خاکیه؛ ذره ای ادعایی نداره (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).
احترام	//	اگه احساس مسخره شدن و تحقیر شدن بهم دست بده، احساس کنم که به شعورم توهین شده (توصیف فردی که از او تأثیر نمی پذیرد).
نرمخویی	//	از برگ گل نازک تر حرف می زنه و برخورد می کنه؛ خیلی ملایم (توصیف فردی که از او تأثیر پذیرفته است).

۲-۳. یافته‌های مربوط به تندخلقی

همان‌طور که گفته شد، در آیات و روایات به مواردی برمی‌خوریم که به نظر می‌رسد لزوم خوش اخلاقی هدایت‌گرا نقض می‌کند؛ بلکه در نقطه مقابل، لزوم تندخلقی او را می‌رساند. این موارد در جدول ۴، ذکر و کدگذاری شده است.

جدول ۴: داده‌ها و کدهای مربوط به «تندخلقی»

ش	داده	منبع	کد
۱	وَاعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ	اعراف، ۱۹۹	اعراض از مخاطب دوری کردن از مخاطب
۲	أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا رَأْسُ الْعَقْلِ بَعْدَ الْإِيمَانِ بِاللَّهِ مَدَارَاةُ النَّاسِ فِي غَيْرِ تَرْكِ حَقِّ	نساء، ۶۳ تحف العقول، ص ۴۲	// همراه با موعظه و اتمام حجت مدارا در غیر ترک حق عدم مدارا در ترک حق
۳	امام علی <small>علیه السلام</small> می‌فرماید: أَمَرْنَا رَسُولَ اللَّهِ أَنْ نَلْقَى أَهْلَ الْمَعَاصِي بِرُجُوهٍ مُكْفَهَرَةٍ	الکافی، ج ۵، ص ۵۹	ترک گشاده رویی در مواجهه با اهل معصیت
۴	استِصْلَاحُ الْأَخْيَارِ بِإِكْرَامِهِمْ وَالْأَشْرَارَ بِتَأْدِيبِهِمْ	کشف الغمّة، ج ۲، ص ۳۵۰	تأدیب اشرار
۵	أَوْحَى اللَّهُ عَزَّوَجَلَّ إِلَى شُعَيْبِ النَّبِيِّ <small>عليه السلام</small> أَنِّي مُعَذِّبُ مَنْ قَوْمِكَ مِائَةَ أَلْفٍ أَرْبَعِينَ أَلْفًا مِنْ شِرَارِهِمْ وَسَيِّئِينَ أَلْفًا مِنْ خِيَارِهِمْ فَقَالَ <small>عليه السلام</small> يَا رَبِّ هَؤُلَاءِ الْأَشْرَارُ فَمَا بَالُ الْأَخْيَارِ فَأَوْحَى اللَّهُ عَزَّوَجَلَّ إِلَيْهِ ذَاهَبُوا أَهْلَ الْمَعَاصِي وَلَمْ يَغْضَبُوا لِعَظِيمِي	الکافی، ج ۵، ص ۵۶	لزوم غضبناک و حساس شدن لزوم ترک مداهنه و سازشکاری
۶	عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ <small>عليه السلام</small> قَالَ: إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ بَعَثَ مَلَكَ إِلَى أَهْلِ مَدِينَةِ لِيَقْلِبَهَا عَلَى أَهْلِهَا فَلَمَّا انْتَهَى إِلَى الْمَدِينَةِ وَجَدَ رَجُلًا يَدْعُو اللَّهَ وَيَتَضَرَّعُ فَقَالَ أَحَدُ الْمَلَائِكَةِ لِصَاحِبِهِ أَمَا تَرَى هَذَا الدَّاعِيَ فَقَالَ قَدْ رَأَيْتُهُ وَلَكِنْ أَمْضِي لِمَا أَمَرَنِي رَبِّي فَقَالَ لَا وَلَكِنْ لَا أَحَدُ شَيْئًا حَتَّى أَرَأَجِعَ رَبِّي فَعَادَ إِلَى اللَّهِ تَبَارَكَ وَتَعَالَى فَقَالَ يَا رَبِّ إِنِّي انْتَهَيْتُ إِلَى الْمَدِينَةِ فَوَجَدْتُ عَبْدَكَ فَلَانَا يَدْعُوكَ وَيَتَضَرَّعُ إِلَيْكَ فَقَالَ أَمْضِ بِمَا أَمَرْتُكَ بِهِ فَإِنَّ دَا رَجُلٌ لَمْ يَتَمَعَزْ وَجْهَهُ عَنِّي لِي قَطُّ	الکافی، ج ۵، ص ۵۸	لزوم غضبناک و حساس بودن
۷	لِيَجْتَمِعَ فِي قَلْبِكَ الْاِفْتِقَارُ إِلَى النَّاسِ وَالِاسْتِغْنَاءُ عَنْهُمْ فَيَكُونَ اِفْتِقَارُكَ إِلَيْهِمْ فِي لَيْلِنِ كَلَامِكَ وَحُسْنِ بَشْرِكَ وَ يَكُونَ اِسْتِغْنَاءُكَ عَنْهُمْ فِي نَزَاهَةِ عِرْضِكَ وَبَقَاءِ عِرْكَ	کافی، ج ۲، ص ۱۴۹	زبان نرم و روی گشاده، همراه با حفظ حیثیت و جایگاه خود
۸	مُجَالَسَةُ أَهْلِ الدُّنْيَا سَيِّئٌ وَمُحَالَظَةُ أَهْلِ الْمُسُوقِ رَيْبَةٌ	إرشاد القلوب، ج ۱، ص ۱۹۹	ترک هم‌نشینی و دم خوردن با اهل فسق

ش	داده	منبع	کد
۹	لَا تَصْحَبُوا أَهْلَ الْبِدْعِ وَلَا تَجَالِسُوهُمْ فَتَصِيرُوا عِنْدَ النَّاسِ كَوَاجِدٍ مِنْهُمْ	الکافی، ج ۲، ص ۳۷۵	ترک همنشینی و دم خوردن با اهل بدعت
۱۰	عَنِ الْحَارِثِ بْنِ الْمُعْبِرَةِ قَالَ لَقِيتَنِي أَبُو عَبْدِ اللَّهِ ﷺ فِي بَعْضِ طُرُقِ الْمَدِينَةِ لَيْلًا فَقَالَ لِي يَا حَارِثُ فَقُلْتُ نَعَمْ فَقَالَ أَمَا لَتُحْمَلَنَّ ذُنُوبَ سُفَهَائِكُمْ عَلَى عُلَمَائِكُمْ ثُمَّ مَضَى قَالَ ثُمَّ أَتَيْتُهُ فَاسْتَأْذَنْتُ عَلَيْهِ فَقُلْتُ جُعِلْتُ فِدَاكَ لِمَ قُلْتَ لَتُحْمَلَنَّ ذُنُوبَ سُفَهَائِكُمْ عَلَى عُلَمَائِكُمْ فَقَدْ دَخَلَنِي مِنْ ذَلِكَ أَمْرٌ عَظِيمٌ فَقَالَ لِي نَعَمْ مَا يَمْنَعُكُمْ إِذَا بَلَغَكُمْ عَنِ الرَّجُلِ مِنْكُمْ مَا تَكْرَهُونَهُ مِمَّا يَدْخُلُ عَلَيْنَا بِهِ الْأَذَى وَالْعَيْبُ عِنْدَ النَّاسِ أَنْ تَأْتُوهُ فَتُؤْتِيَهُ وَتَعْطُوهُ وَتَقُولُوا لَهُ قَوْلًا بَلِيغًا فَقُلْتُ لَهُ إِذَنْ لَا يَقْبَلُ مِنَّا وَلَا يُطِيعُنَا قَالَ فَقَالَ فَإِذَا نَ فَاهْجُرُوهُ عِنْدَ ذَلِكَ وَاجْتَنِبُوا مُجَالَسَتَهُ	اختصاص، ص ۲۵۱	سرزنش همراه با موعظه دوری کردن از مخاطب طرد مخاطب
۱۱	إِذَا وَقَعَ فِي الرَّجُلِ وَأَنْتَ فِي مَلَاءِ فَكُنْ لِلرَّجُلِ نَاصِرًا وَ لِلْقَوْمِ زَاجِرًا وَ قَمِ عَنهُ	نهج الفصاحة، ص ۲۰۲	دوری کردن از مخاطب. قاطعیت
۱۲	يَا أَيُّهَا النَّاسُ لَا تَشْكُوا عَلَيَّ يَا اللَّهُ إِنَّهُ لَخَشِئٌ فِي ذَاتِ اللَّهِ	بحار الأنوار، ج ۴۱، ص ۱۱۵	قاطعیت
۱۳	قَالَ إِمَامُ الْهَادِي ﷺ لِبَعْضِ مَوَالِيهِ عَاتِبَ فَلَانًا وَقُلَّ لَهُ إِنَّ اللَّهَ إِذَا أَرَادَ بِعَبْدٍ خَيْرًا إِذَا عَوَّتَبَ قَبْلَ	تحف العقول، ص ۴۸۱	عتاب کردن (سرزنش)
۱۴	لَا يَنْبَغِي لِلْمُؤْمِنِ أَنْ يَجْلِسَ مَجْلِسًا يُعْصَى اللَّهُ فِيهِ وَلَا يَقْدِرُ عَلَى تَغْيِيرِهِ	کافی، ج ۲، ص ۳۷۴	ترک مکان معصیت
۱۵	يَا حَمَّادُ لَا تُحْسِنُ أَنْ تُصَلِّيَ مَا أَفْبَحَ بِالرَّجُلِ مِنْكُمْ يَأْتِي عَلَيْهِ سِتُّونَ سَنَةً أَوْ سَبْعُونَ سَنَةً فَلَا يُقِيمُ صَلَاةً وَاحِدَةً بِحُدُودِهَا تَامَةً	کافی، ج ۳، ص ۳۱۱	عتاب کردن (سرزنش)

۴. تحلیل یافته‌ها

با توجه به آن‌که «خوش خلقی» یک قاعده ثابت اخلاقی در کلیه ارتباطات، اعم از هدایت‌گرانه و غیر آن است، آن را پیش فرض گرفته و متون مربوط به تندخلقی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در این متون، دوازده مفهوم کدگذاری شد: مفاهیم اعراض از مخاطب، دوری کردن از مخاطب همراه با موعظه و اتمام حجت، عدم مدارا در ترک حق، ترک گشاده‌رویی در مواجهه با اهل معصیت، تأدیب اشرار، لزوم غضبناک و حساس شدن، لزوم ترک مداهنه و سازشکاری، حفظ حیثیت و جایگاه خود، ترک همنشینی و دم خوردن با اهل فسق و اهل بدعت، سرزنش همراه با موعظه، قاطعیت و عتاب کردن (سرزنش).

از نسبت بین این مفاهیم، می‌توان یک تحلیل منطقی ارائه داد و آن‌ها را در پنج طبقه

جای داد که در ادامه به بررسی آن‌ها پرداخته می‌شود:

۱-۴. بررسی متون

۱-۱-۴. متون «عدم مدارا»

این متون، شامل حدیث ۲ مبنی بر عدم مدارا در ترک حق، و حدیث ۵ مبنی بر ترک مداهنه و سازشکاری است. از آن‌جا که مدارا در لغت، برای چاره‌اندیشی و حيله‌ورزی و تحمل آزارها برای رسیدن به نتیجه وضع شده است،^{۲۲} بنابراین نمی‌توان گفت که در این حدیث خواسته شده در روش هدایت‌گری آن را کنار گذاشت. مدارا، شیوه چاره‌جویانه و نرمی است که به منظور دفع رفتارهای بد دیگران یا رفتارهایی که با آن اختلاف داریم، به کار بسته می‌شود.^{۲۳} بلکه این مفاهیم، ناظر به اصل هدایت‌گری است، نه روش آن؛ به این معنا که مدارا و مداهنه، نباید به ترک هدایت‌گری بیانجامد یا آن‌که هدایت‌گرا در پیگیری هدایت‌گری سست کند؛ همان‌طور که در حدیث ۵ تصریح شده است که شصت هزار از خوبان قوم شعیب به خاطر ترک نهی از منکر عذاب شدند.

۲-۱-۴. متون «اعراض»

مفاهیم اعراض، دوری کردن همراه با موعظه و اتمام حجت، ترک هم‌نشینی، حفظ حیثیت و جایگاه خود را می‌توان به عنوان طبقه «اعراض» بازشناسی کرد. در توضیح این مفاهیم، لازم است نگاهی به تعریف اعراض بیندازیم. «اعراض»، به مجموعه رفتارهایی اطلاق می‌شود که انتقاد و کراهت داشتن هدایت‌گر نسبت به فردی، روابط آن‌ها را کم یا قطع کند؛ چه روابط کوتاه مدت، مثل رو برگرداندن و مکان را ترک کردن. و چه روابط بلندمدت، مثل ترک رفاقت و هم‌نشینی یا ترک رفت‌وآمد. بنابراین حداقل چهار گونه اعراض را می‌توان از هم متمایز کرد: رو برگرداندن، ترک مکان، ترک هم‌نشینی و رفت‌وآمد یا کاهش آن و ترک تکلم (جدایی کامل).
گونه اول: رو برگرداندن - به دلیل سنخیت با حالت «عبوست» - در محور بعدی بررسی خواهد شد.

گونه دوم: ترک مکان؛ یعنی این‌که هدایت‌گر صحنه وقوع منکر را ترک کند. (متن ۱۴)

۲۲. العین، ج ۸، ص ۶۰؛ معجم مقاییس اللغة، ج ۲، ص ۲۷۳؛ النهایه، ج ۲، ص ۱۱۰؛ اساس البلاغه، ص ۱۸.

۲۳. معیارها و شاخص‌های رفتاری رفق در روابط همسران از منظر قرآن و حدیث و طراحی مقیاس آن، ص ۶۸.

البته ترک مکان، لزوماً همراه با علائم رفتاری تندخویی نیست، بلکه انجام آن هم با قهر و غضب ممکن است و هم با لبخند و لحن ملایم. لذا مقابله کردن آن با مفهوم «خوش رویی» تسامح است و به جهت سنخ «اعراضی بودن» آن در این جا قرار داده شده است.

گونه سوم: ترک همنشینی و رفت‌وآمد یا کاهش آن

آن طور که از متن ۸ و ۹ و ۱۰ برمی‌آید، ترک همنشینی با گناه‌کار به عنوان یک تکلیف از مؤمنان خواسته شده و در غیر این صورت مورد مؤاخذه قرار گرفته‌اند. از این روایات برمی‌آید که مخالفت و مجالست با گناه‌کاران به ویژه کسانی که اهل بدعت هستند، جایز نیست و رفتار هدایت‌گر باید به گونه‌ای باشد که اختلاط و همنشینی و دم خوردن با گناه‌کاران در آن نباشد؛ به گونه‌ای که برای خود هدایت‌گر نیز کسر شأن و حیثیت حساب شود و جلوه کار وی چنین باشد که تأییدکننده اوست. به عبارت دیگر، قاطی فعل او نشدن؛ نه روی فاعل خط کشیدن.

گونه چهارم: ترک تکلم (جدایی کامل)

این گونه از اعراض را نمی‌توان از متون اثبات کرد؛ چرا که بنا بر روایات، هجر و جدایی کامل بین مسلمانان، ممنوع است.^{۲۴} بنابراین اعراض از مخاطب گناه‌کار به این معنا نیست که به کلی رشته هر گونه تکلم و ارتباط با وی قطع شود؛ رفتارهایی مانند سلام نکردن، تکلم نکردن، اجتناب از حرف زدن غیابی درباره او، مسدود کردن کاربر در فضای مجازی و... متونی که در قرآن، خطاب به «رها کردن مخاطب» آمده است. (امر به «ذَرَهُمْ»)، تنها در مورد مشرکانی صدق می‌کند که بلاغ و تبیین به طور کامل برای آن‌ها انجام شده و علاوه بر آن که از آن تأثیر نپذیرفته‌اند، به اقدامات ایدائی و تهاجمی علیه هدایت‌گران نیز می‌پردازند^{۲۵} که در این صورت امر به رها کردن آن‌ها، در واقع امر به عکس‌العمل نشان ندادن در برابر رفتار آن‌هاست. به تعبیر آیه شریفه: «هجر جمیل» که در بین مردم بودن و تحمل کردن و از آن‌ها جدا بودن است.^{۲۶} همین معنا درباره اعراض از جاهلان (متن ۱) نیز گفته می‌شود؛ از جمله

۲۴. رک: بَابُ الْهَيْجَةِ (الکافی، ج ۲، ص ۳۴۴).

۲۵. «فَذَرَهُمْ وَمَا يَفْتَرُونَ» (سوره انعام، آیه ۱۳۷)؛ «ذَرَهُمْ يَأْكُلُوا وَيَتَمَتَّعُوا وَيُلْهَبُهُمُ الْأَمْلُ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ» (سوره حجر، آیه

۳)؛ «فَذَرَهُمْ يَخُوضُوا وَيَلْعَبُوا حَتَّىٰ يُلَاقُوا يَوْمَهُمُ الَّذِي يُوْعَدُونَ» (سوره زخرف، آیه ۸۳)؛ «فَذَرَهُمْ حَتَّىٰ يُلَاقُوا يَوْمَهُمُ

الَّذِي فِيهِ يُضْعَفُونَ» (سوره طور، آیه ۴۵)؛ «فَذَرَهُمْ فِي عَمْرِيَّتِهِمْ حَتَّىٰ حِينٍ» (سوره مؤمنون، آیه ۵۴).

۲۶. واهجرهم هجرًا جمیلاً (سوره مزمل، آیه ۱۰) برگرفته از درس تفسیر آیت الله جوادی آملی، ذیل آیه.

قول علامه طباطبایی که می‌گوید: اعراض از جاهلان، نوعی مدارای با آن‌هاست. در مقابل تلافی کردن، مدارا، نتایج جهل آن‌ها را باطل می‌کند و فساد اعمالشان را کم می‌کند. برعکس، تلافی کردن آن‌ها را برادامه جهل و گمراهی‌شان تحریک می‌نماید.^{۲۷} از این کلام به خوبی برمی‌آید که ایشان، اعراض از جاهل را به عنوان یک شیوه عملی با هدف جلوگیری از تأثیر منفی دانسته‌اند؛ نه آن‌که خود را از ورطه آن‌ها بیرون کشیدن و رها کردن کلی آن‌ها باشد. به عبارت دیگر، «اعراض»، خود یک واکنش است، نه رها کردن هر واکنشی. برای این اساس، ترک هدایت‌گری نیست، بلکه خودش، نوعی هدایت‌گری عملی به حساب می‌آید؛ شاهد آن‌که در متن ۲، امر به توصیه کردن حتی بعد از اعراض کردن از منافقان نیز خواسته شده است.^{۲۸} با این توضیح، هدایت‌گر باید بین خود و کسی که از او اعراض کرده است، روزنه‌ای برای تأثیرپذیری وی در آینده باقی بگذارد؛ نه آن‌که به طور کلی همه خطوط ارتباطی با وی را قطع کند.^{۲۹}

از بررسی این چهارگونه، به این نتیجه دست یافتیم که سه گونه اول اعراض را تحت عنوان «واکنش اعراضی» می‌توانیم نام‌گذاری کنیم که با انجام آن هدایت‌گر عملاً و مؤکداً موضع و درخواست خود از مخاطب را نشان می‌دهد. واکنش اعراضی، برای مخاطبانی مؤثر است که ارتباط هدایت‌گر و آن‌ها به اندازه‌ای صمیمی یا مهم است که متصل نگه داشتن ارتباط برای آن‌ها مهم باشد. لذا می‌توان اعراض را به نوعی روش «منع محبت» نیز نامید.^{۳۰} در این صورت، احتمال زیادی وجود دارد که «منع محبت»، منجر به تلاش مخاطب برای ترک رویه خود و برقراری یا تقویت مجدد رابطه شود.

۳-۱-۴. متون «عیوست»

این متون شامل حدیث ۳ و ۶ می‌شود که به مواجهه با «وجوه مکفهره» و «چهره در هم کشیدن» اشاره دارد. مخاطبی که در این متن است، «اهل المعاصی» است. این اصطلاح در مورد کسانی صادق است که از روی عمد و عناد، روال و سبک پیوسته وی، معصیت است. طبعاً این وصف به کسی تعلق نمی‌گیرد که به ندرت خطا یا معصیتی از او سرزده باشد.

۲۷. المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۸، ص ۳۸۰.

۲۸. ﴿وَلَيْكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا﴾ (سوره نساء، آیه ۶۳).

۲۹. وَاِنْ أُرِدَتْ قَطِيعَةٌ أُخِيكَ فَاسْتَبِقْ لَهُ مِنْ نَفْسِكَ بَقِيَّةً يَرْجِعُ إِلَيْهَا إِنْ بَدَأَ لَهُ ذَلِكَ يَوْمًا مَا (صحیح البلاغته، نامه ۳۱).

۳۰. روش‌های کاربردی امر به معروف و نهی از منکر با تأکید بر زمینه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی، ص ۱۳۰.

چنان‌که در متن ۸ و ۹ هم، واژه «اهل الدنیا» و «اهل البدع»، موضوع ترک مجالست و مصاحبت قرار داده شده است. بنابراین قاعده کلی بشاشت و گشاده‌روی - که با نشانه غالبی لبخند شناخته می‌شود - در مخاطبانی که شخصیت آن‌ها را معصیت شکل نداده جاری است.

۴-۱-۴. متون «عتاب»

این متون، شامل حدیث ۱۰ و ۱۳ و ۱۵ می‌شود. در حدیثی دیگر امام علی علیه السلام می‌فرماید:

عتاب نکن جاهل را که سبب غضب و دشمنی می‌شود، و عتاب کن عاقل را که سبب محبت می‌شود.^{۳۱}

آقا جمال خوانساری در توضیح این حدیث، ملامت در امر به معروف و نهی از منکر را حتی در مواجهه با جاهل نیز واجب می‌داند.^{۳۲}

برای بررسی «ملامت و سرزنش» به عنوان یک روش هدایت‌گرانه، لازم است ابتدا تعریفی از آن داده شود و سپس روشن شود که برای چه مخاطبانی و در چه شرایطی باید به کار بسته شود.

عتاب عبارت است از «گلایه گفتن از منکرات شخص به وی با انگیزه اصلاح». لذا هر سرزنش و توبیخی را نمی‌توان عتاب نامید. عتاب جنبه مثبت دارد و بین دوفردی به کار می‌رود که ارتباط دوستانه و محبت با هم دارند^{۳۳} و نشانه‌ای از محبت، خیرخواهی و دل‌سوزی شخص نسبت به طرف مقابل خود است. آنچه مبنی بر عدم ملامت گناه‌کار در روایات وارد شده است،^{۳۴} درباره سرزنش‌هایی است که با غرض خصومت و عیب‌جویی و تخریب شخص صورت گرفته باشد؛ نه سرزنش‌هایی که نیت اصلاحی و هدایتی دارد.^{۳۵}

۳۱. لَا تُعَاتِبِ الْجَاهِلَ فَيَمُقَّتَكَ وَ عَاتِبِ الْعَاقِلَ يُحِبِّبَكَ (غررالحکم، ص ۷۴۶، ح ۶۶).

۳۲. شرح غررالحکم، ج ۶، ص ۲۷۳.

۳۳. الفرق بین العتاب و اللوم أن العتاب هو الخطاب علی تضييع حقوق المودة و الصداقة فی الاخلال بالزيارة و ترک المعونة و ما يشاكل ذلك و لا يكون العتاب الا ممن له موات يموت بها فهو مفارق للوم مفارقة بينة (الفروق فی اللغة، ص ۴۴؛ تهذیب اللغة، ج ۲، ص ۱۶۶).

۳۴. به عنوان نمونه؛ عَنْ عَلِيٍّ بْنِ الْحُسَيْنِ عليهما السلام قَالَ: كَانَ آخِرُ مَا أَوْصَى بِهِ الْأَخْضَرُ مُوسَى بْنُ عِمْرَانَ عليه السلام أَنْ قَالَ لَهُ لَا تُعْتَبِرَنَّ أَحَدًا يَذُنُّبَ (الخصال، ج ۱، ص ۱۱۱).

۳۵. دوستی و دوستان: مجموعه معارف اسلامی در هنر رفتار با مردم، ص ۳۴.

همچنین می‌توان آن را بر مخاطبانی حمل کرد که گناه جزء گذشته آنان بوده است، نه رفتار حال آن‌ها.

از روایات استفاده می‌شود که تأثیرگذاری «عتاب»، منوط به دست کم سه شرط است: ۱. بین هدایت‌گر در نظر مخاطب محبت و محبوبیت داشته باشد؛^{۳۶} ۲. هدایت‌گر بین خود و مخاطب راهی را باز بگذارد و ارتباط خود را حفظ کند. سایر جنبه‌های ارتباطی بین خود و او را ترک نکند؛^{۳۷} ۳. الگوی غالب نباشد. در روایات، هم به تکرار یک سرزنش در موضوع واحد و هم به تعدد سرزنش‌ها در موضوعات متعدد اشاره و از هر دو نهی شده است.^{۳۸}

۴-۱-۵. متون «خشم»

در متون ۵ و ۱۲، واژه «غضب» و «خسونت» ذکر شده است. این متون را هم می‌توان درباره اصل واکنش نشان دادن هدایت‌گر و بی‌تفاوت نبودن جاری دانست هم درباره نوع واکنش. این نوع واکنش را با استفاده از سایر متون می‌توان «خشم اخلاقی» نامید. «خشم اخلاقی» نشانه حساسیت اخلاقی انسان و خصوصاً حساسیت اخلاقی او به مقوله عدالت است. حس خشم، در واقع واکنش عاطفی روح اخلاقی انسان نسبت به مشاهده یا تجربه ظلم و بی‌عدالتی است. انسان شریف، باید در رویارویی با مصادیق ظلم و بی‌عدالتی احساس خشم کند. در غیر آن صورت از حیث اخلاقی دچار نقصان است. انسان سالم و شریف، ظلم و بی‌عدالتی را فقط با عقل خود مردود نمی‌داند. بلکه احساسات او هم در برابر آن برآشفته می‌شود.^{۳۹} خشم اخلاقی عبارت دیگری از خشم ممدوح است که در تقسیم علمای اخلاق از خشم به خشم ممدوح و مذموم آمده است.^{۴۰} در مرزبندی این دو نوع خشم، و برای تفکیک خشم از خسونت، چگونگی خشم اخلاقی را از کلیدواژه‌ی «شدت» می‌توان

۳۶. لَا تُعَاتِبِ الْجَاهِلَ فِيمَقْتَتَكَ وَعَاتِبِ الْعَاقِلَ يُحِبِّبِكَ (غررالحکم، ص ۷۴۶، ح ۶۶)؛ الْعِتَابُ حَيَاةُ الْمَوَدَّةِ. (همان،

ح ۳۱۵)؛ إِذَا ذَهَبَ الْعِتَابُ فَلَيْسَ حُبٌّ - وَبِئْسَ الْحُبُّ مَا بَقِيَ الْعِتَابُ (معجم مقاییس اللغة، ج ۴، ص ۲۲۷).

۳۷. عَنْ عَلِيٍّ عَلَيْهِ السَّلَامُ أَنَّهُ عَادَ زَيْدَ بْنَ أَرْقَمَ فَلَمَّا دَخَلَ عَلَيْهِ قَالَ زَيْدٌ: مَوْحِباً بِأَمِيرِ الْمُؤْمِنِينَ عَائِداً وَهُوَ عَلَيْنَا عَاتِبٌ، قَالَ عَلِيُّ عَلَيْهِ السَّلَامُ: إِنَّ ذَلِكَ لَمْ يَكُنْ يَمْنَعُنِي مِنْ عِيَادَتِكَ (دعائم الإسلام، ج ۱، ص ۲۱۸)؛ إِذَا عَاتَبْتَ فَاسْتَبِقْ (غررالحکم، ح ۳۹۷۷).

۳۸. إِيَّاكَ أَنْ تُكْثِرَ الْعِتْبَ؛ فَإِنَّ ذَلِكَ يُغْرِي بِالذَّنْبِ، وَيُهَيِّؤُنَ الْعِتْبَ؛ لَا تُكْثِرَنَّ الْعِتَابَ؛ فَإِنَّهُ يُورِثُ الضَّغِينَةَ، وَيَدْعُو إِلَى الْبَغْضَاءِ. (همان، ح ۳۷۴۸ و ۱۰۴۱۲).

۳۹. معراج السعادة، ص ۱۰۸.

۴۰. همان، ص ۱۰۶.

استنباط کرد؛

امام علی علیه السلام فرمودند:

كُنْ لَيْتِنَا مِنْ غَيْرِ ضَعْفٍ شَدِيدٍ مِنْ غَيْرِ عُنْفٍ.^{۴۱}

همچنین در روایت دیگری، مؤمن را چنین توصیف می‌کند که:

المؤمن... سَهْلُ الخَلِيقَةِ، لَيِّنُ العَرِيكَةِ، نَفْسُهُ أَصْلَبُ مِنَ الصَّلْدِ، وَهُوَ أَذَلُّ مِنَ العَبْدِ.^{۴۲}

در روایت دیگر توصیه شده است که:

أَنْ خَالَصَكَ مِمَّا بَكَ مِنْ حَقْنِ الدِّمَاءِ وَكَفِّ الأَذَى عَنِ أولِيَاءِ الله وَالرِّفْقِ بِالرَّعِيَّةِ وَالتَّأَنِّي وَحُسْنِ المَعَاشَرَةِ مَعَ لِيْنٍ فِي غَيْرِ ضَعْفٍ وَشِدَّةٍ فِي غَيْرِ عُنْفٍ وَ مُدَارَاةٍ صَاحِبِكَ.^{۴۳}

این نکته در توصیف رفتار پیامبر نیز دیده می‌شود که: هین المقولة لين الخلقة.. محزوناً من غير عبوس شديداً من غير عنف متواضعاً من غير مذله.^{۴۴} و نیز توصیف رفتار امیرالمؤمنین به:

كَانَ فِينَا كَأَحَدِنَا، لِيْنٌ جَانِبٍ، وَشِدَّةٌ تَوَاضِعٍ، وَسُهولةٌ قِيَادٍ، وَكُنَّا نَهَابُهُ مَهَابَةَ الأَسِيرِ المَرْبُوطِ لِلسِّيَافِ الوَاقِفِ عَلَى رَأْسِهِ.^{۴۵}

مجموع این صفات، الگویی به دست می‌دهد که بر اساس آن، صفت نرمی و انعطاف‌پذیری با صفت شدت و قاطعیت جمع می‌شود.

۲-۴. تحلیل نقش اقناعی

در این بخش، به فرایند تأثیر خوش خلقی و تندخلقی در اقناع و متقاعدگری پرداخته می‌شود. طبیعی است اگر نتوان به طور منطقی یا تجربی، شاهدی بر اثربخشی آن‌ها یافت، نمی‌توان از آن‌ها به عنوان منش متقاعدکننده دفاع کرد. روش تحلیل نقش اقناعی این دو منش در این تحقیق، روش تحلیل منطقی است که با استعانت از روایات انجام شده است.

۴۱. غررالحکم، ح ۱۰۱۷۰.

۴۲. بحار الأنوار، ج ۶۹، ص ۱۲۷.

۴۳. وسائل الشیعة، ج ۱۷، ص ۲۰۷.

۴۴. بحار الأنوار، ج ۷۰، ص ۲۰۸.

۴۵. دانش نامه امیرالمؤمنین علیه السلام بر پایه قرآن و حدیث، ج ۹، ص ۴۵۰.

پارادایم تحلیلی منش مذکور، الگوی پتی و کاجیوپو معروف به «ELM»^{۴۶} یا «کوشش درخور» است که براساس آن، دو مسیر عمده برای متقاعدسازی ترسیم می‌شود: مسیر مرکزی یا پردازش نظام دار و مسیر پیرامونی یا پردازش استشهادی؛ در مسیر مرکزی، مخاطب به محتوای پیام و استدلال‌های آن توجه می‌کند؛ اما در مسیر پیرامونی فرد به متن پیام توجه و دقت کافی ندارد و آن را تحلیل نمی‌کند، بلکه از امور جانبی آن مثل زیبایی، موقعیت برترو شأن و منزلت داشتن پیام دهنده تأثیر می‌پذیرد.^{۴۷}

۴-۲-۱. نقش اقناعی خوش خلقی

طبق روایات اخلاق خوش، به عنصر «جذابیت» و «محبوبیت» فرستنده پیام می‌افزاید و ضریب تأثیرگذاری وی را بالا می‌برد. این فرض توسط روایات متعددی تأیید می‌شود.^{۴۸} از این رونمایی، فرایند تأثیرگذاری خوش خلقی را از زاویه مخاطب و تأثیرپذیری قلبی وی دیده می‌نویسد:

آمر به معروف، باید «رفیقاً بالناس» باشد. چرا که «موعظه با نرمی و ملایمت، مؤثرتر است در دل‌های اکثر مردم».^{۴۹}

درباره شاخص «فروتنی» نیز روایاتی در این زمینه وارد شده است که «ثمرة التواضع المحبّة»^{۵۰}

یکی از رفتارهای خوش خلقی یعنی شوخی کردن نیز در همین فرایند، قابل تحلیل است؛ تحقیقات نشان داده‌اند که طنز، باعث ایجاد علاقه در مخاطب نسبت به گوینده می‌شود و همین امر باعث می‌شود سخن او را بهتر بپذیرد.^{۵۱}

46. Elaboration likelihood model

۴۷. روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، ص ۱۶۷.

۴۸. حُسْنُ الْبِشْرِ يَذْهَبُ بِالسَّخِيمَةِ (الكافي، ج ۲، ص ۱۰۴)؛ الْبِشْأَةُ جِبَالَةُ الْمَوَدَّةِ (نهج البلاغه، حکمت ۶)؛ الْبِشْأَةُ فَحْ الْمَوَدَّةِ (تحف العقول، ص ۲۰۲)؛ الْبِشْرُ الْحَسَنُ وَ طَلَاقَةُ الْوَجْهِ مَكْسَبَةٌ لِلْمَحَبَّةِ وَ فُرْبَةٌ مِنَ اللَّهِ، وَ عُبُوشُ الْوَجْهِ وَ سُوءُ الْبِشْرِ مَكْسَبَةٌ لِلْمَقْتِ وَ بُعْدٌ مِنَ اللَّهِ (همان، ص ۲۹۶)؛ صنایع المعروف و حسن البشر یکسبان المحبة و یدخلان الجنة و البخل و عبوس الوجه یبعدان من الله و یدخلان النار (الكافي، ج ۳، ص ۱۶۲)؛ مَنْ أَحْسَنَ خُلُقَهُ أَحَبَّهُ الْأَخْيَارُ وَ جَانِبَهُ الْفُجَّارُ (مستدرک الوسائل، ج ۸، ص ۴۴۹).

۴۹. جامع السعادات، ج ۲، ص ۲۵۶.

۵۰. غرر الحکم، ح ۵۱۷۹.

۵۱. مهارت‌های اجتماعی در روابط میان فردی، ص ۲۸۲.

در مؤلفه «خوش گویی»، کد «ادبیات زیبا» نیز در فرایند ترغیب مخاطب به پذیرش پیام و گوش سپردن به آن و نیز ماندگاری اش در ذهن نقش ایفا می‌کند. زیبایی کلام از جایگاهی نزد مخاطب برخوردار است که گاهی مفهوم تأثیرگذار بودن یک پیام با قشنگ بودن و اعجاب برانگیز بودن آن، یکی انگاشته می‌شوند. لذا ملاک زیبایی کلام، برداشت و خوش آمد مخاطب است؛ نه فقط گوینده. نظرسنجی محقق نشان داده است که بودن یا نبودن خوش خلقی، نقشی در تأثیرپذیری مخاطب از جملات زیبا ندارد.

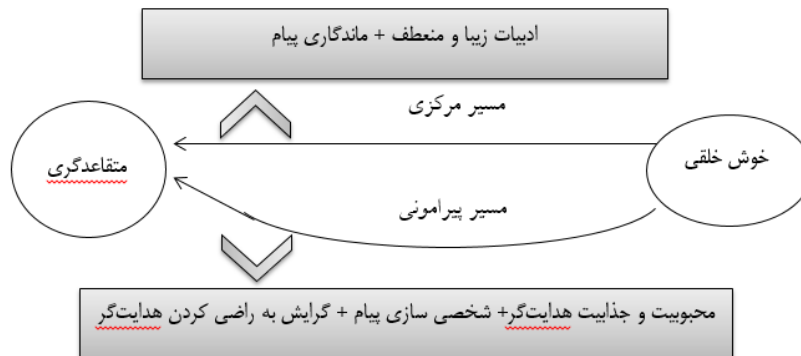
یکی از کدهای به دست آمده که تحت مؤلفه «نرمخویی» تعریف شد، اجتناب هدایت‌گر از دستور دادن به مخاطب و تحمیل به اوست. در چنین شرایطی مخاطب به دلیل نوع رابطه اخلاقی و دوستانه‌ای که بین هدایت‌گر و او شکل می‌گیرد، این نکته را لحاظ می‌کند که مخاطب را راضی کرده و با او همراه شود؛ به ویژه در روابطی که مخاطب به لحاظ سنی یا جایگاه علمی و شغلی از هدایت‌گر بالاتر باشد. نرم‌خویی همچنین باعث می‌شود هدایت‌گر در شیوه برقراری ارتباط با مخاطب و انتخاب نوع پیام، انعطاف بورزد و همخوانی آن‌ها با مخاطب را در نظر بگیرد. در نتیجه در برقراری ارتباط با وی موفق شده و توان تأثیرگذاری او بالاتر می‌رود.^{۵۲}

خوش خلقی هدایت‌گر در پیام‌های عمومی، از نظر زیمباردو (۱۹۹۱)، فاصله روانی بین مخاطبان و پیام‌رسان را از بین می‌برد و در نتیجه مخاطبان، پیام‌های عرضه شده توسط منبع پیام را متعلق به خود می‌دانند؛^{۵۳} یعنی پیام عمومی را شخصی می‌کنند. فرایند اقماعی خوش خلقی، در دو مسیر مرکزی (متقاعدگری از طریق محتوای پیام) و مسیر پیرامونی (متقاعدگری از طریق نشانه‌های پیرامونی پیام) در شکل ۱ جمع‌بندی شده است:

۵۲. ارتباط مؤثر و نفوذ به قلب دیگران، ص ۴۱

۵۳. مبانی نظری و عملی اقماع، ص ۴۷.

شکل ۱: فرایند منطقی تأثیر خوش خلقی در اقناع



۲-۲-۴. نقش اقناعی تندخلقی

این‌که تندخلقی چگونه ممکن است متقاعدکننده باشد، نیازمند توضیح است؛ مخصوصاً با توجه به این نکته که اقدامات تندخلقی، عملاً «تحمیل» و «اجبار» را به مخاطب القا می‌کند و اغلب همراه با خشونت است. در نتیجه به دلیل شکل‌گیری «رابطه سلطه گرانه»، عامل «ترس» یا «جبر» موجب پذیرش یا تغییر رفتار مخاطب می‌شود، نه اقناع. نظر به متونی که نشان دادند، تندخلقی از نقش اقناعی برخوردار است، باید تحلیل نمود که چه فرایندهایی ممکن است تندخلقی را دارای نقش اقناعی بنمایند. دست‌کم شش احتمال در این زمینه وجود دارد:

۱. جایگاه فرادست و قدرت نرم: یکی از متغیرهای متقاعدسازی، قدرت و اقتدار هدایت‌گر است. منظور از اقتدار، مرجع اطاعت و نفوذ بودن است^{۵۴} که می‌توان آن را قدرت نرم نیز نامید. قدرت نرم یعنی داشتن امتیازات و خصایصی که هدایت‌گر را بالاتر یا نافذتر از مخاطب قرار می‌دهد. یکی از عواملی که هدایت‌گر را در جایگاه فرادست قرار می‌دهد، فرمان دادن است و در مواقع لزوم، شدت عمل به خرج دادن. مخاطب این رابطه، به دلیل قرار گرفتن در جایگاه فرودست، فرمان هدایت‌گر را می‌پذیرد. بنابراین رفتارهای تندخلقی از سوی هدایت‌گرانی مؤثر خواهد بود که از «اقتدار» برخوردار باشند و رابطه اجتماعی آن‌ها با مخاطب دارای جایگاه فرادست - فرودست باشد؛ نه جایی که هدایت‌گر در موقعیت پایین‌تر یا برابر قرار دارد؛ مانند متن ۱۲ که درباره حضرت علی گفته شده «انه لخصن فی ذات الله»، درباره

54. authority.

فرمانده و سرباز است که بینشان از نظر جایگاه اجتماعی، رابطه فرادست و فرودست وجود دارد.

در عین حال، در رابطه فرادست نیز برای آن که اقتدار هدایت‌گر به خشونت منجر نشود، برخی شاخص‌های رفتاری خوش خلقی مثل مهار خشم، تمجید،^{۵۵} ادبیات زیبا، بحث و جدل نکردن، تأنی، پرهیز از خشونت را باید مقرون کند تا در مخاطب ایجاد مقاومت نکند، بلکه منش هدایت‌گر را از منش خشن منصرف کرده و به سمت منش قدرت‌مند نزدیک گرداند. تند خلقی خود به خود مستلزم «اجبار» و «خشونت ورزی» نیست و جایگاه «اختیار» و «کرامت» مخاطب را نقض نمی‌کند، بلکه در اجرای آن می‌توان از خشونت خودداری کرد تا تبعات منفی برای مخاطب نداشته باشد و تأثیرپذیری او را پایین نیاورد؛ به عنوان مثال ترک مکان را می‌توان حتی با لبخند انجام داد. همچنین «اعراض» را بدون بحث و کشمکش اجرا کرد. همچنین مستلزم شکل گرفتن رابطه سلطه‌گرانه نیست؛ چرا که حق انتخاب مخاطب را نفی نمی‌کند.

۲. **نشانه اهمیت موضوع:** رفتارهای تند خلقی، نشان دهنده شدت جدیت هدایت‌گر و شدت اهمیت موضوع است. هر مقدار اهمیت موضوع در نظر مخاطب بیشتر جلوه‌گر شود، احتمال تأثیرپذیری وی نیز بیشتر می‌شود. لذا در نهی از منکر، بعد از اقدامات خوش خلقی قرار داده شده است. این بدین معناست که مخاطبی که رفتار خوش خلقی او را تغییر نداده است، در مواجهه با تند خلقی هدایت‌گر متوجه اهمیت موضوع می‌شود. در فقه نیز بر اصل ترتب بین مراتب امر به معروف و نهی از منکر تأکید شده است:

باید توجه داشت که این مرحله (مرحله فہری)، پس از طی روش‌های خوش خلقی و تشویق و بشارت باشد و از اثرگذاری آن‌ها ناکام شده باشد.^{۵۶}

۳. **نشانه صداقت و اطمینان هدایت‌گر:** ممکن است بتوان بین تند خلقی و صداقت هدایت‌گر ارتباط برقرار کرد؛ چرا که تند خلقی در واقع عبارت است از هماهنگی درون هدایت‌گر، یعنی میزان انکار قلبی، با رفتار وی. و این بدین معناست که او نسبت به پیامی که می‌دهد باور و اطمینان بیشتری دارد که آن را جدی گرفته است.

۵۵. در صورتی که چیز دیگری غیر از رفتار مورد نظر هدایت‌گری برای تمجید کردن وجود دارد.

۵۶. تحریر الوسیله، ج ۱، ص ۴۷۸.

۴. **تحقیر فعل مخاطب:** مطابق با «قانون اثر»^{۵۷} ثرندایک که می‌گوید هر رفتاری که تأثیر مطلوبی بر محیط می‌گذارد، به احتمال زیاد در آینده نیز تکرار می‌شود.^{۵۸} چنانچه تأثیر مطلوب رفتار منکر در جامعه، تقویت نشود و خاموش شود، احتمال تکرار آن در آینده کاهش پیدا خواهد کرد. اقدامات تندخلقی، ممکن است پیام کوچک کردن و بی‌ارزش دانستن کار غیراخلاقی مرتکب شده توسط مخاطب را به دنبال داشته باشد؛ به ویژه اگر به صورت جمعی و گروهی انجام شود تا مخاطب احساس در اقلیت بودن پیدا کند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد مردم بر اساس اصل «تأیید اجتماعی» عمل می‌کنند؛ یعنی وقتی برای انجام کاری نامطمئن هستند، به بیرون و اطرافیان رجوع می‌کنند برای راهنمایی در مورد این که چه کاری باید انجام دهند و چه تصمیمی باید بگیرند.^{۵۹}

۵. **درون نگری مخاطب:** تندخلقی هدایت‌گر، ممکن است مخاطب را به درون نگری و تأمل بیشتر وادارد؛^{۶۰} مثلاً مکانیزم اثربخشی عتاب، فعال کردن سیستم ملامت‌گری درونی (نفس لوامه) است که به طور سرشتی در نهاد همه قرار داده شده است. لذا اگر سرزنش بیرونی به گونه‌ای بتواند سیستم سرزنش درونی فرد را فعال کند و در نتیجه آن، شخص خودش را ملامت کند، نتیجه خواهد داد.

۶. **امکان تزلزل در رابطه:** در مواردی که بین هدایت‌گر و مخاطب، رابطه دوستانه یا خویشاوندی وجود داشته باشد و برای مخاطب حایز اهمیت باشد؛ به طوری که نگران از دست دادن آن باشد، ابراز اقدامات تندخلقی ممکن است او را وادار به تغییر رفتار برای حفظ رابطه کند؛ چنان‌که این شرط در تحلیل عتاب و اعراض، ذکر شد.

فرایند اقناعی تندخلقی، در دو مسیر مرکزی (متقاعدگری از طریق محتوای پیام) و مسیر پیرامونی (متقاعدگری از طریق نشانه‌های پیرامونی پیام) در شکل ۲ جمع‌بندی شده است:

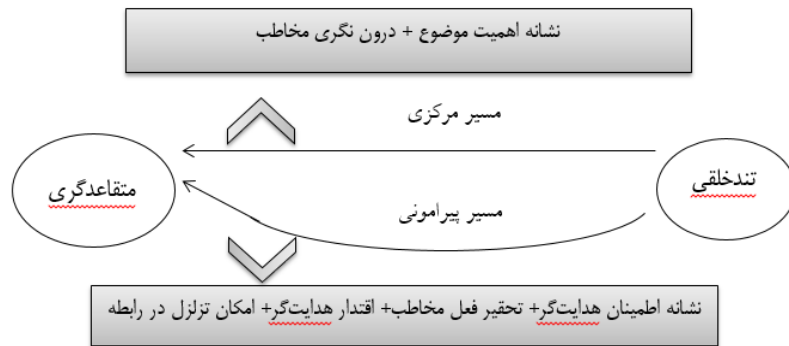
57. law of effect.

۵۸. شیوه‌های تغییر رفتار، ص ۲۲.

۵۹. روان‌شناسی نفوذ: هنر متقاعد نمودن دیگران، فصل ۴.

۶۰. به عنوان نمونه آیات ۶۴ و ۶۵ سوره انبیاء؛ فرجعوا الی انفسهم... ثم نکسوا الی رؤسهم.

شکل ۲: فرایند منطقی تأثیر تند خلقی در اقلان



۵. نتیجه‌گیری

روان‌شناسان اجتماعی دریافتند که گوینده یک مطلب بر چگونگی دریافت مخاطب تأثیر می‌گذارد. پیام، به تنهایی مهم نیست. بلکه گوینده آن هم اهمیت دارد.^{۶۱} لذا به این پرداخته‌اند که چه چیزی یک پیام‌دهنده را مؤثرتر و متقاعدکننده‌تر از دیگری می‌سازد. در این تحقیق، با بررسی یکی از ویژگی‌های منشی هدایت‌گر اخلاقی که درصدد راهنمایی دیگران به انجام کار خوب و ترک کار بد است؛ یعنی خوش خلقی - تند خلقی، به تحلیل نقش آن‌ها در متقاعدسازی مخاطب پرداخته شد. بررسی متون و تحلیل منطقی نشان داد که هر یک از منش خوش خلقی و تند خلقی، در متقاعدسازی مخاطب نقش دارند. برای خوش خلقی طبق اطلاعات به دست آمده از متون و مشارکت کنندگان در تحقیق، ۲۵ کد رفتاری متقاعدکننده برشمرده شد و در میان مصادیق متعدد تند خلقی، پنج رفتار «واکنش اعراضی»، «عبوست»، «عدم مدارا»، «عتاب» و «مهار خشم»، از منظر آیات و روایات مورد تحقیق قرار گرفت. تحلیل‌ها نشان داد خوش خلقی به دلیل برخوردار کردن هدایت‌گرا از ادبیات زیبا و منعطف و به ماندگاری پیام انجامیدن، توجه مخاطب را به پیام جلب می‌کند و او را در مسیر مرکزی متقاعدگری قرار می‌دهد. همچنین با افزایش محبوبیت هدایت‌گر نیز شخصی سازی پیام‌های عمومی توسط مخاطب، مسیر پیرامونی متقاعدسازی رخ می‌دهد.

تحلیل‌ها درباره نقش اقلان تند خلقی نشان‌گران است که تند خلقی از هر دو مسیر

۶۱. روانشناسی اجتماعی، ص ۳۴۵.

مرکزی و پیرامونی می‌تواند به متقاعدسازی مخاطب بیانجامد. مسیر مرکزی تندخلقی، نشانه اهمیت پیدا کردن موضوع هدایت‌گری و درون‌نگری مخاطب نسبت به محتوای پیام است و در مسیر پیرامونی آن بر اطمینان هدایت‌گر به درستی هدایت‌گری و اقتدار هدایت‌گردلالت می‌کند، مستلزم تحقیرشدن فعل مخاطب است و امکان تزلزل در رابطه بین مخاطب و هدایت‌گر را برای مخاطب پیش می‌آورد. این یافته‌ها همسوبا پژوهش کاملی (۱۳۹۴) است که در مدل اقناعی قرآن، مهربانی و را در کنار قاطعیت و شهامت جزء ویژگی‌های پیام‌رسان برشمرده‌اند.^{۶۲}

رویکرد سنتی اقناع، بر روی اعتبار و اعتماد هدایت‌گر تأکید کرده است. در این رویکرد هر چیزی که اعتبار و قابلیت اعتماد فرد فرستنده را افزایش دهد، یک عنصر متقاعدکننده است. اگر از این نظر، رفتارهای تندخلقی ارزیابی شود، ممکن است نفی شود؛ مثلاً عامل پویایی در نظریه آلفرد وایتهد یکی از چهار عاملی است که درباره اعتبار منبع شناسایی نموده است و بر مقیاس‌هایی چون پرخاش‌گر - آرام و فعال - منفعل مبتنی است؛ بدین معنا که پرخاش‌گری را عامل کاهش اعتبار تلقی کرده است.^{۶۳}

عامل قدرت - که به طور برجسته توسط پتی و کاجیوپو، (۱۹۸۰) در تئوری‌های اقناع ذکر شد^{۶۴} و سپس به عنوان یک اصل، از سوی رابرت چیالدینی در زمره شش اصل نفوذ دانسته شد - می‌تواند همخوان با تحلیل اقناعی از تندخلقی باشد که بر اساس آن هرگونه منشی که فرد را در چشم دیگران بزرگ و قوی نشان می‌دهد، مورد توجه قرار می‌گیرد.^{۶۵}

تحلیل ارائه شده از تندخلقی در تحقیق حاضر، نقطه مقابل «سبک شخصی» است که سونیا هملین (۱۳۹۱) آن را در خصوص منش اثربخش ارائه داده است. وی سپس دو فهرست را به عنوان سبک شخصی ارائه می‌کند و نتیجه می‌گیرد که فهرست ۱، ترجیح بیشتری نزد شنونده دارد. در این فهرست، ویژگی «صریح بودن» به چشم می‌خورد؛ اما در نقطه مقابل در فهرست ۲ - که مرجوح است - ویژگی‌های «عصبی»، «خودبین» و «پرحرارت»

۶۲. فرایند اقناع در قرآن کریم، ص ۷۵.

۶۳. نظریه‌های ارتباطات، ص ۲۴۸.

64. The Effects of Group Diffusion of Cognitive Effort on Attitudes. An Information Processing View, 81.

۶۵. روان‌شناسی نفوذ: هنر متقاعد نمودن دیگران، ص ۱۰۹.

وجود دارد که می‌توان آن‌ها را به ویژگی‌های فرد تندخلق مربوط کرد.^{۶۶}

منابع

- ۵۳ اصل متقاعدسازی، کوین هوگان، ترجمه: شادی سمیعی فر، تهران: موسسه نص، ۱۳۹۲ ش.
- ارتباط متقاعدگرانه و تبلیغ، محمدعلی حکیم آرا، تهران: سمت، ۱۳۸۴ ش.
- ارتباط مؤثر و نفوذ به قلب دیگران، مجتبی حورایی، تهران: سید مجتبی حورایی، چاپ دوم، ۱۳۹۴ ش.
- ارتباطات اقناعی، اتولربینگر، ترجمه: علی رستمی، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۶ ش.
- افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، کاظم متولی، تهران: انتشارات بهجت، ۱۳۸۴ ش.
- بحار الأنوار، محمدباقر مجلسی، بیروت: دار احیاء التراث العربی، چاپ دوم، ۱۴۰۳ ق.
- بلاغت کاربردی، سید محمد منصوری، قم: دارالحدیث، ۱۳۹۶ ش.
- تحریرالوسیله، روح الله موسوی خمینی، قم: مؤسسه نشر و تنظیم آثار امام خمینی، ۱۳۹۴ ش.
- تهذیب اللغة، محمد بن احمد ازهری، بیروت: دار احیاء التراث العربی، بی تا.
- جامع السعادات، ملامهدی نراقی، بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات، بی تا.
- الجعفریات (الأشعثیات)، محمد بن محمد ابن اشعث، تهران: مکتبه النینوی الحدیثه، بی تا.
- جواهرالبلاغه، احمد هاشمی، تهران: صادق، ۱۳۹۶ ش.
- دوستی و دوستان: مجموعه معارف اسلامی در هنر رفتار با مردم، سید هادی مدرسی، ترجمه: حمیدرضا شیخی و حمیدرضا آذیر، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی، چاپ پنجم، ۱۳۸۶ ش.
- روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، مسعود آذربایجانی و همکاران، تهران: سمت، ۱۳۸۲ ش.
- روانشناسی اجتماعی، دیوید مایرز، ترجمه: حمید شمسی پور، تهران: کتاب ارجمند،

۶۶. کوگوش شنوا؛ چگونه حرف بزیم که به ما گوش بدهند، ص ۱۷-۶۱.

- ۱۳۹۲ش.
- روان شناسی نفوذ: هنر متقاعد نمودن دیگران، رابرت چیالدرینی، ترجمه: روح الله حمیدی مطلق، تهران: رسا، ۱۳۹۶ش.
- روش های کاربردی امر به معروف و نهی از منکر با تأکید بر زمینه های روان شناختی و جامعه شناختی، تهران، محمد رضا شرفی، تهران: پیام آزادی، ۱۳۸۶ش.
- شیوه های تغییر رفتار، ریموند میلتن برگر، ترجمه: علی فتوحی آشتیانی، تهران، سمت، ۱۳۸۱ش.
- غرر الحکم و درر الکلم، عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، قم، چاپ دوم، ۱۴۱۰ق.
- الکافی، محمد بن یعقوب کلینی، تهران: دارالکتب الإسلامیة، چاپ چهارم، ۱۴۰۷ق.
- کورگوش سنوا؛ چگونه حرف بزنیم که به ما گوش بدهند، سونیا هملین، ترجمه: مهدی قراچه داغی، تهران: نشر قطره، ۱۳۹۲ش.
- مجمع البیان فی تفسیر القرآن، فضل بن حسن طبرسی، بیروت: دار المعرفه، چاپ دوم، ۱۴۰۸ق.
- مجموعه ورام، مسعود بن عیسی ابی فراس، قم، چاپ اول، ۱۴۱۰ق.
- معجم مقاییس اللغة، احمد ابن فارس، قم: مکتب الاعلام الاسلامی، بی تا.
- معراج السعاده، ملا احمد نراقی، قم: هجرت، ۱۳۷۸ش.
- معیارها و شاخص های رفتاری رفتی در روابط همسران از منظر قرآن و حدیث و طراحی مقیاس آن، عبدالله عمادی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه قرآن و حدیث قم، ۱۳۹۳ش.
- مکارم الأخلاق، حسن بن فضل طبرسی، قم، نشر شریف رضی، چاپ چهارم، ۱۴۱۲ق.
- من لا یحضره الفقیه، محمد بن علی ابن بابویه (شیخ صدوق)، قم: انتشارات جامعه مدرسین، چاپ دوم، ۱۴۱۳ق.
- مهارت های اجتماعی در روابط میان فردی، اون هارجی و همکاران، ترجمه: خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران: رشد، ۱۳۹۳ش.
- نظریه های ارتباطات، سورین، ورنر و جیمز تانکارد، ترجمه: علی رضا دهقان، دانشگاه تهران، ۱۳۸۴ش.
- نقش مربی در تربیت اخلاقی، محمد عالم زاده نوری، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۹۲ش.
- نهج البلاغه (للصبحی صالح)، محمد بن حسین شریف الرضی، قم: هجرت، ۱۴۱۴ق.

- وسائل الشیعة، محمد بن حسن حر عاملی، قم: مؤسسة آل البيت علیهم السلام، ۱۴۰۹ ق.
- «فرایند اقتناع در قرآن کریم»، ابراهیم کاملی، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات علوم قرآن و حدیث، سال دوازدهم، شماره ۲۵، ۱۳۹۴ ش.
- «مبانی نظری و عملی اقتناع»، محمد حسین الیاسی، مطالعات راهبردی بسیج، ش ۴۵، ۱۳۸۸ ش.
- Compassion and Moral Guidance, Steve bein, University of Hawaii Press (2013).
- Moral guidance, moral philosophy, and moral issues in practice, Holt, Janet, Tony Longt, Nurse Education Today, Volume 19, Issue 3, (1999) Pages 246-249.
- The Effects of Group Diffusion of Cognitive Effort on Attitudes. An Information Processing View, Petty, R. E., Harkins, S.G., Williams, K.D," Journal of Personality and Social Psychology, (1980) (38), pp. 81-92.

