

۱۴۱۹/۱۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نقابت را بشناس

خودشناسی

و

شناخت ذات و شخصیت

با روش اینیگرام

معصومه مرادی

سرشناسه: مرادی، معصومه، ۱۳۴۹ -
عنوان و نام پدیدآور: نقابت را بشناس: خودشناسی و شناخت ذات و شخصیت با روش اینیاگرام/ معصومه مرادی.

مشخصات نشر: کرج: معصومه مرادی، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۲۵۸ ص: مصور.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۴۸۴۴-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۲۵۶.

عنوان دیگر: خودشناسی و شناخت ذات و شخصیت با روش اینیاگرام.

موضوع: تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه

موضوع: Enneagram

موضوع: تیپ‌شناسی

موضوع: Typology (Psychology)

موضوع: شخصیت

موضوع: Personality

رده بندی کنگره: ۳۵/۶۹۸BF: ۱۳۹۵ ۴م۴/ت۹

رده بندی دیویی: ۲۶/۱۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۲۳۴۵۷۷

نقابت را بشناس

خودشناسی و شناخت ذات و شخصیت با روش اینیاگرام

نویسنده: معصومه مرادی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۴۸۴۴-۸

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

مَنْ عَرَفَ نَفْسَهُ فَقَدْ عَرَفَ رَبَّهُ

صمیمانه:

هیجان عجیبی سراپای وجودم را پر کرده. از وقتی تصمیم به نوشتن این کتاب گرفته‌ام، این حالت به من دست داده. صدای تپش قلبم را می‌شنوم و دست و پایم به هم می‌پیچد؛ حتی یک بار واقعاً پایم پیچ خورد. مثل عاشق‌ها شده‌ام، مثل بچه‌ها که بی‌صبر می‌شوند. وقتی می‌خواستم تیپ‌شناسی را بیاموزم، فکر نمی‌کردم کار به اینجا بکشد. این علم مسیر زندگی‌ام را به‌سوی رسالتی که در جهان هستی داشتم عوض کرد. آنقدر خوشحالم و آنقدر هیجان دارم که دوست دارم فریادی به بلندای جهان بکشم و به همه‌ی انسان‌ها بگویم: "بیایید خدایان را بشناسید؛ بیایید با خودتان آشتی کنید و ببینید چه می‌خواهید؟ رسالتتان چیست؟ اگر مأموریت خود را در دنیا کشف کنید، اصل می‌شوید و دیگر نیازی به تأیید و تکذیب دیگران ندارید. هدف‌تان مشخص می‌شود و دست از چه کنم، چه کنم برمی‌دارید، با ارزش می‌شوید و خوشحال می‌شوید. بهترین راه‌ها را برای رسیدن به اهداف‌تان پیدا می‌کنید، به آنقدر زمان نداریم که بخواهیم با تجربه و شکست‌های پی در پی هدر بدهیم. ما واقعاً آنقدر وقت نداریم پس بیایید هر چه زودتر از خودمان شروع کنیم."

معصومه مرادی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	مقدمه‌ی نویسنده.....
۳	تاریخچه و کلیات.....
۳	تاریخچه‌ی اینیاگرام.....
۴	شکل ترسیم شده‌ی اینیاگرام.....
۷	تعریف اینیاگرام.....
۸	فواید و کاربردهای اینیاگرام.....
۱۰	کاربرد این گرام در سازمان.....
۱۰	تیپ‌های شخصیتی و رفتار بازاریابان در مقابل مشتریان.....
۱۱	هر تیپ نمادی از یک صف سازز خداوند.....
۱۲	اهداف اینیاگرام.....
۱۲	تشکیل تیپ شخصیتی.....
۱۴	نه لایه‌ی شخصیتی در هر تیپ.....
۱۵	عواملی که باعث سقوط تیپ‌های شخصیت در لایه‌های ناسالم می‌شوند.....
۱۵	سه جوهره‌ی اساسی انسان.....
۱۵	جهت‌های یکپارچگی (رشد) و از هم گسیختگی (استرس).....
۱۸	طبیاع و مزاج‌های چهارگانه و تیپ‌های شخصیتی.....
۲۰	نیازهای عاطفی انسان.....
۲۱	سفر معنوی تیپ‌های شخصیتی از نظر گورجیف.....
۲۲	اینیاگرام در مدیریت.....
۲۲	اینیاگرام در ازدواج و خانواده.....
۲۳	چند نکته‌ی مهم در مورد اینیاگرام و کتاب حاضر.....
۲۹	بخش اول: تیپ شخصیتی یک.....
۵۷	بخش دوم: تیپ شخصیتی دو.....
۷۷	بخش سوم: تیپ شخصیتی سه.....
۹۷	بخش چهارم: تیپ شخصیتی چهار.....
۱۱۹	بخش پنجم: تیپ شخصیتی پنج.....
۱۴۳	بخش ششم: تیپ شخصیتی شش.....

۱۶۹	بخش هفتم: تیپ شخصیتی هفت
۱۹۳	بخش هشتم: تیپ شخصیتی هشت
۲۱۳	بخش نهم: تیپ شخصیتی نه
۲۲۴	بخش دهم: تقسیم‌بندی تیپ‌های شخصیتی براساس مراکز شعور
۲۲۴	تیپ‌های مرکز احساس
۲۳۶	تیپ‌های مرکز تفکر
۲۳۷	تیپ‌های مرکز تحرک
۲۳۸	تیپ‌های قاطع
۲۳۹	تیپ‌های موافق
۲۳۹	تیپ‌های متنازع‌گیر
۲۳۹	تیپ‌های خوشبین
۲۳۹	تیپ‌های شایسته
۲۴۰	تیپ‌های واکنش‌گرا
۲۴۰	تیپ‌های وابسته
۲۴۰	تیپ‌های عاجز
۲۴۰	تیپ‌های خودکم‌بین
۲۴۱	بخش یازدهم: اینیاگرام و بازاریابی
۲۴۷	بخش دوازدهم: رشد شخصیتی همه‌ی تیپ‌ها
۲۵۵	منابع

خویش را صافی کن از اوصاف خویش تنها ببینی ذات پاک صاف خویش

مولانا

سقراط، فیلسوف اخلاق یونان، با سردادن ندای اندرزگونه‌ی معروف: "ای انسان خودت را بشناس" بشریت را به اندیشیدن در خویش و گوهر روحانی خود دعوت کرد.

شما درباره‌ی خود چگونه فکر می‌کنید؟ دیگران درباره‌ی شما چه نظری دارند؟ عقیده‌ی شما درباره‌ی نظر آن‌ها چیست؟ آیا رفتارهای عمیقی را که به آن‌ها عادت کرده‌اید، می‌شناسید؟ بارها شنیده‌ایم که هرکس نگرش خاص خود را دارد. مهم این است که آن‌چه دیگران هستند را بپذیریم. آیا ما نگرش خود را می‌شناسیم؟ آیا تفاهم افسانه است و یا امکان‌پذیر می‌باشد؟

انسان‌ها با هم تفاوت دارند و از زوایای مختلف به زندگی نگاه می‌کنند. این تفاوت‌ها، در ارتباط خود را نشان می‌دهند.

شخصیت شدن این بله‌ی خودشناسی است. ابتدا باید این را بدانیم که کامل نیستیم. درک نقطه‌ی ضعف خود، نیمی از راه اصلاح است. شناخت شخصیت افراد و تحلیل آن از دیرباز مورد علاقه‌ی انسان بوده چراکه بشر از ناشناخته‌گریزان است و احساس خطر می‌کند و همواره تلاش می‌نماید تا به شناخت خود و جهان پیرامون بپردازد.

امروزه درباره‌ی خودشناسی، زیست‌آلودگی، درون، روان‌شناسی رنگ‌ها، طالع‌بینی شخصیت بر اساس ماه یا سال تولد، کف‌شناسی و کف‌بینی شخصیتی و ... می‌شنویم که هر کدام طرفداران خاصی دارند. نقطه‌ی مشترک همه‌ی آن‌ها در این است که می‌خواهند به شناخت بزرگ‌ترین و مهم‌ترین جنبه‌ی دنیا که همان دانه و انسان است نائل آیند.

انسان با نزدیک شدن به سطوح بالاتر آگاهی، یعنی سطح ذهنی، درون را هدف توجه خود قرار داده است؛ زیرا دیگر علوم فیزیکی و دانش فعلی جوابگوی نیازهای روحی و ذاتی بشر نیست. گاهی برای حفظ صمیمیت و عمیق‌تر کردن روابط، لازم است به‌طور رفتار کنیم که دیگران می‌پسندند. دیگران هم مانند ما کامل نیستند آن‌ها هم فقط خودشانند، همان‌طور که ما خودمانیم.

انسان دیگران را از دریچه‌ی چشم خود می‌بیند. عده‌ای به همه‌چیز و همه‌کس نگاه مثبت دارند و کسانی نیز نسبت به خود و دیگران خیلی سخت‌گیر می‌باشند. انسان به‌طور ناخودآگاه شیفته‌ی توجه و احترام است و رفتارهای او نیز در این راستا شکل می‌گیرد؛ در حقیقت هرکاری که انسان در زندگی انجام می‌دهد برای به‌دست آوردن احترام و یا حداقل از دست ندادن آن است.

بهتر است از خودم شروع کنم. من شخصی سخت گیر، کم رو، کم حرف، کم جسارت، کم اعتماد، جدی و به شدت منتقد بودم. با بیشتر اطرافیانم مشکل داشتم. دوست داشتم همه چیز عالی و بی نقص باشد. از رفتار همه ایراد می گرفتم و انتقاد می کردم. دنیا را سیاه و تاریک می دیدم. نسبت به افراد دید بدی داشتم. فقط عیب همه را می دیدم و اغلب از آن ها بدم می آمد.

و اما امروز می دانم که هیچ انسانی بی عیب نیست. نقاط مثبت افراد را می بینم. می دانم که من نمی توانم دنیا را عوض کنم. نمی توانم عقیده ام را به همه تحمیل کنم. دیگران مجبور نیستند به سلیقه ی من زندگی کنند. یاد گرفته ام که اطرافیانم را همان طور که هستند بپذیرم. می دانم همسرم چگونه انسانی است و او را به همان شکلی که هست می پذیرم. می دانم هریک از فرزندانم چه اخلاق و خصوصیتی دارند، از چه چیزهایی شاد می شوند و چه رفتارهایی آنها را ناراحت می کند. من باید آنان را همان گونه که هستند بپذیرم.

من پذیرش را دریافتم. در تمام و هر روز سعی می کنم پذیرش را بالاتر ببرم. من رسالتم را در این دنیای درهم و منگوله یافته. رسالت من ابتدا تأثیر خوب در خود، بعد در اطرافیانم و در نهایت در کل جهان هستی را است.

برای رسیدن به سعادت و معین بهتر در زندگی نمی توان تمام مردم جامعه و دنیا را عوض کرد. تغییرات باید در ذهن افراد رخ دهد.

"چشم ها را باید بست، جو دیگر باید دید"

ما برای سعادت مند شدن و نه برای رنج دیدن آفریده شده ایم. هر چه بیشتر خود را دوست داشته باشیم، خوش بین تر و با اعتماد به نفس تر می شویم. در روابطمان با دیگران مثبت تر و جذاب تر جلوه می کنیم و در تمام امور سالم تر و شادتر و معتمدتر می شویم.

نکته ی دیگری که دوست دارم به آن اشاره و تأکید نمایم اهمیت دوران میانسانی انسان می باشد؛ دوره ی استعداد فوق العاده در خود شکوفایی فردی که در میان از بزرگان و شعرا و عرفا اتفاق افتاده و نمونه های فراوانی را می توان یافت که حول و حوش چهل سالگی، دچار تحولی بزرگ و تولدی دیگر شده اند. برای رسیدن به لذت این تولد معنوی غنی سازی روح و روان با غذاهای معنوی و کسب علم و مهارت و تزکیه ی روح بسیار مؤثر می باشد. از جمله انسان های بزرگی که نامشان جاودانه شده و در میانسانی تحول و تولدی دیگر داشته اند می توان از روانشناسان بزرگ تاریخ روانشناسی از جمله زیگموند فروید و کارل گوستاو یونگ، ناصر خسرو قبادیانی و پیامبر بزرگ اسلام نام برد.

تاریخچه و کلیات

شناخت دیگران خرد است و شناخت خود روشنگری

تاریخچه‌ی اینیگرام^۱

شناخت شخصیت افراد و تحلیل آن، از دیرباز مورد علاقه‌ی انسان بوده است. ستاره‌شناسی، طالع‌بینی، کف‌بینی، روانکاوی و غیره همه در همین راستا قرار می‌گیرند. انسان از ناشناخته، احساس خطر می‌کند و به همین دلیل سعی می‌کند به شناخت خود و جهان پیرامونش بپردازد.

دایره‌ی اینیگرام نشان‌دهنده‌ی وحدت و یگانگی و یکتایی پروردگار است که در تمام ادیان بزرگ بشری، یهودیت و مسیحیت و اسلام، برابر است. مثلث درون دایره نشان‌دهنده‌ی نیروی سه‌گانه‌ی طبیعت، ضعیف، قوی و خنثی، یعنی جهان هستی می‌باشد؛ به این معنی آنچه هست از رابطه‌ی این سه نیرو می‌باشد.

دانشمند اهل سانس، ترک به نام ایوانف گورجیف (۱۸۷۰م)^۲، استاد معنوی و فیلسوف بزرگ ارمنی - تاتاری - روسی، بر این عقیده بود که علم کامل روان‌شناختی انسان در زمان‌های بسیار دور از دورای وجود داشته و این دانش در طول تاریخ گم شده است. او براساس همین باور همراه ده‌ها از دوستان خود یک گروه پژوهشی به نام "جستجوگران حقیقت" را تشکیل داد. این پژوهشگران در گروه‌های دوفره، فردی و یا بیشتر، به کشورهای مصر، افغانستان، یونان، ایران، ترکیه، هند، تبت و ... رفتند و درباره‌ی منطق عقلانی پیشینه و فرهنگ‌های متفاوت تحقیق کردند. یکی از نتایج پژوهش آنان علم اینیگرام بود.

جالب است بدانیم که گورجیف در سلسله‌ملاقات‌ها تحت عنوان راه چهارم^۳، بخشی از چشمه‌ی جوشان دانش خویش را مدیون ملاقات‌ها و درس‌هایش با مریدان مولانا در صوفی‌کده‌ها و خانقاه‌های ایران و خطه‌ی خراسان می‌داند. گورجیف در مسیر سفرش به

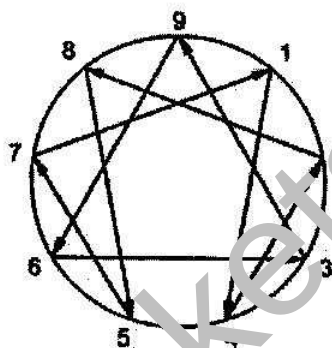
^۱-enneagram

^۲-Ivanovich Gurov

^۳- راه چهارم به مفهومی اشاره دارد که گورجیف برای توصیف برخوردش با تکامل بخشی به خود به کار می‌برد. گورجیف با اصطلاح "کار" یا "کار روی خود" به مفهوم راه چهارم اشاره می‌کرد. از دیدگاه گورجیف سه راه پیشین یعنی راه مرتاض (مرتاض کار می‌کند تا از راه دست و پنجه نرم کردن با کالبد جسمانی که در برگزیده‌ی تمرین‌ها و حرکات بدنی دشوار است به چیرگی بر نفس دست‌یابد)، راه راهب (راهب کار می‌کند تا از راه دست و پنجه نرم کردن با عواطف، که به قول معروف قلمرو دل است، به همان چیرگی برخورد دست‌یابد که راه ایمان است)، و راه یوگی (یوگی کار می‌کند تا از راه دست‌وپنجه نرم کردن با عادات و گنجایش‌های ذهنی به این چیرگی برخورد دست‌یابد)، راه‌های سنتی بودند. اما به باور وی باید راه چهارمی وجود می‌داشت که سه راه سنتی را در هم گنجانده و در هم آمیزد، راهی که از بقیه سریع‌تر به سرانجام رسد و قابل استفاده برای تمام مردم جهت تعالی و کمک به خود باشد.

خراسان ایران آمد و در آنجا با اهل تصوف و رقص سماع آشنا شد. او مجذوب رفتارها و عقاید صوفیان گشته، در همان روزهای اول اقامت در خراسان متوجه شد صوفیان هرکس را که از آن‌ها راهنمایی می‌خواهد به‌راهی متفاوت هدایت می‌کنند و برای یک مشکل تقریباً مشابه به افراد مختلف، مشاوره‌های متفاوتی می‌دهند. گورجیف کنجکاو شده، برای پی بردن به این راز، سه سال تمام در آنجا ماند. او در این مدت با نظارت بر اعمال و رفتار صوفیان، متوجه شد که آنان افراد تیپ‌های مختلف را شناسایی کرده، براساس نوع تیپ شخصیتی، افراد را راهنمایی می‌کنند.

شکل ترسیم شده‌ی اینیگرام



گورجیف پس از سه سال به روسیه برگشت. او قبل از جنگ جهانی اول شروع به تدریس این سیستم کامل و پیچیده از طریق رقص و حرکات موزون و موسیقی و نوای عارفانه در سن پترزبورگ^۱ نمود. او معتقد بود که "هر کل کامل شد، هر کیهان، هر ارگانیسم، هر گیاهی یک اینیگرام است. تمام دانش را می‌توان در اینیگرام بی‌داده برای کسی که می‌تواند از آن استفاده کند، اینیگرام کتاب‌ها و کتابخانه‌ها را کاملاً زیر خردی می‌کند." به اعتقاد گورجیف، انسان با توسل به سه مرکز شعوری زندگی می‌کند. این سه مرکز، تفکر، تحرک و احساس می‌باشد. برای داشتن بهترین زندگی باید هر سه مرکز را فعال کرد و نقوص رفتارهای انسانی از کار نکردن و ضعف یک یا دو تا از این مراکز می‌باشد.

گورجیف اینیگرام را با رقص و حرکات موزون و موسیقی و نوای عارفانه، تدریس می‌نمود؛ چراکه معتقد بود هریک از این مراکز شعور را می‌توان با کارهای خاصی به شکوفایی رساند. می‌توان مرکز تفکر را با رؤیا و تصویرگرایی، مرکز احساس را با نوای

۱- سن پترزبورگ (به روسی: Санкт-Петербург) دومین شهر بزرگ روسیه پس از مسکو می‌باشد که در منتهی‌الیه شمال غرب این کشور واقع شده‌است.

موسیقی، دعا و سرود و مرکز تحرک را با تنفس‌های خاص، حرکات و موقعیت‌های فیزیکی به‌خصوصی به فعالیت رساند. گورجیف دریافته بود بهترین راه آموزش، اول در حضور و در گروه بودن و دوم با حرکات موزون می‌باشد. «حرکات پُرآوازه» اغلب با قطعات موسیقی که گورجیف آهنگ‌سازی کرده پیش برده می‌شدند، رقص‌هایی که گورجیف برای نمونه در معبد سرمونگ و در دیگر معابد سنتی باستانی مشاهده و در آنها شرکت کرده بود. گورجیف یاد می‌داد که حرکات ورزش و نرمش، تمرین‌هایی برای کانون‌مند شدن (تمرکز) و نمایش‌های هماهنگ تنانه و حس‌پذیری زیبایی‌شناسانه نیستند، به عکس در حرکات، دانش واقعی و منسجمی گنج‌انیده شده که از نسلی به نسل دیگر راز آموختگان انتقال داده می‌شد. هر وضعیت بدنی و حرکت، نمایانگر حقیقتی کیهانی بود که مشاهده‌گر آگاه می‌توانست مانند کتاب آن را بخواند. حرکات گورجیف می‌تواند شاهدهی باشد بر این که ریشه‌ی اینیگرام می‌تواند در این و مراسم سماع باشد.



برخی از شاگردان گورجیف که در آمریکا و اروپا در کارهای خودشناسی او شرکت داشتند، بسیار تحت تأثیر سیستم اینیگرام قرار گرفتند و سال‌ها به بررسی و تجزیه و تحلیل آن پرداختند.

اسکار ایچازو^۱ متولد کشور بولیوی، یکی از شاگردان گورجیف، علاقه‌ی زیادی به درک مسایل فلسفی و متافیزیکی، به‌خصوص دانش‌های عقلانی اسطوره‌ای داشت. او در اوایل دهه‌ی ۵۰ متوجه ارتباط مستقیم بین تیپ‌های شخصیتی شد و توانست نحوه‌ی درست ردیف کردن تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه را روی دایره‌ی اینیگرام پیدا کند و اینیگرام توسط او به دنیای امروز معرفی شده است.

^۱ - Oscar Ichazo

در اواخر دهه ۶۰ میلادی اسکار ایچازو در شیلی مدرسه خودشناسی آریکا^۱ را تأسیس کرد و به تدریس اینیاگرام در آن پرداخت.

یکی از شاگردان ایچازو، کلادئو نارن جو^۲، نویسنده و روان‌شناس آمریکایی، در سال ۱۹۷۰ به شیلی رفته روش کار را آموخت و با مطالعات علمی و عملی، الگویی به وجود آورد تا بتوان علم اینیاگرام را در دسترس توده‌های وسیع‌تری از جمله روان‌شناسان، جامعه‌شناسان، پزشکان و پژوهشگران قرار داد. با تلاش او برای ترویج این علم، چندین مؤسسه در آمریکا و سایر کشورها به تدریس اینیاگرام پرداختند. درواقع ایچازو از اینیاگرام جهت تشخیص تیپ‌های شخصیتی استفاده کرد و نارن جو اینیاگرام را برای استفاده‌ی توده‌های وسیع مردم گسترش داد.

در بیان تجزیه و تحلیل اینیاگرام و آزمون‌های مختلف تیپ‌های شخصیتی توسط دو پژوهشگر آمریکایی با نام‌های دان ریچارد ریزو^۳ و راس هادسون^۴ تکمیل شد. این دو متخصص روان‌شناس، برای تعیین تیپ شخصیتی، ترس و تمایل خاصی را مشخص کردند. دان ریزو، اینیاگرام را یک شکن هندسی تعریف نموده است که نه نوع مختلف شخصیت‌های طبیعی انسان‌ها و روابط پیچیده میان آنها را به تصویر می‌کشد. به گفته‌ی وی، "در حالی که اینیاگرام می‌گوید نه تیپ شخصیتی مختلف وجود دارد، مسلماً تعداد زیادی زیرشاخه و انواع جزئی‌تر در دل این نه تیپ قرار دارند" البته آنچه نظریه‌ی اینیاگرام تصریح می‌کند این است که این نه تیپ، به خوبی قلمرو شخصیت انسان‌ها را نمایان می‌سازد.

در سال ۱۹۷۰ علم اینیاگرام نظر روان‌شناسان، جامعه‌شناسان آمریکا را به خود جلب کرد و گروهی از آنها روی آن کار کردند. البته این کار را با عنوانی معنوی داشته، سپس از بعد مدیریتی به آن پرداخته شده است. به‌طوری که هم اکنون سبک‌های بزرگی مانند سونی، پاناسونیک، اپل، والت دیسنی، بنز و ... از اینیاگرام در اسامی رستل و مدیران خود استفاده می‌کنند و ابتدا از آنها تست تیپ شخصیتی می‌گیرند تا رستل را مطابق با علاقه و کارایی بهتر بر سر پست و منصب مناسب قرار دهند.

^۱ - Arica

^۲ Claudio Naranjo

^۳ Don Richard Riso

^۴ Rus Hudson

تعریف اینیایگرام

قبل از ورود به این بخش، یادآور می‌شوم که قرن بیست و یکم، قرن اطلاعات و ارتباطات است؛ در نتیجه اینیایگرام علمی است که آینده را می‌سازد.

علم مدرن اینیایگرام پیشرفته‌ترین و دقیق‌ترین ابزار شخصیت‌شناسی در جهان است. اینیایگرام در زبان یونانی یعنی نه‌وجهی. اینیا^۱ یعنی نه و گرام^۲ یعنی نقطه، ترسیم شده. اینیایگرام روشن‌ترین و کامل‌ترین روش خود و دیگرشناسی است. این علم، ترکیبی از عرفان شرقی و روانشناسی مدرن است. کلمه‌ی اینیایگرام به نمادی اشاره دارد که برای توضیح شخصیت‌های نه‌گانه‌ی انسان‌ها به کار می‌رود. نماد اینیایگرام یک دایره است که نه نقطه به نشانه نه تیپ در آن به فواصل مساوی رسم شده است. این دایره نشان‌دهنده‌ی عالم وحدت^۳ است. هر نقطه توسط دو خط در داخل دایره به دو نقطه‌ی دیگر متصل می‌شود که نشان‌دهنده‌ی ارتباط هر یک از تیپ‌های شخصیتی با تیپ‌های دیگر است.

همه‌ی ما انسان‌ها به‌سازمان‌گونه که دارای یک گروه خونی هستیم دارای ذات مخصوص خود و تیپ شخصیتی نیز می‌باشیم. ما ذات خاص خود را در درونی‌ترین و عمیق‌ترین جای وجودمان داریم؛ ولی پدیده‌ی بی‌خود از محیط و اطرافیان می‌گیریم؛ مانند بایدها و نبایدها، بکن‌ها و نکن‌های دوران کودکی و ... که باعث پنهان ماندن ذات اصلیمان می‌شود و کم‌کم این باور را در ما به وجود می‌آورد که ما نباید نمودن باشیم تا خوب و قابل قبول به نظر بیاییم. ما یاد گرفته‌ایم که مثلاً آرام‌تر، فعال‌تر، ساکت‌تر یا پرسرورتر باشیم و رفتارهای سازشی و عکس‌العمل‌های دفاعی و گزینش‌های ساختاری ما به‌صورت عادت درآمده است. ما می‌ترسیم آن‌طور که حقیقتاً هستیم باشیم. این عادت ما شخصیت ما را تشکیل می‌دهد. پس انسان از ذات خود به درون شخصیتش می‌افتد. شخصیت با ذات فرق دارد، درواقع شخصیت تقلید کاذبی است از ذات. ما باید ذاتمان را بشناسیم و سعی کنیم بفهمیم که ذات ما چه می‌خواهد و کاری کنیم که صفات ذاتیمان شکوفه زده، رفتارهای ذاتی ما خود را نشان بدهند. شخصیت ما فقط بخشی از وجود ماست که وقتی ما را در دنیا می‌گذرد، می‌کند امکان شکوفایی ذات اصلی را غیر ممکن می‌سازد. شخصیت شامل آموخته‌ها (فرایند تفکر)، هیجانات و عواطف (فرایندهای احساسی) و رفتارهای شهودی (فرایندهای حرکتی و غریزی)

^۱ -Ennea

^۲ - Gram

^۳ - عالم وحدت به عالمی گفته می‌شود که در آن انسان به درک تن واحد بودن جهان هستی می‌رسد؛ جهانی که همه‌ی اجزای آن تجلیات الهی محسوب می‌شوند و انسان خود را با همه‌ی اجزای جهان هستی در ارتباط و یگانگی می‌بیند.

است. شخصیت ما، حالات، احساسات، افکار و عکس‌العمل‌های ماست که آموخته و تجربه کرده‌ایم. شخصیت، بخش بسیار مهم وجودی ما می‌باشد؛ ولی تمام وجود ما نیست.

اینی‌اگرام مسیر رفتارهای بسیار پیچیده و متغیر انسانی را بسیار گویا و روشن بیان می‌کند و بیشتر جنبه‌ی معنوی آن مد نظر است. اینی‌اگرام، نوعی روان‌درمانی است که شخصیت ما را تجزیه و تحلیل و بازپروری کرده؛ در نهایت ذات اصلی ما را شکوفا می‌کند.

دانش اینی‌اگرام با کمال ظرافت به انسان کمک می‌کند که شناخت درست و عمیقی نسبت به شخصیت خود و روابطش با افراد خانواده، دوستان، محیط کار و ... داشته باشد. انسان با همین شناخت، نظرات دیگران را بهتر درک می‌کند او می‌تواند از چشم دیگران به مسائل نگاه کند و با احساسات آن‌ها آشنا شود.

پس هم اینی‌اگرام، یک علم ایرانی- امریکایی است که ابداع آن از ایران بوده و در امریکا تکمیل شده است.

اگر ما در بی‌جودیت و بی‌ثبقت وجودی خود نباشیم، هیچ‌وقت هویت واقعی خود را نخواهیم شناخت. اینی‌اگرام شخصیت واقعی و غیر واقعی ما را توصیف می‌کند و روش‌هایی از شخصیت آسیب دیده را به ایمان می‌رساند. به یقین می‌توان گفت که با آموختن این علم والا می‌توان از بسیاری روان‌شناسان و مشاورین روانی و روان‌پزشکان بی‌نیاز شد.

اینی‌اگرام به ما نشان می‌دهد که چگونه شخصیتهایمان چیست و ما در چه مرحله از سلامت شخصیت خود هستیم و چگونه می‌توانیم از توانایی‌های شخصیتی خود برای از بین بردن و یا کاهش بخش ناسالم شخصیتی خود استفاده کنیم و مشکلات راه رسیدن به حقیقت وجودی خود را از میان برداریم.

برای رسیدن به اهداف اینی‌اگرام باید این سه مرحله را طی کنیم:

۱- نگرش و دقت عمیق به رفتار خود و خودیابی

۲- دانستن انگیزه‌ی واقعی و حقیقی در رابطه با رفتارمان و خودشناسی واقعی

۳- تجربه‌ی حضور فیزیکی و خرد ذاتی و دستیابی به آگاهی و حضور

فواید و کاربردهای اینی‌اگرام

حضرت علی (ع) می‌فرماید: هر کس خود را بشناسد به غایت هر علم و معرفتی می‌رسد. ما باید بفهمیم چه تیپ شخصیتی داریم و برای چه کارهایی مفید می‌باشیم؟ با چه کسی ازدواج کنیم بهتر است؟ چه شغلی انتخاب کنیم بهتر است؟

اینی‌اگرام، تلفیقی از آموزه‌های معنوی با علم روانشناسی است که برای عافیه افراد اجتماع مفید بوده، کارایی مؤثر دارد و می‌تواند برای هر شخصی بسیار کاربردی باشد؛ از این لحاظ که شناخت فردی را به ارمغان می‌آورد.

اینیگرام همچون آینه‌ای عمل می‌کند که می‌تواند ویژگی‌های شخصیتی را که در حالت طبیعی به چشم نمی‌آیند آشکار کند. زیرا بیشتر اوقات افراد طبق عادت‌هایشان رفتار می‌کنند، مانند زمانی که آنان در حالت پرواز خودکار یا رانندگی خودکار قرار می‌گیرند. معمولاً این روند باعث می‌شود افراد براساس تیپ شخصیتی‌شان تعامل مناسبی در طول زندگی خود داشته باشند، اما هنگامی که عادت‌ها و روندهای روتین زندگی افراد شکسته می‌شود یا فشار روانی در زندگی‌شان بیش از حد زیاد می‌شود، روش معمول اداره‌ی زندگی انسان‌ها نیز شکسته و یا دچار نقص عملکرد می‌گردد. شناخت صحیح الگوهای عاداتی و اینکه چه کارهایی انجام می‌دهند، چرا این کارها را انجام می‌دهند و انجام این کارها به چه قیمتی تمام می‌شود، کلید رهاسازی انسان‌هاست. اگر انسان‌ها، تیپ شخصیت خود را دقیقاً بشناسند می‌توانند نفس حقیقی‌شان را ببینند و متوجه شوند دقیقاً از صبح تا شب چه می‌کنند. این افزایش خودآگاهی، می‌تواند جلوی رفتارهای منفی و خطرناک خود را بگیرند.

انسان‌ها می‌توانند با شناخت تیپ شخصیتی خود، نقاط قوت و ضعف شخصیت خود را مورد بررسی قرار داده، در زمینه‌ی بهبود نقاط ضعف خود کوشش کنند.

زوج‌های جوان می‌توانند امکان‌های یکدیگر، خصوصیات شخصیتی و رفتاری همدیگر را کشف کرده، مسائل و مشکلات احتمالی زندگی مشترک را، حل و فصل نمایند. شرکت‌های بازرگانی و صنعتی می‌توانند با استفاده از آزمون تیپ شخصیتی و مشاوره با روانشناسان با تجربه در زمینه‌ی اینیگرام، اقدام به استخدام افرادی نمایند که خصوصیات عملکردهای شخصیتی متناسب با شغل مورد نظر را دارا باشند.

سایر افراد اجتماع نیز می‌توانند با استفاده از اینپ‌گراف، نیروی بالقوه و نهفته‌ی درون خود را شناسایی کرده، در راه اعتلای خود به سوی کمال، همدست و روشنی را طی نمایند.

اینیگرام می‌تواند کمک بزرگی برای شناخت دیگران باشد. با استفاده از آن علم می‌توان با ترس‌ها، تمایلات، باورها ارزش‌ها، ضعف‌ها و توانایی‌های دیگران آشنا شد و تفاوت‌های خود و آن‌ها را شناخت و این شناخت می‌تواند کمکی برای بهبود روابط خانوادگی و اجتماعی باشد.

با آگاهی و شناخت رفتار و گزینش‌های غیر آگاهانه‌ی خود می‌توانیم پیش از این‌که عواقب ناگواری پیش آید، آن‌ها را تغییر دهیم و انتخابی درست داشته، به درستی تصمیم بگیریم.

کاربرد اینیگرام در سازمان

از کاربردهای مهم این علم در مدیریت منابع انسانی، استفاده از افراد در تخصص‌های ذاتی خود بر طبق استعدادهای فردی است. از طریق این علم به راحتی می‌توان تشخیص داد که چه افرادی برای چه سمت‌هایی از قبیل: ریاست، مدیریت، خطوط تولید، دفاتر مهندسی، کارهای هنری، حسابرسی، ممیزی، روابط عمومی، بازاریابی، آموزشی و... مناسب می‌باشند. اگر افراد طبق این شناخت در جای خود مشغول به کار شوند، نهایت بهره‌وری و بهترین راندمان کاری را در سیستم خواهند داشت.

افزایش رضایت مشتری و بهبود عملکرد در ایجاد ارتباط با یکدیگر و مشتریان، توسعه سازمانی OLC توسعه‌ی تیم از طریق افزایش درک و فهم متقابل بین اعضا و ارتباط مؤثر با یکدیگر، توسعه‌ی توانایی‌های رهبری، نگهداری و جذب نیروی انسانی بهینه در سازمان، کمک به کارکنان در فهم تفاوت‌های فردی یکدیگر، افزایش انگیزش، اعتماد به نفس و هوش هیجانی کارکنان را می‌توان از عمده‌ترین فوائد اینیگرام در سازمان دانست.

تیپ‌های شخصیتی و رفته‌ر باز بابان در مقابل مشتریان

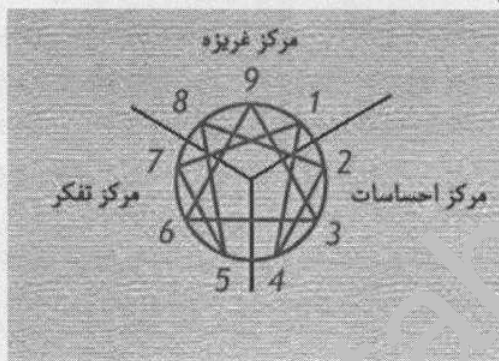
بازاریاب تنها در پناه شناخت تیپ شخصیتی خود و تیپ دیگران است که می‌تواند ارتباطی مطلوب با دیگران برقرار سازد. این ارتباط، در جهت تعامل بیشتر، تعارض کمتر شکل خواهد گرفت.

تنها بیست درصد موفقیت یک فرد در فروش، مدیون آگاهی‌های او از محصول است. هشتاد درصد موفقیت در فروش، مدیون ترکیب افزایش مهارت‌های خود مدیریتی و مهارت‌های میان مدیریتی است.

در شکل اینیگرام، نه تیپ شخصیتی با اعداد یک تا نه روی دایره نشان داده شده و یک مثلث مرکزی را می‌بینیم که سه تیپ پایه‌ای سه، شش و نه در زاویه‌ها مثلث قرار دارند. شکل کلی اینیگرام به سه قسمت تقسیم می‌شود که هر قسمت سه تیپ شخصیتی را نشان

۱- الگوهای رایج بهبود سازمانی (OD): براساس رویکرد رفتاری، الگوهای عمومی و رایج زیادی برای بهبود یا توسعه‌ی سازمانی (OD) وجود دارد بهبود سازمانی به عنوان یک روش خاص و جامع تحول سازمانی برنامه‌ریزی شده، شناخته شده است. این روش به‌ویژه به مفهوم بهبود مستمر که بخشی از مدیریت کیفیت فراگیر و سازمان‌های یادگیرنده است، سازگاری نزدیکی دارد. بهبود سازمانی عبارت از کاربرد دانش مربوط به علوم رفتاری در یک تلاش سیستماتیک و پیر دامنه برای بهبود اثر بخشی سازمانی می‌باشد. به عبارتی دیگر بهبود سازمانی، فرایند سازمانی است که با استفاده از فرایندها، نگرش‌ها، روش‌ها و فنون کاربردی به منظور افزایش عملکرد، به دقت برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود. بر این اساس، می‌توان الگوی رایج بهبود سازمانی را به سه سطح فردی، گروهی و سازمانی تقسیم کرد. اول، الگوهایی که برای بهبود اثربخشی فردی طراحی شده‌اند. دوم، الگوهایی که برای بهبود اثربخشی گروهی طراحی شده‌اند و سوم الگوهایی که برای بهبود اثربخشی در سطح سازمان طراحی شده‌اند.

می‌دهد که هر یک تحت تأثیر یکی از سه مرکز شعور انسانی می‌باشد. در مرکز احساس تیپ‌های دو، سه و چهار قرار دارند. در مرکز تفکر تیپ‌های پنج، شش و هفت و در مرکز تحرک سه تیپ هشت، نه و یک قرار دارند. همه‌ی انسان‌ها به هر سه مرکز شعور نیاز دارند و این سه مرکز با هم عمل می‌کنند و در موقعیت‌های متفاوت ممکن است هر کدام از آن‌ها پررنگ‌تر عمل کند؛ فقط بعضی تیپ‌های شخصیتی، بیشتر تحت تأثیر یکی از این مراکز شعور قرار دارند. مهم این است که از این سه مرکز به‌طور متعادل بهره‌مند شویم تا به آرامش و کمال برسیم.



هر تیپ نمادی از یک صفت دارد.

هر کدام از تیپ‌های شخصیتی یکی از صفات خداوند متعال را به نمایش می‌گذارد. پس انسانی که بتواند و سعی کند همه‌ی نمادهای در خود پرورش دهد و خصوصیات مثبت همه‌ی تیپ‌ها را در خود بپروراند، انسان کامل می‌شود.

تیپ یک نماد صفات نظم و کمال و خشم خداوند است.

تیپ دو نماد مهربانی، رحمان و رحیمی خداوند است.

تیپ سه نماد صفات مدیریت خداوند است.

تیپ چهار نماد صفات هنرمندی، زیبا دوستی، زیبا پسندی، زیبا آفرینی خداوند است.

تیپ پنج نماد صفات علم، تنهایی، توانایی خداوند است.

تیپ شش نماد صفات عدالت، انصاف، وفاداری خداوند است.

تیپ هفت نماد صفات تنوع طلبی، شادی آفرینی، شادی دوستی و همه فن بودن خداوند است.

تیپ هشت نماد صفات قدرت، ثبات و اقتدار خداوند است.

تیپ نه نماد صفات صلح طلبی و صبر خداوند است.

درواقع ما تمام صفات الهی و ویژگی‌های نه تیپ شخصیتی را در درون خود داریم و دلیل این که به یکی از نه تیپ شخصیتی تبدیل می‌شویم، اندکی عوامل موروثی و ژنتیکی و بیشتر تجربیات دوران کودکی و محیط ما می‌باشد. این که در چه محیطی و تحت تربیت چه والدینی بوده‌ایم و چندمین فرزند خانواده بوده و از نظر اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی در چه شرایطی به سر برده و رشد کرده‌ایم، بیشترین اثر را در تشکیل تیپ شخصیتی دارد. هر یک از صفات بارزی که تیپ‌های نه‌گانه دارند، جزو رفتارهای عمقی آن‌ها می‌باشد که اگر پرورش یابد فرد به تکامل شخصیتی می‌رسد و شبیه انسان کامل و خداگونه می‌شود.

نقش‌ها آینه‌ی وصف کمال	و ان حقارت آینه‌ی عجز و جلال
زان که صد را ضد کند پیدا یقین	زان که با سر که پدید است انگبین
هر که نفس خویش را دید و شناخت	اندر استکمال خود و ارسته تاخت
زان نمی‌برد به بی ذوالجلال	کو گمانی می‌برد خود را کمال
علتی بدست هر زبانه‌دار کمال	نیست اندر جانت ای مغرور منال
از دل و از دیده‌ات بر سر غوغا رود	تا ز تو این معجبی بیرون شود
علت ابلیس انانیت بر سر است	وین مرض در نفس هر مخلوق هست

مثنوی معنوی دفتر یکم

اهداف اینیگرام

- ۱- خودشناسی و شناخت رفتارهای عمقی خود، در دسترس قرار دادن دانشی دقیق از خود و در نهایت خداشناسی.
- ۲- شناخت رفتارهای دیگران و کمک به عادی شدن رفتار آنان، دوست‌یابی و ازدواج، چگونگی پایدار کردن ازدواج توأم با خوشبختی.
- ۳- رسیدن به تعادل بعد از شناخت خود و دیگران. هدف نهایی آن است که به تعادل رسیده، با تمام عملکردها پیوند خورد؛ تا بتوان برحسب نیاز از هر یک از گونه‌های شخصیتی، نیرو و فضیلت را بیرون کشید.
- ۴- رسیدن به تکامل و بهتر کردن رفتارها به جای سعی بیهوده در راه عوض کردن آن‌ها.

تشکیل تیپ شخصیتی

اینیگرام مجموعه‌ای نه‌گانه، از تیپ‌های شخصیتی جداگانه‌ای است که هر یک از اعداد بر روی آن نشان‌دهنده‌ی یک تیپ شخصیت است. طبیعی است که بخش کوچکی از شخصیت‌تان را در هر کدام از نه تیپ بیابید، ولی یکی از آن‌ها بیشتر از بقیه به شما نزدیک است. به این تیپ، تیپ اصلی شخصیت شما گفته می‌شود.

درک و شناخت انسان از خود، تا حد زیادی با دوران کودکی و رفتار والدین و اطرافیان مرتبط است.

با این مثال شروع می‌کنیم: نحوه‌ی واکنش مادر به رفتارها و گریه‌های کودک به شدت بر انتظار کودک از دیگران تأثیر می‌گذارد؛ یعنی کودک انتظار دارد که بقیه هم او را همان‌طور که مادرش می‌بیند، ببینند و با او همان‌طور رفتار کنند.

کودکی که مادرش او را نادیده گرفته و زیاد به او اهمیت نداده، خود را از بقیه کنار می‌کشد و می‌خواهد که دیگران هم فاصله‌اشان را با او حفظ کنند؛ برعکس کودکی که مادرش پیوسته به رفتارهای او واکنش نشان داده، اعتماد به نفس پیدا می‌کند. البته باید توجه داشت که نقش دوران کودکی، فقط الگویی است که کودک برای سازگاری با محیط پرورشی، با توجه به ذات انسانی خود انتخاب می‌کند.^۱

تیپ خاصی فرد، در شش الی هفت سالگی تا حدی شکل گرفته^۲، در دوازده الی چهارده سالگی ثابت می‌شود و دیگر پس از آن تغییر نمی‌کند؛ فقط ممکن است در لایه‌های شخصیتی، بالا و پایین برود.

رفتارهای سطحی و عمیق، تغییر می‌کند ولی رفتارهای عمیق تغییر نمی‌کند چرا که رفتارهای عمیق جزو ذات وجودی انسان است.

تمام ساختمان شخصیتی هر فرد براساس دو اصل ترس و تمایل پایه‌گذاری شده و ریشه‌ی کلی شخصیت هر فرد، ترس و تمایل خاص او می‌باشد.

دان ریزو و راس هادسون، دو متخصص و پژوهشگر آمریکایی، در تحقیقات خود درباره‌ی خودشناسی و تیپ‌های شخصیتی، این دو اصل را مورد بررسی قرار دادند و توانستند ترس و تمایل هر تیپ را مشخص کنند.

۱- در اینجا جا دارد اشاره‌ای به نظریه‌هایی که در مورد رشد ارائه شده، داشت باشیم که در همه‌ی آن‌ها مراحل رشد انسان کم و بیش شبیه هم است و هر مرحله‌ای باید درست و سالم طی شود و انسان وارد مرحله‌ی بعدی شود تا مشکل جدی در آینده پیدا نکند. چنان‌چه کودک در هر مرحله‌ای بماند، رفتار آن مرحله در او تثبیت می‌شود و در بزرگسالی مشکل آفرین می‌شود.

۲- شروع تشکیل تیپ شخصیتی در ۵-۶ سالگی است. کودک قبلاً کارهایی را برای کسب لذت و دوری از درد انجام می‌داد ولی در این سن که وجدان یا همان فراخود کودک شکل می‌گیرد، با والدین خود هماهنگ‌سازی می‌کند و یاد می‌گیرد که چه کاری را باید و چه کاری را نباید انجام دهد. بعد از ۱۲ سالگی فراخود کودک شخصی‌تر می‌شود و اگر "خود" برخلاف معیارهای فراخود عمل کند، احساس گناه می‌کند که حاصل وجدان است و اگر نتواند معیارهای کمال فراخود را برآورده سازد، احساس حقارت می‌کند که ناشی از خود آرمانی اوست. وجدان از تنبیه شدن به‌خاطر رفتار نامناسب به‌وجود می‌آید و توجه آن به "چه نباید بکنم" است و خودآرمانی از تقویت شدن به‌خاطر رفتار مناسب به‌وجود می‌آید و توجه آن به "چه باید بکنم" معطوف می‌باشد. فراخود بیانگر جنبه‌های اخلاقی و آرمانی شخصیت است که ارتباطی با دنیای بیرون ندارد و فقط خواست‌های نامعقولی برای کمال دارد.

تیپ‌های شخصیتی هر کدام تمایلاتی دارند که درواقع مکانیسم دفاعی آن‌ها در مقابل ترس‌هایشان می‌باشد. حال اگر این تمایلات از حد تعادل تجاوز کند، تیپ، شکل ناسالم به خود می‌گیرد و شکوفایی ذاتی به خطر می‌افتد.

هر تیپ شخصیتی، دارای دو تیپ فرعی و دو بال می‌باشد. تیپ‌های فرعی باعث می‌شوند که شخص در هنگام فشار روحی و عصبی به سمت آن‌ها رفته، از پیدایش شخصیت بیمارگونه در او جلوگیری شود و یا هنگام آسایش و آرامش همانند تیپ سالم دیگری عمل کرده، تعادل شخصیتی خود را از دست ندهد.

اینی‌گرام راه رسیدن به سالم‌ترین مرحله‌ی رشد را نشان می‌دهد و مشخص می‌کند که هر کس، باید مانند کدام تیپ شخصیتی دیگر رفتار کند تا تعادل رفتاری داشته باشد و به آرامش درونی برسد. هدف این است که از اسارت شخصیتی رها شده و به ذات اصلی و انسانی خود اجابتی بریزد و عمل بدهیم.

نه لایه‌ی شخصیتی در هر تیپ

انسان دارای خصایص خاص و پیچیده‌ای است. هر تیپ شخصیتی مراحل رشد خود را دارد. سه مرحله‌ی رشدی برای هر شخص مشخص شده است. به این مراحل، لایه‌های رشد شخصیتی گفته می‌شود. لایه‌های رشد فرعی به هم پیوسته‌اند و با این تقسیم‌بندی می‌توان مراحل رشد هر تیپ را درک کرد. این مراحل با مگر تفاوت‌های بین افراد مختلف یک تیپ شخصیتی است و توجه به آن‌ها بسیار ضروری می‌باشد.

لایه‌ی یک بالاترین سطح و لایه‌ی نه، پایین‌ترین سطح در یک تیپ شخصیتی می‌باشد. ممکن است دو فرد که هر دو یک تیپ شخصیتی دارند، در لایه‌ی کاملاً متضاد از هم قرار گرفته و هیچ شباهتی به هم نداشته باشند.

روش اینی‌گرام تنها روش شخصیت‌شناسی است که راه رفتاری را چهارچوب شخصیت و رسیدن به ذات اصلی هر تیپ را نشان می‌دهد.

الف- لایه‌های سالم: رفتار شخص در لایه‌ی یک رهایی و آزادی، در لایه‌ی دو توانایی‌های روانی و در لایه‌ی سه ارزش‌های اجتماعی را نشان می‌دهد.

ب- لایه‌های متوسط: در لایه‌ی چهار ناهماهنگی با امور اجتماعی، در لایه‌ی پنج کنترل و در لایه‌ی شش جبران و غرامت دیده می‌شود.

ج- لایه‌های ناسالم: فرد در لایه‌ی هفت تجاوز، در لایه‌ی هشت وسواس و زیاده‌روی و در لایه‌ی نه بیماری و ناخوشی را از خود نشان می‌دهد.