

بہم آگاہ بن کر



معاونت ریاست جمهوری
در امور زنان و خانواده

مهربانی و نوع دوستی

محتوای آموزشی مهارت‌های خوب زیستن برای دختران
پدیدآور: دکتر محمود گلزاری با همکاری دکتر زهره قربانی
کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای معاونت رییس جمهور در امور زنان و خانواده
محفوظ می باشد.
سال ۱۳۹۸

مهربانی و نوع دوستی

محتوای آموزشی مهارت‌های خوب زیستن برای دختران
جلد یازدهم

پدیدآور: دکتر محمود گلزاری
با همکاری دکتر زهره قربانی

فهرست:

۵	دیباچه
۹	مهربانی و نوع دوستی
۱۱	چرا کمک می کنیم؟
۱۱	نظریه هایی درباره نوع دوستی و مهربانی
۲۱	مقایسه و ارزیابی نظریه های نوع دوستی
۲۴	مزایا و هزینه های نوع دوستی، بر پایه همدلی
۲۶	بهره های جسمانی و روان شناختی مهربانی
۲۸	عوامل مؤثر بر رفتار نوع دوستانه
۳۵	چه کسانی بیشتر نوع دوست و مهربانند؟
۳۸	مهرپروران و محبت فروشان
۳۹	راهکارهای آسان ساز نوع دوستی و مهربانی
۴۵	عوامل کم رنگ شدن نوع دوستی و مهربانی
۴۸	دلایل نامهربانی کودکان و نوجوانان
۴۹	آزمون مهربانی
۵۲	منابع و مراجع
۵۴	کاربرگ هفته مهربانی
۵۷	اذان

دیباچه

در میان هزارها کودک و نوجوان سالم و شادایی که شمیم روح پرور سرزندگی را در خانه‌ها و مدرسه‌های ما می‌پراکنند و نغمه دل‌انگیز امید را در فضای جامعه سر می‌دهند، شمار نگران‌کننده‌ای از فرزندان این سرزمین نیز بدون نشاط و پویایی، در چنبره روان‌رنجوری‌ها و کژکاری‌ها روزگار می‌گذرانند.

تکانشوری - ابراز ناگهانی و تند هیجان‌های ناخوشایند - بخشی از شیوه رفتاری نوجوانان و جوانان شده است: با شنیدن کوچک‌ترین کلام خلاف میل‌شان و برخورد با ناکامی‌های جزئی، بر می‌آشوبند، داد می‌زنند و چیزهایی دور و برشان را به این سو و آن سو پرتاب می‌کنند و گاه به خشونت‌های آسیب‌زای جسمی روی می‌آورند.

نوجوانان دختر و پسر، در اوان برانگیختگی رانه جنسی، با افرادی از جنس مخالف، پیوندهای گذرا برقرار می‌کنند و برخی، آشنایی را با تماس‌های جسمی می‌آمیزند. پسران‌شان، به ویژه در میانه دوران نوجوانی، شرم را با شراب می‌زدایند و «خودی» را با «بنگ» و «گل» به مُغاک «بی‌خودی» می‌افکنند. نسل شبکه‌های مجازی، این بومیان دیجیتال، در وب‌گردی‌های بی‌امان خود، به هرزه‌بازارها سر می‌کشند و آتش وسوسه غریزی را در وجود خود شعله‌ور می‌سازند.

خویشتن‌داری پایین، تاب‌آوری کم، آشفتگی ذهنی، بی‌سواد هیجانی،

ضعف خردورزی و ناشکیبایی و تندخویی، نهال‌های تازه رُسته این مرز و بوم کُهن را آشکارا به لذت‌های، تنانه، فربهی جسمی، افت آموزشی و پژمردگی روانی کشانده است.

با رویکردهای متفاوتی می‌توان به سبب‌شناسی این آسیب‌های جدی و هراس‌آور و نیز به چاره‌اندیشی برای پیشگیری و مقابله با زمینه‌ها و عوامل آن‌ها پرداخت. از یک سو فیلسوف و متفکر برجسته اتریشی، «ایوان ایلچ» در کتاب پرآوازه «مدرسه زدایی از جامعه» (ترجمه الهه ضرغام ۱۳۸۷، انتشارات رشد) بر سرمان فریاد می‌زند که هر چه واماندگی، سرکشی و کژاندیشی در بچه‌ها می‌بینیم از ساختار ویرانگر مدرسه است. زیرا **مدرسه**:

- با محتوا و فرایند آموزشی خود پدیده‌ای جبری است که دانش‌آموزان را در زندانی مقدس محصور می‌کند و به بند می‌کشد!

- از خودبیگانگی را مقدمه زندگی می‌سازد و به این ترتیب آموزش را از واقعیت و کار خلاق جدا می‌کند.

- نظامی است که به صورت قانونی، تبعیض و تعصب را یک جا در خود جمع می‌آورد.

افزون بر این‌ها، دانش‌آموزان با آن که به مدرسه می‌روند، نه چیزی یاد می‌گیرند (زیرا بخش عمده‌ای از دانش مورد نیاز خود را بیرون از مدرسه کسب می‌کنند) و نه نقش اجتماعی خود را می‌آموزند، بر پایه این واقعیت‌های انکار ناشدنی است که می‌گوییم: نه تنها آموزش، بلکه جامعه نیز به عنوان یک کل، نیازمند **مدرسه‌زدایی** است!

با رویکردی کاملاً متضاد، کسانی را داریم که بیان هر مشکل کوچک کودکان و نوجوانان مدرسه رو را، سیاه‌نمایی به حساب می‌آورند و از لکه‌دار شدن سیمای نورانی مدرسه نگران و برآشفته می‌شوند!

مدیران بلندپایه نظام آموزشی و دبیران و مشاوران دلسوز و با تجربه به

«رویکرد پیشگیرانه» باور دارند و پیشنهاد می کنند که نخست، از طریق نظرسنجی ها و پژوهش های علمی و میدانی آن دسته از مشکلات رفتاری و اخلاقی را که فراوانی و شدت بیشتری دارند بشناسیم و پس از آن با آموزش های مستقیم - متناسب با سطح درک مخاطب - همه دانش آموزان را از زیان های آسیب های مشخص شده آگاه سازیم. و هم زمان، آن هایی را که از مرز سلامت عبور کرده اند با مداخله های پیشگیرانه بهبود بخشیم و از تکرار خطا باز داریم. سرانجام در جدیدترین رویکرد، مارتین سلیگمن - روان شناس برجسته معاصر و بنیان گذار جنبش روان شناسی مثبت نگر - را عقیده بر این است که بررسی های علمی در ۵۰ سال گذشته ثابت کرده است که اقدامات پیشگیری سنتی، که در چارچوب «مدل بیماری» شکل گرفته اند، نتوانسته اند مصونیت و توانمندی لازم را در افراد پرورش دهند.

او در مقاله ای با عنوان «روان شناسی مثبت، پیشگیری مثبت و درمان مثبت»، که در سال ۲۰۰۲ در کتاب، Handbook of positive psychology چاپ دانشگاه آکسفورد، منتشر شده است، به پشتوانه ده ها بررسی علمی خود و همکارانش تأکید می کند که با افزایش هیجان های مثبت و پرورش توانمندی های منش، می توان دگرگونی های بنیادی و مثبتی را در هدف های فکری، عاطفی و رفتاری کودکان و نوجوانان ایجاد کرد. خوشبختانه، این رویکرد و گفتمان منطقی روشن و امیدبخش، مورد توجه سرکار خانم دکتر معصومه ابتکار معاون محترم رئیس جمهور در امور زنان و خانواده و آقای سید محمد بطحائی وزیر محترم آموزش و پرورش قرار گرفت و موافقت و حمایت این بزرگواران موجب شد که طرح تدوین ۱۲ جزوه آموزشی با عنوان های: ابراز وجود، امید، خودباوری، خوش بینی، خویشن داری، روابط مثبت، شادی و نشاط، معنا و هدف، معنویت، مقابله مثبت با فشارروانی، مهربانی و نوع دوستی، هوش هیجانی، برای تدریس و اجرا در کارگاه های ارتقای مهارت های

پرورشی مربیان مدارس، با مدیریت نگارنده تصویب شود.

پس از تصویب طرح، همکار روان‌شناس و تلاشگر من خانم دکتر زهره قربانی محتوای اولیه جزوه‌ها را با استفاده از منابع جدید روان‌شناسی مثبت تدوین کردند. پس از آن به ویرایش علمی، افزودن و کاستن مطالب، اضافه کردن آموزه‌های اسلامی و ادبی و ویرایش زبانی محتوای جزوه‌ها پرداختیم. به علاوه برای علاقه‌مند کردن دانش‌آموزان به ادبیات زنده و پربار فارسی، ۱۲ سروده زیبا و آموزنده را از ۱۲ شاعر برجسته گذشته و معاصر: سعدی، حافظ، پروین اعتصامی، نیما یوشیج، فروغ فرخزاد، سهراب سپهری، م. آزاد، فریدون مشیری، سیمین بهبهانی، قیصرامین‌پور، هوشنگ ابتهاج و شفیعی کدکنی برگزیدم و حسن مطلع هر بخش قرار دادم.

چون قرار است این نوشته‌های علمی و کاربردی را مشاوران مدارس سراسر کشور فراگیرند و به دانش‌آموزان خود به صورت کارگاهی آموزش دهند، مخاطب نوشته‌ها هم معلمانند و هم دانش‌آموزان. برای هر موضوع، پرسشنامه معتبری با راهنمای نمره‌گذاری و تفسیر آن و نیز چندین کاربرگ، برای اجرا در کارگاه آموزشی آورده شده است.

در پایان وظیفه خود می‌دانم از خانم دکتر معصومه ابتکار معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده، خانم دکتر اطره نژادی، معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی معاونت رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده، خانم دکتر بهناز موحدی مدیر کل برنامه‌ریزی معاونت رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده، آقای سید محمد بطحائی وزیر آموزش و پرورش و خانم فرحناز مینایی‌پور مدیر کل دفتر امور زنان وزارت آموزش و پرورش که با درایت، هدایت و حمایت خود این کار را به ثمر رساندند، از صمیم قلب سپاسگزاری نمایم.

محمود گلزاری

مهربانی و نوع دوستی

وجیهه، به محض خارج شدن از خانه، چشمش به کبوتری افتاد که با بال زخمی روی زمین افتاده بود، نگاهی به ساعتش انداخت. دیرش شده بود، اما اگر کبوتر آن جا روی زمین می ماند حتماً خوراک گربه ها می شد. وجیهه کبوتر را به خانه برد بالش را شست و پانسمان کرد. برایش کمی آب و برنج گذاشت و به مدرسه رفت. او آن روز بعد از تعطیلی فوراً به خانه آمد، سری به کبوتر زد و بعد به منزل دوستش مینا رفت. چند وقتی بود که مادر مینا فوت کرده بود و وجیهه روزهای دوشنبه برای کمک در کارهای منزل، به خانه مینا می رفت. گاهی اوقات مادر وجیهه هم او را همراهی می کرد، اما امروز مادرش سر کار بود. وجیهه و مینا با هم تکالیفشان را انجام دادند و خانه را مرتب کردند، همان موقع زنگ در به صدا درآمد. مینا با تعجب در را باز کرد و از دیدن همکلاسی هایش که با کیک و هدیه، پشت در، برایش ترانه تولدت مبارک می خواندند به قدری شوکه شد که نمی توانست حرف بزند. مینا نمی دانست چطور باید از دوست مهربانش وجیهه که او را برای تولدش غافلگیر کرده بود تشکر کند. وجیهه از این که آن شب، بعد از مدت ها، برق شادی را در چشمان مینا می دید، خیلی خوشحال بود.

مهربانی و نوع دوستی

مهربانی، منش پسندیده‌ای است که همدلی، تیمار و یاری رساندن به آفریده‌های دردمند خداوند را - بدون چشم داشت خودخواهانه - در انسان برمی‌انگیزد. همه ما نمونه‌های فراوان و گوناگونی از خودگذشتگی و کمک کردن به دیگران را دیده و شنیده‌ایم. افرادی که با دلسوزی و شفقت، وقت، توان و مال خود را برای یاری به آشنا و بیگانه‌ای نیازمند صرف می‌کنند. آن هم در حالی که انتظار هیچ بازپرداختی را ندارند.

روان‌شناسی اجتماعی و روانشناسی مثبت‌نگر، بیش از دیگر شاخه‌های روان‌شناسی، به نوع دوستی و مهربانی پرداخته‌اند و با بررسی‌های علمی و پژوهش‌های تجربی رازهای پنهان این منش پسندیده و شخصیت مهرورزان را باز نموده‌اند.

در روان‌شناسی اجتماعی، نوع دوستی نقطه مقابل خودپسندی است. یک فرد نوع دوست، حتی هنگامی که هیچ پاداشی به او داده نمی‌شود، یا انتظار آن را هم نمی‌برد، نگران حال گرفتاران و یاری‌رسان به آنها است.

«آیزنبرگ»، نوع دوستی را انجام رفتارهای ارادی و داوطلبانه و سودمند به حال دیگران می‌داند که انگیزه آن عوامل خارجی هستند.

«سلیگمن» و «پترسون» - دو روان‌شناس مشهور مثبت‌گرا - مهربانی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «نوعی تمایل همه‌جانبه به خوب بودن با دیگران، داشتن رفتار مشفقانه و اهمیت دادن به رفاه آنها، کمک کردن و مراقبت از نیازمندان».

چرا کمک می کنیم؟

نظریه‌هایی درباره نوع دوستی و مهربانی

۱- کسب پاداش، پیشگیری از تنبیه

نظریه‌های گوناگون در خصوص نوع دوستی، همگی توافق دارند که در بلندمدت رفتارهای حاکی از کمک کردن، برای خود فرد یاری‌رسان، به اندازه فردی که کمک را دریافت کرده است، مفید است. تبیین این مسئله را می‌توان در این دانست که همه گروه‌های انسانی با نوعی «اقتصاد اجتماعی»^۱ اداره می‌شوند. ما نه تنها امور مادی چون پول، بلکه کالاهای اجتماعی (مثل عشق، خدمات، اطلاعات) را نیز با همدیگر مبادله می‌کنیم و در این خصوص از یک راهبرد «به حداقل و حداکثر رساندن»^۲ بهره می‌گیریم. به این معنا که هزینه‌ها را به حداقل می‌رسانیم و پاداش‌ها را به بالاترین حد می‌کشانیم. مطابق نظریه «مبادله اجتماعی»^۳، تعاملات انسانی معاملاتی هستند با هدف به حداکثر رساندن پاداش‌ها و به حداقل رساندن هزینه‌ها. شایان ذکر است این گونه نیست که ما آگاهانه هزینه‌ها و پاداش‌ها را بررسی کنیم، بلکه منظور این است که چنین ملاحظاتی رفتار ما را پیش‌بینی می‌کنند.

فرض کنید یک ایستگاه اهدای خون در حیات مدرسه برقرار شده است. ارزیابی‌هایی در خصوص هزینه‌های اهدای خون (سوزش ناشی از سوزن، زمان، خستگی)، در برابر هزینه‌های اهدا نکردن (احساس گناه) و فایده‌های اهدا (احساس خوب ناشی از کمک کردن) در برابر فایده‌های اهدا نکردن (ذخیره

۱. Social economics

۲. minimax strategy

۳. Social- exchange theory

زمان، عدم ناراحتی و اضطراب) مسائلی هستند که ممکن است ذهن افراد را درگیر کنند. براساس پژوهش‌های انجام شده، چنین بررسی‌ها و محاسباتی بر تصمیم گرفتن برای کمک کردن یا نکردن مقدم هستند. در مطالعه‌ای نشان داده شد که اگر افراد در برابر اهدای پول به خیریه، کالایی را دریافت کنند (هر چند به آن کالا احتیاج نداشته باشند)، این امر موجب می‌شود که پول بیشتری هدیه دهند (کالا در اینجا نشانی از یک مبادله اجتماعی است).

مبادله اجتماعی (پاداش بیرونی)

پاداش‌های انگیزه‌ساز کمک، ممکن است درونی و / یا بیرونی باشند. زمانی که شرکتی برای افزایش شهرت خود اقدام به اهدای پول می‌کند، پاداش بیرونی را در نظر دارد. از این رو ما بیشتر راغب به کمک به کسی هستیم که برای ما جذابیت دارد و رضایتش برایمان خوشایند است.

کمک کردن، همچنین بر احساس ارزشمندی فردی می‌افزاید. بیشتر افرادی که خون اهدا می‌کنند، گفته‌اند که این کار باعث شده است حس خوبی به خودشان داشته باشند. این مسئله توجیه می‌کند که چرا گاهی به افراد کاملاً بیگانه‌ای که دیگر آنها را نخواهیم دید کمک می‌کنیم. هم‌چنین تبیین می‌کند که چرا - همان‌گونه که پژوهش‌ها نشان می‌دهند- جوانان پس از شرکت در فعالیت اجتماعی یاری‌رسانی، تا مدت‌ها حال و خلق بهتری دارند.

برخی به این نظریه انتقاد کرده‌اند و گفته‌اند این‌گونه نظریه‌ها، ارزش کمک و یاری‌رسانی را از بین می‌برند و آن را به مبادله‌ای خودخواهانه تقلیل می‌دهند. اگر ما صرفاً برای دستیابی به نفع شخصی کمک کنیم دیگر واژه نوع‌دوستی معنا نخواهد داشت! «اسکینر» هم گفته است: «زمانی برای اعمال خوب انسان‌ها به آنها اعتبار می‌دهیم، که دلیلی شخصی برای آن نیابیم. یعنی در واقع زمانی اعمال خوب آنها را به خصوصیات درونی‌شان ربط می‌دهیم که تبیینی بیرونی برای آن نداشته باشیم.»

ضعف نظریه مبادله اجتماعی این است که به آسانی تبدیل به فرایند «تبیین از طریق نام گذاری»^۴ می شود. برای نمونه، عمل کسی را که در فعالیتی خیرخواهانه مشارکت می کند، می توان این گونه تبیین کرد که این اقدام مشفقانه، برایش رضایت آور است. اما چنین نام گذاری هایی، ما را در چرخه ای از تبیین ها قرار می دهد: چرا این فرد داوطلب شد؟ به خاطر پاداش درونی. از کجا می دانی که این پاداش ها درونی بوده است؟ اگر نبوده است پس چرا داوطلب شده است؟ به دلیل این استناد به خودخواهی^۵ یعنی این که انگیزه دستیابی به منافع شخصی، توجیه کننده و زیربنای همه رفتارهای آدمی است نظریه پاداش بیرونی، محبوبیت خود را در میان پژوهشگران از دست داده است.

پاداش های درونی

سودهای به دست آمده از کمک کردن به دیگران «خودپاداش دهی درونی»^۶ را نیز در بر می گیرد. مثلاً شنیدن صدای جیغ و فریاد، انسان را دچار آشفتگی می کند. اگر او نتواند این فریادها را به امری خوشایند، چون احساس شادی نسبت دهد؛ برای کمک کردن به فرد یاری خواه می شتابد و به این ترتیب آشفتگی درونی خود را کاهش می دهد.

– **احساس گناه:** آشفتگی درونی و اضطراب، تنها هیجان منفی ای نیست که ما سعی در کاهش آن داریم. احساس گناه نیز یکی از همین دست هیجان ها است. فرهنگ های بشری، راه های متنوعی را برای کاهش احساس گناه بیان کرده اند: قربانی کردن (انسان یا حیوان)، اعتراف به گناه، توبه و ندامت، انکار و... . در پژوهش هایی روان شناسان اجتماعی، به منظور بررسی اثرات و پیامدهای

۴. explaining- by- naming

۵. egoism

۶. internal self- rewards

گناه، افراد را وادار به انجام امور ناشایستی چون دروغ گفتن، شوک دادن و... کردند. سپس راه‌هایی برای کاهش احساس گناه، در اختیار آنها قرار گرفت. نتایج حاکی از آن بود که افراد هر کاری را برای رهایی از احساس گناه و احساسات بد و ترمیم تصویر خود^۷ انجام می‌دهند. در واقع تمایل ما برای انجام کارهای خوب، پس از این‌که کار ناشایستی کردیم نمایانگر نیاز ما به کاهش احساس گناه خصوصی^۸، بازیابی تصویر خودشکننده و نیز تمایل به دریافت یک تصویر اجتماعی مثبت از خودمان است. اگرچه زمانی که دیگران از کار ناشایست ما خبر داشته باشند، بیشتر احتمال دارد که خود را غرق در رفتار یاری‌رسان و مثبت کنیم، اما وقتی هم که احساس گناه ما خصوصی است باز هم سعی در کاهش آن داریم. نتایج پژوهش‌ها، هم حاکی از آن است که افراد پس از انجام کاری بد (یا باور به این‌که کار بدی کرده‌اند) بیشتر از دیگر زمان‌ها احتمال دارد کار شایسته و خوبی را انجام دهند.

– **خلق و خوی منفی:** در این خصوص که آیا در زمان تجربه احساس‌های منفی، چون ناراحتی و افسردگی، باز هم میزان یاری رساندن ما به دیگران افزایش می‌یابد یا خیر، پژوهش‌های مختلفی صورت گرفته است. در نگاه اول نتایج پژوهش‌ها متناقض به نظر می‌آید. قرار دادن افراد در یک موقعیت ناراحت‌کننده، گاهی بر میزان یاری رساندن آنها به دیگران می‌افزاید و گاه آن را کاهش می‌دهد. اما با نگاه دقیق‌تری به این دست پژوهش‌ها، به تبیین‌های دیگری می‌رسیم. برای مثال پژوهش‌هایی که در آن ناراحت بودن، میزان کمک کردن را کاهش می‌دهد بیشتر روی کودکان صورت گرفته‌اند و به عکس در پژوهش‌هایی که موقعیت ناراحت‌کننده میزان یاری رساندن را

۷. self- image

۸. Private guilt

افزایش داده‌اند، آزمودنی‌ها بزرگسال بودند. سؤال این‌جاست که چرا؟ روان‌شناسان در تبیین این موضوع گفته‌اند که نوع دوستی برای بزرگسالان فرایندی «خودلذت‌بخش»^۹ است و پاداش‌های درونی خود را به همراه دارد. بنابراین وقتی بزرگسالی، در حالت احساس گناه یا ناراحتی به سر می‌برد، انجام یک کار خیرخواهانه به خنثی کردن آن احساسات بد کمک می‌کند. چرا این اتفاق برای کودکان نمی‌افتد؟ کمک کردن برای کودکان فرایندی پاداش‌دهنده نیست. آنها هنگام خواندن داستان، آن دسته از شخصیت‌های داستانی را که به دیگران کمک نمی‌کنند و یاری‌رسان نیستند به اندازه‌ی افراد یاری‌رسان شاد و سرحال می‌دانند. در واقع اگرچه کودکان با دیگران همدردی نشان می‌دهند، اما از این‌که یاری‌رسان باشند چندان لذت نمی‌برند. همان‌طور که کودکان بزرگ‌تر می‌شوند دیدگاه‌شان تغییر می‌کند. چنین لذتی حاصل از فرایند اجتماعی شدن است. مطالعه‌ای در تأیید این مطلب حاکی از این است که وقتی کودکان کم‌سن دبستانی و نوجوانان، در حالت ناراحتی باشند، و از آنها خواسته شود کوپن‌هایی را به کودکان دیگر اهدا نمایند، کودکان کم‌سن، کم‌تر از همه، دبستانی‌ها، بیشتر از آنها و نوجوانان، بیشترین اهداکنندگان بودند. چنین نتایجی تأییدکننده این مطلب است که ما خودخواه به دنیا می‌آییم و در فرایند بزرگ شدن، کم‌کم می‌توانیم مسائل را از نگاه دیگران ببینیم و در نتیجه به آنها کمک کنیم.

– استثناءهای سناریوی احساس بد – اعمال خوب: همیشه هم نمی‌توان از بزرگسالانی که کاملاً اجتماعی شده‌اند، این انتظار را داشت که هر زمانی که احساس بدی دارند کار خوبی انجام دهند. بعضی از احساس‌های بد، بر احتمال انجام اعمال نوع‌دوستانه می‌افزایند و برخی دیگر این احتمال را

۹. self- gratifying

کاهش می‌دهند. برای مثال احساس بدی چون عصبانیت پدیدآورنده هر چیزی است به جز شفقت! استثنای دیگر اندوه شدید است. فردی که عزیزی را از دست داده است، دوره‌ای از اشتغال شدید به خود^{۱۰} را می‌گذراند که مانع از پرداختن به نیازهای دیگری می‌شود.

- احساس خوب - اعمال خوب: افراد شاد، چه کودک باشند چه بزرگسال، بیشتر کمک می‌کنند، حال این شادی چه ناشی از موفقیت باشد، و چه حاصل اندیشیدن به افکار شادی‌بخش یا هر تجربه مثبت دیگر. پژوهش‌های مختلف نیز از این مسئله پشتیبانی می‌کنند.

پرسش این است که اگر افراد غمگین بیشتر کمک می‌کنند، چگونه است که افراد شاد نیز کمک‌کننده هستند؟! بر پایه یافته‌های پژوهشی، ممکن است عوامل گوناگونی در این امر دخیل باشند: کمک کردن، احساس بد را کاهش می‌دهد و خلق و خوی مثبت را ارتقاء می‌بخشد. خلق و خوی مثبت نیز، افکار مثبت و عزت نفس را افزایش می‌دهد و رفتار مثبت را در ما برمی‌انگیزاند. با خلق و خوی مثبت بیشتر احتمال دارد که افکار افراد مثبت داشته باشیم و به دیگران یاری رسانیم.

۲- هنجارهای اجتماعی

ما معمولاً نه به خاطر منافع شخصی، بلکه به این دلیل که ندائی به ما می‌گوید که باید مهربان باشیم و به دیگران کمک کنیم، این کار را انجام می‌دهیم. این ندا، همان هنجارها و/یا انتظارات اجتماعی است. این هنجارها، رفتارهای درستی را که همان بایدهای زندگی اجتماعی هستند، برای هر فرد تعیین می‌کنند. پژوهش‌های مربوط به رفتار کمک کردن، دو نوع هنجار اجتماعی را که محرک نوع دوستی هستند مشخص کرده‌اند: هنجارهای تقابلی

۱۰. self- preoccupation

(مقابلۀ به مثل)^{۱۱} و هنجارهای مسئولیت اجتماعی^{۱۲}.

• **هنجارهای تقابلی (مقابلۀ به مثل):** یک هنجار جهانی این است که ما باید به کسانی که به ما کمک می‌کنند کمک کنیم، نه این که آسیب برسائیم. این هنجار در تمام برهم‌کنشی‌های انسانی حاکم است. این تقابل، به تعریف سرمایه اجتماعی (ارتباط‌ها و پیوندهای حمایتگر، رفت و برگشت اطلاعات، اعتماد و اقدام‌های مشارکتی) کمک می‌کند. مثلاً در ازدواج ممکن است در کوتاه مدت یکی از همسران بیش از آن‌چه دریافت می‌کند بپردازد، اما در بلندمدت تعادلی بین بده‌بستان‌های آنها برقرار می‌شود.

• **هنجارهای مسئولیت اجتماعی:** هنجار مقابلۀ به مثل، به ما یادآوری می‌کند که بایستی بین دریافت‌ها و داده‌های خود تعادلی برقرار سازیم. اما این تنها هنجاری نیست که ما را به کمک کردن، تحریک می‌کند. برای افرادی که وابسته به دیگران هستند و نمی‌توانند مقابلۀ به مثل و جبران کنند (مثل کودکان، افراد به شدت ناتوان و افرادی که قادر به بازگرداندن آن‌چه دریافت کرده‌اند، نیستند) هنجار دیگری احساس کمک کردن برمی‌انگیزاند: هنجار مسئولیت اجتماعی. براساس این هنجار باور به این است که انسان‌ها باید به افرادی که نیاز به کمک دارند- بدون چشم‌داشت به دریافت آتی- کمک نمایند.

نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که حتی وقتی کمک‌کنندگان ناشناس باقی می‌مانند و انتظار هیچ پاداشی ندارند، باز هم به افراد نیازمند یاری می‌رسانند. نکته قابل توجه این است که این یاری‌رسانی ناشی از مسئولیت اجتماعی، معمولاً به افرادی تعلق می‌گیرد که نیاز آنها ناشی از بی‌احتیاطی، تبلی، بی‌اخلاقی و بی‌تدبیری خودشان نبوده است. وقتی فرد نیازمند قربانی یک

۱۱. reciprocity norms

۱۲. social- responsibility norms

حادثه طبیعی است. کمک سخاوت‌مندانه‌تری دریافت می‌کند. از این رو، پاسخ به نیاز دیگران در قالب کمک براساس هنجار مسئولیت اجتماعی، پیوند نزدیکی به اسنادهای^{۱۳} ما دارد. هم‌چنین کمک ناشی از هنجارهای مسئولیت اجتماعی معمولاً به افرادی تعلق می‌گیرد که نیاز شدیدتر و فوری‌تری دارند.

• **جنسیت و هنجارهای کمک کردن:** در بیشتر جوامع بشری، مردان به احتمال زیاد کارهای قهرمانانه و جوانمردانه انجام می‌دهند و زنان، در روابط بلندمدت یاری‌رسانی، با تعهد بیشتر درگیر می‌شوند. از آن‌جا که ادراک نیاز دیگران تعیین‌کننده این است که ما به آنها کمک کنیم یا خیر، زنان که بیشتر وابسته به غیر هستند معمولاً کمک بیشتری دریافت می‌کنند. مطالعات نیز حاکی از این هستند که زمانی که دریافت‌کننده کمک، یک زن است مردان کمک بیشتری ارائه می‌دهند. در حالی که زنان به‌طور مساوی به مردان و زنان کمک می‌کنند. نه تنها، به زن‌ها پیشنهاد کمک می‌شود، بلکه خودشان نیز بیشتر از مردان درخواست‌کننده کمک هستند.

۳- روان‌شناسی تکاملی

سومین تبیین از چرایی کمک کردن انسان، از دل روان‌شناسی تکاملی برمی‌خیزد. مطابق فرضیه‌های این شاخه از دانش بشری، ضرورت زندگی انسان، بقای ژن است. ژن‌ها ما را در مسیرهایی از زیستن قرار می‌دهند که احتمال بقای خود را به حداکثر برسانند. در این فرایند، آن دسته از ژن‌هایی که افراد را در معرض فداکاری و قربانی کردن خود به نفع دیگران قرار می‌دهند، در رقابت تکاملی زنده نخواهند ماند. در ستیز انسان برای بقا، نوعی خودخواهی ژنتیکی^{۱۴} فرمان‌روا است. اما گفتنی است که این خودخواهی ژنتیک

۱۳. attributions

۱۴. Genegic selfishness

ما را در معرض دو نوع خاص از کمک عاری از خودخواهی و از خودگذشتگی قرار می‌دهد: حمایت از خویشان نزدیک و عمل متقابل (روابط متقابل)^{۱۵}.

حمایت از خویشان نزدیک

یکی از، از خودگذشتگی‌هایی که احتمال بقای ژن را افزایش می‌دهد، وقف خود برای فرزندان است. به عبارتی خودپرستی ژنتیک^{۱۶} (در سطح زیستی) نوع دوستی والدین را (در سطح روانی) تقویت می‌کند. با این وجود فرزندان در خصوص بقای ژن‌های والدین خود، در معرض خطر کم‌تری قرار دارند و از این رو، پدرها و مادرها بیشتر خود را وقف فرزندان می‌کنند تا فرزندان خود را در بست به والدین واگذارند.

سواى فرزندان، ما با خویشاوندان خود نیز به نسبت‌های مختلف تشابه ژنتیکی داریم. در این خصوص پدیده انتخاب خویشاوندان^{۱۷} مطرح می‌شود که به‌طور کلی به جهت‌گیری و طرفداری نسبت به کسانی که با ما اشتراک و تشابه ژنی دارند، اشاره دارد. نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که هر چه اشتراک ژنی بیشتر باشد، تمایل بیشتری به از خودگذشتگی و حفاظت از آن شخص در فرد به وجود می‌آید. مثلاً دوقلوهای کاملاً همسان، در مقایسه با دیگر دوقلوها، حمایت بیشتری از هم نشان می‌دهند. مسئله این‌جاست که در مواقع کمک کردن، نه تنها ما ارتباط ژنتیکی خود را با فردی خویشاوند می‌سنجیم، بلکه طبیعت نیز ما را به گونه‌ای برنامه‌ریزی کرده است که نسبت به خویشاوندان نزدیک خود توجه بیشتری داشته باشیم.

علاوه بر خویشاوندان و فرزندان، ما با افراد دیگری نیز تشابه ژنتیکی داریم. به‌عنوان مثال افراد چشم آبی دارای ژن‌های خاص همانندی هستند. حال این

۱۵. kin protection and reciprocity

۱۶. Genetic egoism

۱۷. Kin selection

پرسش پیش می‌آید که از کجا متوجه این تشابه می‌شویم؟ یکی از راه‌های تشخیص، تشابه فیزیکی است. راه دیگر توجه به این اصل است که با ما همسایگان و نزدیکان خود تشابه بیشتری داریم تا با غریبه‌ها. آیا به لحاظ زیستی تمایل بیشتری به کمک به افرادی داریم که با ما تشابه ژنتیکی دارند و نزدیک ما هستند؟ بررسی افراد پس از رویدادهای ناگوار طبیعی نشان می‌دهد که ترتیب توجه ما برای کمک به آسیب‌دیدگان این گونه است: جوانان پیش از پیران، اعضای خانواده پیش از دیگران، و همسایگان پیش از غریبه‌ها.

روابط متقابل

مطابق با این قاعده، یک فرد به فردی دیگر کمک می‌کند، چرا که انتظار کمک متقابل دارد. به عبارتی انتظار می‌رود که دهنده، در آینده گیرنده باشد. شکست در این عمل متقابل، به تنبیهی کیفرزا کشیده می‌شود. قاعده عمل متقابل را به ویژه در گروه‌های کوچک که افراد روبه‌روی هم قرار می‌گیرند و در کسانی که به هم لطفی دارند کارآمدتر می‌بینیم. به همین دلیل عمل متقابل در مناطق روستایی، در مقایسه با شهرهای بزرگ، بیشتر رخ می‌دهد. پرسش: اگر نفع شخصی، ناگزیر، به پیروزی در رقابت ژنتیک می‌انجامد، پس چرا انسان به غریبه‌ها کمک می‌کند؟ چرا گاهی به افرادی کمک می‌کند که منابع کمی برای جبران در اختیار دارند؟

یکی از پاسخ‌های روان‌شناسان تکاملی به این دست پرسش‌ها، «انتخاب گروه»^{۱۸} است. وقتی گروه‌ها در رقابت هستند، گروه‌هایی با اعضای نوع‌دوست - که به همدیگر کمک متقابل می‌کنند - بیشتر دوام و بقا می‌یابند.

پاسخ دیگر روان‌شناسان تکاملی این بوده است که جوامع انسانی به تدریج قوانین اخلاقی و مذهبی مختلفی را ابداع کرده‌اند که به‌عنوان بازدارنده‌های

۱۸. group selection

سوگیری زیستی، در جهت نفع شخصی عمل می کنند. این پاسخ ها، عده ای از روان شناسان را قانع نکرده است آن ها می گویند این که مردم به احتمال زیاد اعضای خانواده شان را، در مقایسه با غریبه ها، از یک آتش سوزی نجات می دهند، لزوماً به این معنی نیست که آنها یک برنامه ریزی ژنتیکی برای کمک به بستگان ژنتیکی شان دارند. بلکه آنها نمی توانند فکر از دست دادن کسی را که دوستش دارند تحمل کنند و بنابراین مدت طولانی تری را صرف نجات کسانی می کنند که از آن ها مهری به دل دارند.

مقایسه و ارزیابی نظریه های نوع دوستی

جدول ۲: مقایسه نظریه های نوع دوستی

نوع دوستی چگونه تبیین می شود؟			
نظریه	سطح تبیین	کمک های پاداش گرفته بیرونی	کمک های درونی
مبادله اجتماعی	روانی	پاداش بیرونی کمک	پاداش درونی کمک
هنجارهای طبیعی	جامعه شناختی	هنجارهای تقابلی	هنجارهای مسئولیت اجتماعی
تکامل	زیستی	تقابل	انتخاب خویشاوندان

همان طور که پیش تر اشاره شد و از مطالعه جدول بالا نیز مشخص می شود، هر یک از نظریه های مطرح شده دو نوع از رفتارهای اجتماعی را در این خصوص

مطرح می‌سازند: یک مبادله متقابل این به آن در^{۱۹} و یک یاری‌رسانی غیرشرطی‌تر. تبیین چرایی نوع‌دوستی در این نظریه‌ها در سه سطح مختلف صورت می‌گیرد. در مقام ارزیابی، هر یک از این سه نظریه به نظر منطقی می‌رسد. در عین حال هر سه نظریه در معرض اتهام قضاوتی و پس‌رویدادی بودن قرار می‌گیرند. در هر سه این نظریه‌ها، ما با یک اثر شناخته شده (بده بستان‌های هر روزه زندگی) شروع می‌کنیم و از روی آن یک نوع مبادله اجتماعی، هنجار متقابل و/یا یک مسئله تکاملی را بیرون می‌کشیم. آنچه در این جا رخ می‌دهد گویی یک نوع تبیین از طریق نامگذاری^{۲۰} است. به همین دلیل هیچ یک از این نظریه‌ها ابطال‌پذیر و ردکردنی به نظر نمی‌رسند. برای مثال این توجیه که رفتاری به دلیل کارکرد بقایش رخ می‌دهد، به سختی قابل رد کردن است. همان‌طوری که می‌دانیم یکی از ملاک‌های اصلی نظریه، ارائه پیش‌بینی‌هایی است که آزمون‌پذیر باشند.

به‌علاوه نظریه خوب الگوی یک‌پارچه‌ای برای درهم‌فشدن شمار زیادی از مشاهده‌ها در اختیار می‌گذارد. سه نظریه مذکور در خصوص این معیار، خوب عمل کرده‌اند و هر یک گستره‌ای از کمک‌های لحظه‌ای گرفته تا تعهدهای طولانی مدت را در چشم‌اندازمان قرار می‌دهد.

نوع‌دوستی حقیقی

در پاسخ به این پرسش آیا کمک کردن انسان به هم‌نوع خود، از کشش خودخواهانه او زاده می‌شود یا از انگیزه‌های غیرخودخواهانه‌اش، استون (۲۰۰۱) این ایده را مطرح کرده است که علاقه ما به کمک کردن، از هر دو انگیزه خودخواهانه و عاری از خودخواهی برمی‌آید (شکل ۱). آشفنگی برآمده

۱۹. a tit- for- tat- reciprocal exchange

۲۰. explaining- by- naming

از دیدن رنج دیگران ما را وامی‌دارد تا ناراحتی خود را، چه با فرار از آن موقعیت غم‌افزا و چه با کمک کردن به فرد نیازمند، کاهش دهیم. افزون بر این هنگامی که ما به شخصی دلبستگی داریم نسبت به او احساس همدلی نیز خواهیم داشت (برای نمونه رنج کشیدن والدین از ناراحتی فرزندانشان). به‌علاوه ما با آشنایان نیز غم‌خواری و همکاری می‌کنیم (ناراحتی و کمک‌کردن به زلزله‌زدگان هم‌وطن).

در حالت همدلی و همدردی، ما نه بر خود، که بر فردی که درحال رنج کشیدن است تمرکز می‌کنیم. غمگساری و دلسوزی واقعی، ما را وامی‌دارد تا به شخصی برای خاطر خود او، نه برای منافع خودمان، کمک کنیم. بیشتر وقت‌ها، ناراحتی و همدلی با هم زمینه‌ساز پاسخ به یک بحران می‌شوند.

پرسشی که ممکن است پیش آید این است که آیا کمک حاصل از همدلی را می‌توان نوع دوستی حقیقی و خالص دانست؟ پژوهشگران در این تردید دارند و گفته‌اند که همدلی و همدردی با فرد در حال رنج کشیدن، به ناراحتی انسان کشیده می‌شود و او، برای کاهش تنش درونی خود به یاری فرد رنج‌دیده می‌شتابد. در یکی از موقعیت‌های آزمایشی که ناراحتی افراد از راه‌های دیگری به‌جز کمک کردن، کاهش می‌یافت (مانند گوش کردن به یک نوار خنده‌دار)، افرادی که احساس ناراحتی کرده بودند کم‌تر کمک کردند. به عبارتی اگر ما احساس همدردی کنیم اما بدانیم که کار دیگری حال ما را بهتر خواهد کرد، چندان راغب به کمک نمی‌شویم. اما نتایج پژوهش‌های دیگری نشان داده است که نوع دوستی حقیقی هم وجود دارد. برای مثال در یک پژوهش، آزمودنی‌ها با این‌که می‌دانستند کمک به اعضای گروه رقیب ممکن است موجب باخت گروه خودشان شود، باز هم به اعضای گروه رقیب کمک می‌کردند.

باستون و همکارانش (۱۹۹۱) بعد از پژوهش‌های بسیار درباره خودخواهانه

یا دگرخواهانه بودن نوع دوستی، به این نتیجه رسیده‌اند که گاهی افراد به رفاه دیگری بیش از برآورده شدن نیاز خودشان توجه دارند. این پژوهشگران دریافتند که نوع دوستی حقیقی که ریشه در همدلی دارد جزئی از طبیعت آدمی است و تحریک آن موجب یاری‌رسانی به افراد خاصی چون بیماران مبتلا به ایدز، زندانی‌ها و دیگر اقلیت‌ها می‌شود.



شکل ۱: ریشه‌های خودخواهانه و نوع دوستانه کمک: دیدن ناراحتی فردی دیگر، می‌تواند موجب تحریک ترکیبی از ناراحتی‌های متمرکز بر خود و همدلی متمرکز بر دیگران شود.

مزایا و هزینه‌های نوع دوستی، بر پایه همدلی

پژوهشگران بر این باورند که افراد همه کارهای خود، حتی کمک به دیگران را؛ با انگیزه‌های خودمدارانه انجام می‌دهند. اما همان‌طور که ذکر شد، خودخواهی تنها تبیین‌کننده رفتار مهربانانه و نوع دوستی نیست؛ بلکه سنجی از نوع دوستی با بنیان همدلی، که همدردی با دیگران را در آدمی بیدار می‌کند نیز وجود دارد. این نوع همدلی، سودها و زیان‌هایی دارد که به آن‌ها اشاره می‌کنیم:

مزیت‌ها و سودها

- موجب کمک‌های ضروری به دیگران می‌شود - در صورت همدلی فقط افکار همدلانه مطرح نیست، بلکه کاستن از رنج دیگران به شیوه عملی نیز به میان می‌آید.

- پرخاشگری را بازداري می‌کند - زنان که در مقایسه با مردان همدلی بیشتری نشان می‌دهند، تمایل کم‌تری به پرخاشگری و اعمال خشونت‌آمیز دارند.

- همکاری و مشارکت را افزایش می‌دهد - نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که افراد در موقعیت تعارض بالقوه، در صورتی که با یکدیگر احساس همدلی نمایند، بیشتر مشارکت می‌کنند و به یکدیگر اعتماد می‌ورزند.

- توجه به گروه‌های خاص و انگ خورده می‌شود - همدلی و درک دیدگاه دیگران به این می‌انجامد که افراد حمایت بیشتری از گروه‌های خاصی چون افراد بی‌خانمان، مبتلایان به بیماری‌های سخت درمان بکنند.

عیب‌ها و زیان‌ها

- ممکن است به فرد کمک‌کننده آسیب برساند - افرادی که زندگی خود را به خاطر دیگری به خطر می‌اندازند، ممکن است جان خود را از دست بدهند.

- نمی‌تواند پاسخ‌گوی همه نیازها باشد - مثلاً همدلی کردن با یک فرد نیازمند آسان‌تر است تا همدلی کردن با مادرِ زمین که محیط زیست آن با آلودگی هوا و گرم شدن به ما و نسل‌های آینده زیان می‌رساند.

- کمک‌کننده را از پا در می‌آورد - درک درد دیگران دردآور است، از این رو، در نهایت یا ممکن است ما با خودداری از موقعیت‌هایی که احساس همدلی‌مان را تحریک می‌کنند، خود را در برابر این درد محافظت کنیم یا ممکن است باعث شود که دچار «فرسودگی روانی» و / یا «خستگی ناشی از دلسوزی» شویم.

- می‌تواند به جانبداری، بی‌عدالتی و بی‌تفاوتی نسبت به خوبی‌های بزرگ‌تر بینجامد - همدلی به‌عنوان احساسی جزئی، تنها ما را متوجه یک فرد، خانواده و / یا حیوان خاص می‌کند؛ و از حساسیت ما به انبوه رنج‌دیدگان جهانی می‌کاهد و توجه به خیر عمومی را تهدید می‌کند.

بهره‌های جسمانی و روان‌شناختی مهربانی

• افزایش احساس‌های خوشایند

تا به حال توجه کرده‌اید وقتی کاری برای کسی انجام می‌دهید، خودتان هم حس خوبی دارید؟ این حس خوب اتفاقی نیست و به مراکز لذت در مغز شما برمی‌گردد. محبت کردن به دیگران، باعث افزایش سروتونین می‌شود. سروتونین انتقال‌دهنده‌ای عصبی است که احساس رضایت و حال خوب را در پی می‌آورد. نوع دوستی و کمک به دیگران، مثل ورزش کردن باعث آزاد شدن اندورفین‌ها می‌شود که با نگرش مثبت و حس رضایت همراه است.

• کاهش نگرانی‌های اجتماعی

اضطراب و نگرانی، چه از نوع ملایم و چه از نوع حمله‌های عصبی سخت، در انسان شایع است. روش‌های مختلفی مثل مراقبه، ورزش، مصرف دارو یا درمان‌های طبیعی برای درمان اضطراب وجود دارد، اما به نظر می‌رسد راحت‌ترین و ارزان‌ترین راه خلاص شدن از شر نگرانی‌ها، محبت کردن به دیگران است.

براساس تحقیقی که در دانشگاه بریتیش کلمبیا دربارهٔ خوشحالی انجام گرفت مشخص شد که نگرانی‌های اجتماعی با کاهش «هیجان مثبت» در ارتباط هستند. منظور از هیجان مثبت، تجربه حالت‌هایی مثل لذت، علاقه یا وجد است که تأثیر زیادی بر سلامت روانی و عملکرد انطباقی دارد. پژوهشگران این دانشگاه نتیجه گرفتند که در طول چهار هفته زمان آزمایش، هیجان مثبت در افرادی که رفتارهای محبت‌آمیز داشتند به‌طور قابل توجهی افزایش یافت.

• بهبود عملکرد دستگاه قلبی - عروقی

حتماً شنیده‌اید که مهربانی و محبت کردن به دیگران دل را نرم می‌کند،

اما جالب است بدانید که مهربان بودن در واقع بر تعادل شیمیایی قلب شما تأثیر مثبت دارد. مهربانی باعث ترشح هورمون اکسی توسین می شود. به گفته ی دکتر «دیوید همیلتون»، اکسی توسین باعث آزاد شدن ماده ای شیمیایی به نام نیتریک اکسید در رگ های خونی می شود. این ماده با گشاد کردن رگ های خونی، فشار خون را کاهش می دهد. از آن جا که اکسی توسین با کاهش فشار خون به سلامت قلب کمک می کند به آن لقب هورمون محافظ قلب داده اند.

بنابراین مهربانی هم از لحاظ جسمانی و هم از نظر احساسی، برای قلب شما خوب است. شاید به همین دلیل است که می گویند آدم های مهربان قلب بزرگی دارند!

• افزایش طول عمر

شاید این مسئله به نظر تان عجیب برسد، اما نتایج پژوهش ها آن را تأیید کرده اند. نتایج پژوهشی که اخیراً در این باره انجام شده، نشان داده است افرادی که شبکه دوستان و خانواده شان به اندازه کافی گسترده و محکم نیست، به شدت در معرض خطر حمله قلبی هستند. در مقابل افرادی که با دیگران مهربان هستند و از روابط و دوستی هایی قوی و پرمعنا بهره مندند، از طول عمر بیشتری برخوردارند.

• کاهش استرس

همه ما در گرفتاری های زندگی، همیشه به دنبال راهی برای یافتن آرامش و کم کردن فشار و استرس های روزانه هستیم. ممکن است چاره کار ساده تر از آن چه فکر می کنیم باشد.

کمک به دیگران باعث می شود از لاک خود بیرون بیاییم و کمی از عوامل فشارزای زندگی فاصله بگیریم. هم چنین مهربان بودن و محبت کردن به دیگران ما را برای مقابله با موقعیت های فشار روانی آماده تر می کند.

«رفتارهای وابسته‌کننده» رفتارهایی هستند که ما را با دیگران پیوند می‌دهند. براساس تحقیقی در مورد تأثیر رفتارهای اجتماعی محبت‌آمیز بر فشار روانی، رفتارهای وابسته‌کننده احتمالاً عنصر مهمی در مقابله با فشار روانی هستند و همین عامل نشان می‌دهد که مشارکت در فعالیتهای اجتماعی محبت‌آمیز (رفتارهایی که هدف از آنها کمک به دیگران است) روش مؤثری برای کاهش اثر فشار روانی بر عملکرد احساسی است.

• کاهش ابتلا به بیماری

التهاب در بدن با عوامل مختلفی از جمله دیابت، سرطان، دردهای مزمن، چاقی و میگرن در ارتباط است. براساس پژوهشی که بر روی بزرگسالان ۵۷ تا ۸۵ ساله انجام گرفت، داوطلب‌شدن برای کمک به دیگران و انجام کارهای خیرخواهانه، بیشترین ارتباط را با کاهش سطح التهاب نشان داد. به‌علاوه از تأثیرات دیگر اکسی توسین، کاهش التهاب است و همان طور که پیش‌تر گفته شد حتی رفتارهای محبت‌آمیز ساده هم باعث آزادشدن اکسی‌توسین می‌شوند.

عوامل مؤثر بر رفتار نوع‌دوستانه

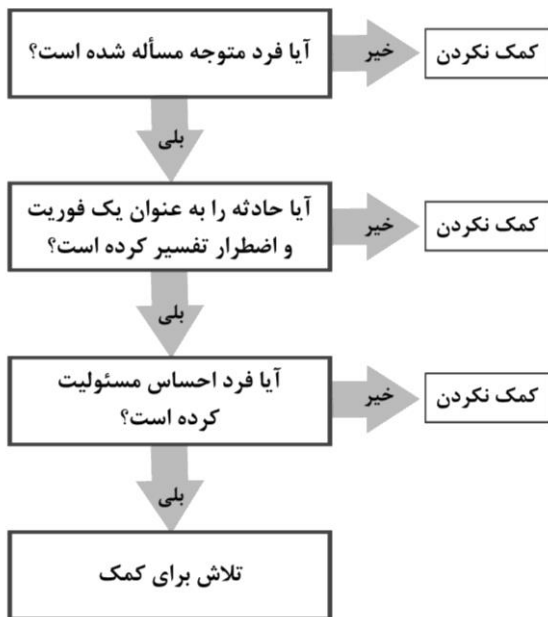
نمونه‌های متعددی وجود دارد که در آن افراد زیادی شاهد رخداد یک فاجعه بودند، اما کمکی به فرد درگیر در حادثه نکرده‌اند و صرفاً تماشاگر بوده‌اند. سؤال این است که چرا؟ پژوهش‌های بسیاری در پاسخ به این دو پرسش صورت گرفته‌اند که چه زمانی افراد در مواقع اضطراری درگیر می‌شوند و کمک می‌کنند (بررسی موقعیت‌ها)؟ و نیز چه کسانی کمک می‌کنند (بررسی ویژگی‌های شخصیتی)؟ در ادامه به بررسی این عوامل برگرفته از کتاب روان‌شناسی اجتماعی تألیف «ساندرسون» (۲۰۱۶) - می‌پردازیم.

الف) عوامل موقعیتی

۱. تعداد ناظران

پژوهشگران بر این باورند که افراد تماشاگر و شاهد در چنین موقعیت‌هایی لزوماً انسان‌های پلیدی نیستند و عواملی در کمک نکردن آن‌ها دخیل است. به عنوان مثال، نتایج پژوهش‌ها نشان داده است که حضور یک فرد دیگر (وجود یک شاهد دیگر در موقعیت) تا حد زیادی احتمال مداخله فرد را کاهش می‌دهد. به عبارتی کسانی که به تنهایی شاهد یک موقعیت هستند بیشتر احتمال دارند کمک کنند. علت چنین مسئله‌ای را می‌توان در این دانست که هرچه که تعداد تماشاگران در یک موقعیت بیشتر می‌شود احتمال این که هر یک از آنها متوجه موقعیت شود، و آن را به عنوان یک مشکل یا فوریت تفسیر کند و مسئولیتی را برعهده بگیرد، کاهش می‌یابد (شکل ۲).

حضور در یک حادثه ناگوار



شکل ۲. درخت تصمیم‌گیری «لتین» و «دارلی»: تنها یکی از سه مسیر به کمک کردن می‌انجامد. در هر یک از شاخه‌های مسیر وجود یک شاهد دیگر شخص را از یاری‌رسانی باز می‌دارد.

🔍 **توجه:** در آزمایشی در این خصوص، افراد در یک اتاق مجهز به آینه یک طرفه، قرار گرفتند و یک موقعیت اضطراری (نفوذ دود از منافذ اتاق) برای آن‌ها ایجاد شد. نتایج نشان داد افرادی که به تنهایی در اتاق قرار داشتند ظرف چند ثانیه متوجه دود شدند، اما برای کسانی که در گروه قرار داشتند مدت بیشتری طول کشید (۲۰ ثانیه) تا متوجه شوند.

● تفسیر

به محض این که ما متوجه یک موقعیت مبهم می‌شویم، باید آن را تفسیر کنیم. به‌عنوان مثال، اگر در اتاق آزمایش قبل و در گروه قرار گرفته باشید و متوجه دود شوید، احتمالاً به دلیل مبهم بودن موقعیت و پیشگیری از شرمندگی خود، ساکت می‌مانید و به دیگران و واکنش آن‌ها نگاه می‌کنید. همه چیز به نظر آرام می‌رسد، بنابراین به دود توجهی نمی‌کنید و مشغول کار خود می‌شوید. فرد دیگری نیز با دیدن دود و چهره شما، احتمالاً واکنش مشابهی نشان می‌دهد. به عبارتی در این موقعیت‌ها، افراد از رفتار یکدیگر به‌عنوان سرنخی برای درک واقعیت استفاده می‌کنند.

تفسیرهای غلط از چیزی بر می‌آیند که برخی پژوهشگران آن را «توهم شفافیت»^{۲۱} خوانده‌اند. منظور از توهم شفافیت، گرایش به بیش‌ارزیابی کردن توانایی دیگران، در خواندن حالات ذهنی ما است. ما که خود بر افکارمان کاملاً آگاه هستیم تصور می‌کنیم دیگران نیز به آسانی متوجه آن‌ها می‌شوند. در حالی که افکار و حالات ما بیش از آن چه فکر می‌کنیم مبهم هستند. در یک موقعیت

اضطراری هر فرد ممکن است با خود این گونه ببیند که «من خیلی نگرانم» اما دیگران را آرام ببیند و درک کند و از این رو چنین نتیجه گیری کند که «خوب انگار موقعیت چندان هم اضطراری و فوری نیست.»

در آزمایش نشت دود در اتاق، افرادی که به تنهایی مورد آزمایش قرار می گرفتند از جای خود بلند می شدند با اندکی تأمل، دود را واری می کردند و گزارش می دادند. اما کسانی که در گروه بودند از جایشان تکان نخوردند! جالب توجه بود که منفعل بودن گروه، بر تفسیرهای اعضای آن تأثیر می گذاشت. در پاسخ به این پرسش که چه چیزی باعث به این دود شده است، افراد گروه هر یک پاسخی می دادند، مگر احتمال وجود آتش!

در آزمایش دیگری برای بررسی «اثر تماشاگر^{۲۲}» (این یافته که یک شخص در حالتی که تماشاگران دیگری هم در صحنه حضور دارند، کم تر احتمال دارد که کمک کند)، صدای داد و فریاد زنی، که در حالت ناراحتی و آشفتگی به سر می برد، برای گروهی از مردان در حال پرکردن یک پرسشنامه پخش شد. ۷۰ درصد افرادی که به تنهایی آزمایش می شدند بی درنگ برای کمک برخاستند و اقدام کردند. اما تنها ۴۰ درصد از کسانی که در گروه های دو نفره به سر می بردند به یاری شتافتند. همه این پژوهش ها می رساند که هر چه شمار افرادی که از یک موقعیت اضطراری آگاه هستند بیشتر باشد، احتمال کمک هر شخص به تنهایی کاهش می یابد. در دنیای واقعی، اثر تماشاگر بر واکنش افراد روی جرم های خیابانی و نیز دزدی ها تأثیر می گذارد.

● برعهده گرفتن مسئولیت

متوجه موقعیت نشدن و تفسیر غلط، تنها پیامدهای اثر تماشاگر نیست. برای نمونه، کسانی که شاهد رنج کشیدن فردی در وسط خیابان هستند ممکن

است موقعیت و رنج آن فرد را متوجه شوند و به درستی تفسیر نمایند. اما وجود افراد دیگری در موقعیت، که شاهد ماجرا هستند، منجر به تقسیم مسئولیت برای عمل و واکنش می‌شود. افراد با خود این گونه تصور می‌کنند که «خوب دیگران هم می‌بینند که چه اتفاقی رخ داده است! حتماً کسی کاری می‌کند» و خود دست به عمل و واکنش خاصی نمی‌زنند.

جالب این‌جاست که وقتی پژوهشگران آزمایش‌های اتاق دود و صدای فریادهای زن، در پایان، از آزمودنی‌هایی که در گروه آزمون شده و اثر تماشاگر را نشان داده بودند سؤال کردند که آیا وجود شخص دیگری موجب بی‌پاسخی آنها شده است؟ همه آزمودنی‌ها این مسئله را انکار کردند و بیان داشتند که حتی اگر کسی هم نبود همین واکنش را نشان می‌دادند.

البته دسته‌ای دیگر از پژوهش‌ها، موقعیت‌هایی را نشان می‌دهند که در آنها حضور دیگران مانع از کمک فرد به شخص نیازمند نشده است. به‌عنوان مثال در پژوهشی، یکی از همکاران آزمایشگر در ایستگاه مترو - پس از این که قطار ایستگاه را ترک کرد - ناگهان تلوتلو خورده و نقش بر زمین شد. نتایج نشان داد که وقتی قربانی عصبانی در دست داشت، یک یا دو تن از شاهدان تقریباً به سرعت به کمک شتافتند. در پاسخ به چرایی این مسئله پژوهشگران با انجام پژوهش‌های متعددی نشان دادند در موقعیت‌هایی غیرمبهم و شفاف و شرایط اضطراری‌ای کاملاً واضح، افرادی که در گروه قرار داشتند تنها به میزان کمی کمتر از افراد تنها، کمک کردند. در موقعیت‌ها و شرایط مبهم، افراد در گروه با فاصله‌ی زیادی و بسیار کمتر از افراد تنها، یاری رساندند.

آزمایش دیگری در این خصوص نشان داد، وقتی افراد در گروه روبروی هم نشسته بودند و قادر به دیدن حالات چهره همدیگر، در یک موقعیت اضطراری (مثلاً شنیدن صدای فرو ریختن تعداد زیادی فلز بر روی یک کارگر) بودند، در مقایسه با زمانی که پشت به پشت هم نشسته بودند و صورت هم را نمی‌دیدند

بیشتر اقدام به کمک می‌کردند. ظاهراً دیدن صورت فرد دیگری که او نیز شاهد ماجرا باشد موجب می‌شود که آزمودنی‌ها موقعیت را اضطراری تفسیر نمایند و اقدام به عمل نمایند. مثل همیشه افرادی که تنها بودند همگی اقدام به کمک کردند و افرادی که پشت به پشت نشسته بودند به ندرت یاری می‌رساندند.

به‌علاوه پژوهش‌ها در خصوص اثر تماشاگر، حاکی از آن است که گروه‌های هم بسته‌ای چون دوستان، کمتر از گروه‌های متشکل از غریبه‌ها، باعث بازداری کم به دیگران می‌شود. از این رو، به‌طور کلی می‌توان این گونه برداشت کرد که حضور تماشاچیان در شرایطی که (۱) موقعیت اضطراری مبهم باشد و (۲) دیگر تماشاگران و شاهدان نیز غریبه باشند و قادر به پیش بینی واکنش یکدیگر نباشند، مانع از کمک کردن می‌شود.

❖ چرا مردم شهر در مقایسه با افراد روستانشین کمتر کمک می‌کنند؟ یکی از دلایل این مسئله این است که افراد در مناطق روستانشین، غالباً با یکدیگرند و تنها نیستند (اثر تماشاگر). همچنین «خستگی شفقت^{۲۳}» و «اضافه بار حسی^{۲۴}» حاصل از روبه رو شدن با افراد نیازمند زیادی که در شهرها حضور دارند، نیز از دلایل دیگر این امر است. نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که هر چه شهر بزرگ‌تر و متراکم‌تر باشد، احتمال کمک مردم کمتر است. به عبارت دیگر هر چه شهر بزرگ‌تر باشد، میزان نوع دوستی و مهربانی مردمش کمتر است. به‌علاوه نتایج پژوهش‌های بین فرهنگی نشان داده است که میزان تمایل به کمک کردن به غریبه‌ها در نقاط مختلف جهان متفاوت است. مردم کشورهای توسعه یافته کمتر و مردم فرهنگ‌هایی، با تأکید بر مهربانی و

۲۳. compassion fatigue

۲۴. sensory overload

دلنوازی، بیشتر به غریبه‌ها کمک می‌کنند.

۲. حضور افراد نوع دوست و یاری‌گر در موقعیت

شواهد موجود حاکی از این است که الگوهایی از رفتارهای مثبت و مطلوب اجتماعی، نوع دوستی را افزایش می‌دهد؛ درست همان‌طور که الگوهای رفتار پرخاشگرانه، رفتار خشونت‌آمیز را تشدید می‌کند. البته گاهی در آنچه الگوها، تشویق می‌کنند و آن چه که خودشان در حقیقت انجام می‌دهند، تناقضاتی وجود دارد. مثل والدینی که به فرزندان خود می‌گویند: «اون چیزی را که می‌گم انجام بده نه اون کاری رو که من می‌کنم». پژوهش‌ها حاکی از آن است که افراد بیشتر از گفته‌های الگوها، از عمل آنها پیروی می‌کنند. بنابراین حضور افراد نوع‌دوست در موقعیت، احتمال انجام رفتار نوع‌دوستانه از جانب دیگران را افزایش می‌دهد.

۳. فشار زمانی

در پژوهشی به منظور سنجش اثر فشار زمانی بر میزان کمک، از گروهی از دانشجویان الهیات خواسته شد به منظور ضبط گفتگویی در خصوص مسائل دینی (با محوریت نیکی به دیگران) به یک استودیوی ضبط بروند. افراد در مسیر خود به سوی ساختمان موردنظر با یک مرد در حال ناله و پریشان‌روبرو می‌شدند. به نیمی از آزمودنی‌ها گفته شد که برای رسیدن به محل مذکور عجله‌ای ندارند؛ به نیم دیگر گفته شد که دیر کرده‌اند و باید عجله کنند. در گروهی که تصور می‌کردند هنوز برای رسیدن به استودیو زمان دارند در مقایسه با گروه دوم، حدود دو سوم افراد متوقف شدند و به مرد پیشنهاد کمک دادند؛ در حالی که در گروه دوم تنها ۱۰ درصد چنین کاری کردند.

چنین نتایجی حاکی از این است که حتی وقتی فردی به قصد کمک به انجام یک آزمایش در حال رهسپار شدن به یک سخنرانی در خصوص نیکی کردن است، باز هم در صورت عجله داشتن به فرد نیازمند به کمک، کمک نمی‌کند.

۴. داشتن همانندی‌ها با فرد نیازمند

از آنجا که همانندی، علاقه را بیشتر می‌کند و علاقه بیشتر موجب کمک می‌شود، ما با افرادی که شباهت زیادتری به ما دارند، بیشتر همدلی می‌کنیم و یاری می‌رسانیم. این سوگیری تشابه، هم در خصوص لباس و ظاهر حاکم است و هم در خصوص باورها. پژوهش‌های متعددی این موضوع را تأیید می‌کنند. شواهدی در دست است که نشان می‌دهد حتی همسانی در زمان تولد، نام کوچک و / یا اثر انگشت پاسخ‌دهی و کمک بیشتر را برمی‌انگیزد.

در این خصوص که آیا سوگیری تشابه، به نژاد هم تعمیم می‌یابد، نتایج پژوهش‌ها متناقض است. گاه سوگیری نژادی دیده شده است و گاه نشده است. گاهی نیز در برخوردها و ارتباط‌های چهره به چهره، آزمودنی‌ها به نژاد مخالف خود کمک کرده‌اند. چرا این‌گونه است؟ به نظر می‌رسد دلیل این تناقضات را می‌توان در این دانست که هیچ فردی دوست ندارد نژادپرست به نظر برسد؛ از این‌رو هر چند بیشتر به نژاد خود توجه دارد، اما به منظور حفظ تصویر مثبتی از خود، این سوگیری را نشان نمی‌دهد. لذا تنها در مواردی می‌توان سوگیری نژادی به سمت نژاد خود را دید که فرد دلایلی غیرنژادی برای کمک نکردن خود داشته باشد. به عبارتی وقتی هنجارهای رفتار صحیح کاملاً مشخص و تعریف شده هستند، افراد دست به تبعیض نژادی نمی‌زنند، اما وقتی هنجارها مبهم و / یا متناقض هستند، تشابه نژادی ممکن است به سوگیری در پاسخ‌ها بینجامد.

چه کسانی بیشتر نوع‌دوست و مهربانند؟

برخی افراد افراد بیش از دیگران یاری‌رسان و مهربان هستند. روان‌شناسان کسانی را که در موقعیت‌های زیادی به نیازمندان کمک می‌کنند یا غصهٔ ناتوانان

و دردمندان را می‌خورند دارای شخصیت «نوع‌دوست»^{۲۵} می‌دانند. این افراد از صفات و ویژگی‌های پسندیده زیر برخوردارند.

۱. همدردی

همدردی نوعی جهت‌گیری عاطفی معطوف به دیگران است که غالباً به صورت (۱) توانایی درک تجربه وضعیت عاطفی فرد دیگر یا (۲) احساس ملایم ناراحتی و توجه نسبت به رفتاری فرد دیگر تعریف می‌شود. براساس نظریه «باتسون» اگر شما نسبت به فرد دیگری احساس همدردی کنید، بدون توجه به سود و زیان شخصی به او کمک خواهید کرد. در غیر این صورت، تنها زمانی به فرد مورد نظر کمک می‌کنید که این کار برای شما سودی داشته باشد و/ یا جلوی زبانی را بگیرد.

۲. استدلال اخلاقی

افرادی که به مرحله استدلال اخلاقی رسیده‌اند، در مورد هر موقعیت، براساس ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی قضاوت می‌کنند و از آن‌جایی که مهربانی یکی از اصول اخلاقی اولیه است، احتمال عمل مشفقانه آنها بیشتر از افراد دیگر است. به علاوه همان‌طور که پیشتر ذکر شد این افراد براساس قواعد اخلاقی استدلال می‌کنند و بنابراین سود و زیان‌های شخصی در محاسبات آنها اهمیت چندانی ندارد. این امر نیز به نوبه خود احتمال مهربانی کردن آنها در حق دیگران را افزایش می‌دهد.

۳. احساس مسئولیت اجتماعی

یکی دیگر از ویژگی‌های افراد مهربان این است که از نظر اجتماعی، احساس مسئولیت می‌کنند. افرادی که از مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی برخوردارند بر این باورند که هر فرد باید برای کمک به دیگران بیشترین

تلاش خود را به کار برد. این صفت به ویژه هنگام رخ دادن پدیده تماشاگری که پیشتر درباره آن صحبت کردیم، اهمیت می‌یابد.

۴. منبع کنترل درونی

افرادی که دارای منبع کنترل درونی هستند، خود را مسئول رویدادهایی می‌دانند که برایشان رخ می‌دهد و به شانس و تقدیر اعتقادی ندارند. این افراد از اعتماد به نفس مطلوبی برخوردارند، اشتباهات خود را می‌پذیرند و از آنها درس می‌گیرند. افراد دارای منبع کنترل درونی می‌دانند که با نظاره کردن، مشکلی برطرف نمی‌شود، بلکه تنها از طریق عمل سنجیده و به موقع می‌توان مسائل را حل کرد. بنابراین بدون از دست دادن وقت به یاری نیازمندان می‌شتابند و به آنها در رفع مشکلاتشان یاری می‌رسانند.

۵. دین‌داری درونی

در سال ۱۹۵۹، آلپورت، جهت‌گیری دینی را به دو نوع «درونی و برونی»، تقسیم کرد و ویژگی‌های آنها را به صورت زیر توضیح داد.

♦ جهت‌گیری درونی خاص کسانی است که:

«برترین انگیزه خود را در دین می‌یابند. نیازهای دیگر، هر قدر هم نیرومند باشند، از اهمیت کم‌تری برخوردارند.»

♦ جهت‌گیری برونی را کسانی دارند که:

«می‌توانند مذهب را در راه مقاصد خود به کار گیرند. ارزش‌های بیرونی، همیشه ابزاری و سودگرایند.»

دیوید وولف، در کتاب روان‌شناسی دین، با استناد به پژوهش‌هایی چند تصریح می‌کند: کسانی که نمره جهت‌گیری درونی آنها زیاد است، در معیارهای مسئولیت، نوع دوستی، همدلی، علایق اجتماعی (در مفهوم آدلری احساس همدردی با دیگران) نمره‌های بالاتری دارند.

مهرپروران و محبت‌فروشان

کم نیستند خودخواهان و سودجویانی که به انگیزه شهرت‌طلبی و/یا رسیدن به خواهش‌های نفسانی، مهربانی و یاری‌رسانی را به نمایش می‌گذارند. ایشان در پانزده مورد با مهرپروران و نوع‌دوستان حقیقی تفاوت دارند:

۱. مهربان‌نما، رفتار خود را مطابق با جامعه تطبیق می‌دهد، اما فرد مهربان به این که جامعه درباره رفتار او چه فکر می‌کند، اهمیتی نمی‌دهد. مهربانی ریشه در دیگرخواهی دارد نه خودخواهی.
۲. مهربان‌نما، به خود توجه دارد. او کاری می‌کند که تحسین شود. اما فرد مهربان، بر دیگران متمرکز است و آگاهانه می‌خواهد درد و رنج زندگی غیرخود را از بین ببرد.
۳. مهربان نیرومند است و مهرباز، ناتوان.
۴. مهربان، فداکار است و مهرباز خودخواه.
۵. مهربان، احساس همدلی می‌کند اما مهربان‌نما، در اصل، در اندیشه خود و منافع خود است.
۶. مهربان، خوشحال است. و محبت‌فروش، ناراضی.
۷. مهرباز، به صاحبان زر و زور کمک می‌کند. مهربان به افراد ناتوان، کودکان و حیوانات.
۸. مهرطلب، ریاکار است. با صدای بلند و آشکارا کمک می‌کند. مهربان، با اخلاص و ساکت است و در خفا یاری می‌رساند.
۹. آن که تظاهر به مهربانی می‌کند، تنهایی را دوست ندارد اما مهربان راستین، هم به تنهایی و هم با دیگران بودن گرایش دارد.
۱۰. نمایشگر مهربانی، از رویارویی و مبارزه می‌پرهیزد. فرد مهربان، به دفاع از بی‌گناه برمی‌خیزد.

۱۱. مهرطلب؛ چاپلوس است و مهربان روراست.
۱۲. مهربان‌نما، دنبال تحسین است. مهربان، به تأیید دیگران حساس نیست.
۱۳. نمایش‌دهنده مهربانی، نیازمند و وابسته است، اما مهربانِ پارسا، امنیت خاطر و اعتماد به نفس دارد.
۱۴. مهرطلب، نیاز به ارتباط دارد اما بیشتر زمان‌ها تنه‌است. مهربان تنهایی را دوست دارد، اما بیشتر در پیوند با دیگران است.
۱۵. محبت‌فروش غوغاساز، رفتاری پیچیده دارد اما فرد مهربان ساده و بی‌پیرایه است.

این ویژگی‌های شخصیتی مهربانی‌نمایانِ سودجو را، سعدی در قطعه‌ای زیبا به نمایش گذاشته است:

شندیم گوسفندی را بزرگی	رهانید از دهان و دستِ گرگی
شبانگه، کارد بر حلقش بمالید	روان گوسفند از وی بنالید!
که از چنگال گرگم در ربودی	چو دیدم عاقبت خود گرگ بودی!

راهکارهای آسان‌ساز نوع دوستی و مهربانی

۱. برطرف نمودن محدودیت‌های کمک کردن

یکی از راه‌های ارتقای میزان کمک کردن، از بین بردن عواملی است که مانع از این کار می‌شوند. برخی از این راهکارها را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

• کاهش ابهام، افزایش مسئولیت

– اگر درخت تصمیم‌گیری لتین و دارلی (شکل ۲) نشان‌دهنده دوراهی‌هایی باشد که شاهدان با آن روبه‌رو می‌شوند، پس کمک به افراد در جهت تفسیر صحیح رویداد و بر عهده گرفتن مسئولیت می‌بایست یاری‌رسانی را افزایش دهد.

- هم‌چنین تأثیر شخصی^{۲۶} از عوامل دیگر مؤثر بر افزایش میزان کمک است. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که تأیید شخصی نزدیکان فرد، در مقایسه با تبلیغات تشویق‌کننده رسانه‌ای، تأثیر بیشتری در میزان اعمال نوع‌دوستانه از سوی فرد دارد. به‌عنوان مثال بررسی‌ها حاکی از این است که بیشتر کسانی که برای اولین بار خون اهدا می‌کنند، به دعوت یک دوست به این کار پرداخته‌اند. هم‌چنین تأثیر شخصی، در مورد داوطلبان کمک به بیماران خاص و دیگر شکل‌های کمک و اعمال نوع‌دوستانه، دیده می‌شود.

- پژوهش‌ها در خصوص تأثیر گمنامی و ناشناس بودن، بر میزان کمک کردن افراد، نشان می‌دهند شاهدانی که همدیگر را از روی سن، نام و ... مورد شناسایی قرار می‌دهند، در مقایسه با شاهدانی که کاملاً برای هم گمنام و ناشناس هستند، بیشتر به یک فرد مریض کمک می‌کنند. هم‌چنین وقتی یک آزمونگر پیش از قرار دادن آزمودنی‌ها در موقعیت آزمون لبخند گرمی به آنها می‌زند و در مرحله بعد از افراد در یک موقعیت ساختگی تقاضای کمک می‌کند، میزان کمک کردن آنها افزایش می‌یابد.

- کمک کردن هم‌چنین در زمانی که فرد انتظار دارد شخص نیازمند و/ یا قربانی را بار دیگر نیز ملاقات کند، افزایش می‌یابد.

به‌طور کلی می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که وجود یک نوع رویکرد شخصی به کاهش گمنامی و ناشناس بودن فرد و در نتیجه افزایش احساس مسئولیت و در نهایت افزایش میزان کمک می‌انجامد. به عبارتی هر عمل حاکی از شخصی‌سازی (مثل یک درخواست شخصی از طرف یک دوست، تماس چشمی، صدا کردن نام فرد، پیش‌بینی دیدار دوباره در آینده) تمایل به کمک را افزایش می‌دهد. برخورد شخصی موجب می‌شود که شاهدان بیشتر

خودآگاه^{۲۷} شوند و با آرمان‌های نوع‌دوستانه خود همراهی کنند.

• احساس گناه و نگرانی در خصوص تصویر شخصی

- پیش‌تر به این مسئله اشاره شد که افرادی که احساس گناه می‌کنند برای کاهش این حس و بازسازی تصویر شخصی خود، دست به عمل نیکوکارانه می‌زنند. در این صورت آیا آگاه ساختن افراد، از خطایی که مرتکب شده‌اند (و افزایش احساس گناه) بر میزان کمک می‌افزاید. نتایج پژوهشی نشان داد که وقتی افراد در بازدید از یک موزه، از علامت لطفاً دست نزنید نافرمانی می‌کردند و مورد توبیخ آزمونگر قرار می‌گرفتند، در فاصله زمانی کوتاهی بعد از این توبیخ شدن، به فردی که چیزی از دستش افتاده بود بیشتر کمک می‌کردند.

- به‌علاوه انسان‌ها نگران تصویر اجتماعی خود هستند. در پژوهشی با استفاده از تکنیک تقابل دست‌بالا^{۲۸} از دانشجویان درخواست کردند تا دو سال به صورت داوطلبانه به کودکان بزهکار خدمت کنند که بیشترشان با آن مخالفت کردند. سپس به آنها گفته شد «حال که اون کارو نکردی لااقل یکی از این بچه‌هارو در یک بازدید از باغ وحش همراهی کن!». دو برابر افراد قبل، در اینجا راضی به کمک شدند.

- پژوهش‌های دیگری در زمینه حفظ تصویر شخصی، حاکی از این است که وقتی فرد با تقاضای بسیار کوچکی روبه‌رو می‌شود، به طوری که امکان رد آن وجود نداشته باشد و در ضمن فرصتی را برای ابزار یک تصویر نوع‌دوستانه فراهم می‌آورد، میل به یاری رساندن در او افزایش می‌یابد. مثل فردی که برای جمع‌آوری کمک خیرخواهانه به در خانه شما می‌آید و ضمن تقاضای کمک

۲۷. Self-aware

۲۸. تکنیکی که در آن پس از این‌که از شخص تقاضایی بسیار بزرگ و غیرمعمول می‌شود که پاسخ منفی او را برمی‌انگیزد، همان تقاضاکننده تقاضای کوچک‌تری را مطرح می‌کند که در مقایسه با قبل، معقولانه به نظر می‌رسد و با آن موافقت می‌شود.

می‌گوید «حتی شده صد تومن کمک کنید، باز هم خوبه!» بیشتر شما را ترغیب به کمک می‌کند.

- هم‌چنین برچسب‌زدن «یاری‌رسان» و «کمک‌کننده» به مردم نیز تصویر خود مثبت را تقویت می‌کند. برای مثال، افرادی که پس از کمک، بازخوردی این چنین دریافت می‌کنند که «شما فرد بسیار بخشنده‌ای هستید»، در آینده بیشتر تمایل به کمک خواهند داشت.

۲. اجتماعی کردن نوع دوستی

نوع دوستی آموختنی است و برای آموزش آن پنج راه معرفی شده است:

• آموزش فراگیری اخلاق

خودی - غیرخودی اخلاقی^{۲۹} اشاره دارد به ادراک افراد و گروه‌های خاصی در خارج از مرزهایی که درون آن ارزش‌های اخلاقی و عدالت یک فرد حاکم است. نگاه خودی - غیرخودی داشتن به معنای کنار گذاشتن افراد (و گاه حیوانات) از محدوده مسئولیت اخلاقی فرد است. این پدیده توجیه‌کننده آسیب‌های بسیاری در طول تاریخ بوده است.

با توجه به این مسئله اولین گام، در اجتماعی ساختن نوع دوستی، از بین بردن سوگیری طبیعی گروه و افزون شمار افرادی است که وجود و رفاه آنها برای افراد مهم است. اگر همه افراد را عضوی از خانواده بشری بدانیم در این صورت در برابر آنها احساس مسئولیت اخلاقی می‌کنیم و بیشتر یاری‌شان خواهیم کرد.

علی (ع) در فرمانی به مالک اشتر سفارش می‌کند:

«در حکومت‌داری، با همه مردم دوست و مهربان باش مبادا چونان حیوانی شکاری باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی. زیرا مردم دو دسته‌اند:

دسته‌ای برادر دینی تو و دسته‌ای که در آفرینش با تو همانند هستند.»
سعدی، در باب دوم بوستان (باب احسان) می‌گوید: حضرت ابراهیم خلیل عادت داشت راه بازماندگان را، به خانه خود دعوت کند و به آنها خوابگاه و غذا دهد. یک بار مرد کهن‌سالی مهمان او شد. وقتی خدمتکاران ابراهیم (ع) سفره گستراندند و همه بر خوان کرم پیامبر خدا نشستند، خوردن را با یاد آفریدگار آغاز کردند.
در آن میان، مسافرِ مهمان چیزی نگفت. حضرت ابراهیم (ع)، به پیرمرد گفت:
نه شرط است وقتی که روزی خوری که نام خداوند روزی بری؟

مهمان پاسخ داد: من اعتقادی به خداوند ندارم! ابراهیم او را با ترش‌رویی از خانه‌اش بیرون کرد.

سروش آمد از کردگار جلیل به هیبت، ملامت کنان کای خلیل!
منش داده صدسال روزی وجان تو را نفرت آمد از او یک زمان؟

پروردگار مهربان پیامبرش را با تندی سرزنش کرد که عجب! من صد سال به او عمر و روزی داده‌ام، اما تو او را ناپاک و غیرخودی می‌دانی و از او بیزاری می‌جویی؟!

• الگوسازی نوع دوستی

اگر جایی بخوانیم و ببینیم که شخصی به فرد نیازمندی کمک کرده است، بیشتر به کمک کردن تمایل پیدا می‌کنیم. به همین دلیل برخی از پژوهشگران بر این باورند که بهتر است اعمال نادرستی مثل تخلف مالیاتی، نوشیدن مشروبات و ... آشکار و عمومی نشود؛ و در مقابل الگوهای صحیحی از رفتار شایسته اجتماعی تبلیغ گردد. نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است افرادی که نوع دوستی‌های چشمگیر و استثنایی انجام می‌دهند، معمولاً حداقل با یکی از والدین خود - که اخلاق مدار و متعهد به رعایت اصول انسانی بوده است - رابطه‌ای گرم و صمیمی داشته‌اند. هم‌چنین خانواده‌ها، گروه‌ها و نهادهای

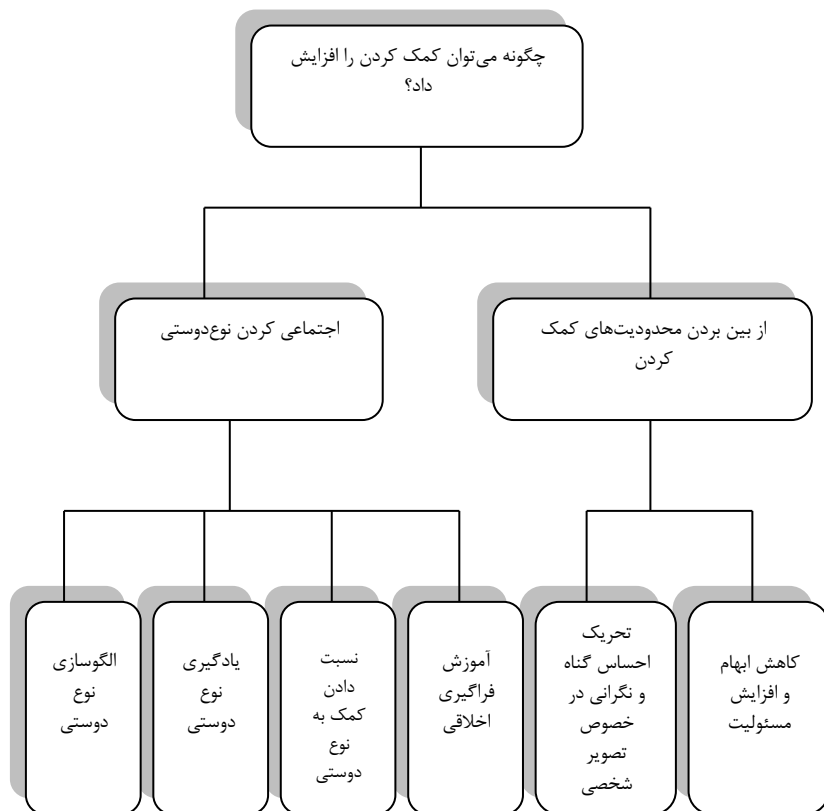
مذهبی این افراد، آنها را به رعایت هنجارهای کمک به دیگران دعوت می‌کرده‌اند. در این خصوص شایان ذکر است که الگوسازی‌های تلویزیون از رفتارهای صحیح و مطلوب اجتماعی، تأثیری به مراتب بیشتر از الگوسازی رفتارهای غلط و پرخاشگرانه دارد.

• اسناد رفتار یاری‌رسان به انگیزه‌های نوع‌دوستانه

یکی دیگر از راه‌های اجتماعی ساختن نوع‌دوستی مربوط به پدیده توجیه افراطی است. براساس این مفهوم، وقتی توجیه عملی فراتر از اندازه کافی و لازم باشد، فرد احتمالاً عمل مذکور را به برداشت‌های بیرونی و نه انگیزه‌های درونی، نسبت خواهد داد. به عبارتی رشوه دادن به افراد برای انجام کاری که خودشان علاقه به انجام آن دارند، می‌تواند باعث این شود که رفتار خود را تحت کنترل عوامل بیرونی و نه علایق درونی تصور کنند. از این رو، پاداش دادن افراد برای خاطر کارهایی که آنها بدون پاداش هم انجامشان می‌دادند، می‌تواند تأثیر منفی داشته باشد و آن رفتار مطلوب را کاهش دهد. این است که می‌توان با فراهم ساختن توجیه کافی در برابر یک رفتار نوع‌دوستانه و مطلوب، انجام آن کار و لذت‌آفرینی‌اش را افزایش داد.

نتایج چندین پژوهش حاکی از این است که آزمودنی‌ها پس از توافق بر سر این که به کسی بدون هیچ پرداخت، دستمزد و فشار اجتماعی کمک کنند، بیشتر احساس نوع‌دوستی می‌کردند.

لازم به یادآوری است که اگر چه پاداش‌هایی که به شکل رشوه‌های کنترل‌کننده به نظر برسند، انگیزش درونی را ویران می‌کنند و تأثیر بدی دارند، اما پاداش‌هایی چون یک تعریف غیرمنتظره، می‌تواند به افراد احساس شایستگی و ارزشمندی دهد.



شکل شماره ۳- راه کارهای عملی آسان ساز نوع دوستی

عوامل کم رنگ شدن نوع دوستی و مهربانی

۱. نبود سرمشق‌های مناسب از جانب والدین و سایر بزرگسالان

پژوهشگران معتقدند یکی از بهترین روش‌هایی که کودکان می‌توانند رفتارهای اخلاقی از جمله مهربانی را بیاموزند تقلید کردن از سرمشق‌هایی است که آنها را ارزشمند می‌دانند. روان‌شناسان رشد دریافته‌اند سرمشق‌پذیری

به مدت زمانی که کودکان با الگویی ارزشمند صرف می‌کنند، بستگی دارد. اگر چه والدین بدون شک در زندگی فرزندان‌شان ارزشمند هستند، اما این مسئله به تنهایی تضمین نمی‌کند که آنها ارزش‌های اخلاقی را از والدین‌شان کسب کنند.

حقیقت این است که تا وقتی والدین خود به صورت مداوم و همیشگی اصول اخلاقی را رعایت نکنند، فرزندان این اصول را از آنها نمی‌آموزند. متأسفانه بسیاری از والدین امروزی رفتار نوع‌دوستانه‌ای ندارند و نبود والدینی که نمونه و سرمشق باشند، باعث ضعف توانایی فرزندان در تقویت مهربانی در آنها می‌شود. به‌علاوه امروز والدین به دلایل مختلفی از جمله: کار، بیماری، خستگی، طلاق و مسافرت‌های مکرر، چهل درصد کمتر از والدین سی سال پیش، وقتشان را با فرزندان‌شان می‌گذرانند و از همین رو زمان کم‌تری برای پرورش یک فضیلت مهم به نام مهربانی و نوع‌دوستی در اختیار دارند.

۲. کافی نبودن تشویق برای رفتارهای مهربانانه

نتایج پژوهش‌ها نشان داده است که به‌طور متوسط والدین در مقابل هر هجده عبارت انتقادآمیز، فقط یک عبارت تشویق‌آمیز به فرزندان‌شان می‌گویند. متأسفانه همین نسبت درباره عبارت‌هایی که معلمان و دبیران در مدرسه به دانش‌آموزان می‌گویند نیز وجود دارد. رفتارهای جنایت‌آمیز در فیلم‌ها، اخبار چاپ شده، موسیقی و بازی‌های کامپیوتری تقویت می‌شوند، اما میزان نمایش اعمال نوع‌دوستانه و پرداختن به اخبار مرتبط با آن در رسانه‌های جمعی بسیار کم است.

۳. تأثیر همسالان نامهربان

شکی نیست که همسالان بر افکار و رفتار نوجوانان تأثیر زیادی می‌گذارند (چه به طریق مثبت و چه به طریق منفی). از آن‌جا که بسیاری از نوجوانان، هر روز مدتی بیش از آن‌چه را که با والدین‌شان می‌گذرانند، با همسالان‌شان

سپری می کنند در صورتی که بزرگسالانی که با آنها زندگی می کنند از لحاظ احساسی از آنها دور باشند، این تأثیرگیری از همسالان می تواند زیاده تر و حتی شدیدتر هم باشد. زمانی که هیچ فرد بزرگسالی در زندگی آنها وجود نداشته باشد که به شکل گیری اعتقادات اخلاقی کمک کند، بسیاری از نوجوانان، به عنوان معلمان اخلاقی نخستین، به همسالان خود روی می آورند. در این شرایط چنانچه دوستی که انتخاب کرده اند، نامهربان باشد (به دلیل این که این دوستان هیچ گاه سرمشق دهی، راهنمایی یا تشویق لازم را دریافت نکرده اند)، رشد اخلاقی آنها با مشکل مواجه می شود. تأسف آور این که عده رو به افزایش چنین همسالانی که نوجوانان را در معرض آموزش های نابودساز قرار می دهند، واقعیتی نگران کننده است.

حتی اگر نوجوانان، سرمشق های بزرگسال قدرتمندی در اختیار داشته باشند که از لحاظ عاطفی در دسترس باشند باز هم یک عامل دیگر در این امر دخالت دارد و آن این که بی رحمی در بین همسالان پیوسته در حال افزایش است. این گفته بدان معنا است که تقریباً همه نوجوانان در معرض بی رحمی قرار می گیرند. حال چه قربانی این اعمال و چه شاهدشان باشند. در واقع هر قدر نوجوانان تجربه بیشتری از نامهربانی داشته باشند، این گونه رفتارها کمتر آنها را ناراحت می کند و احتمال این که رفتارهای نامهربانانه را تحمل کنند بیشتر می شود.

۴. حساس نبودن به نامهربانی

قابل انکار نیست که تلویزیون، اینترنت، موسیقی ها، فیلم ها و بازی های کامپیوتری فرزندانمان را از خشونت و تصاویر خشن اشباع کرده اند و در همان حال در داستان های روزنامه ها و مجلات بر جنبه های ترسناک و احساساتی آنها سرمایه گذاری می شود. این اشباع شدگی بر رشد اخلاقی فرزندانمان تأثیر می گذارد. نتایج پژوهش ها نشان می دهد که احتمال کمتری دارد کودکانی

که به‌طور مرتب در معرض برنامه‌های خشن تلویزیون قرار دارند، به کودکان کوچک‌تر از خودشان کمک کنند. روان‌شناسان معتقدند که با مشاهده خشونت به‌طور مکرر، دیگر هیچ همدلی جزئی هم که باعث ابراز نگرانی در مورد قربانی شود، به وجود نمی‌آید. در عوض، این افراد با بی‌تفاوتی و سردی عاطفی واکنش نشان می‌دهند. یورش بی‌امان تصاویر بی‌رحمانه، نه تنها توانایی افراد را برای درک احساسات دیگران از بین می‌برد و رفتارهای پرخاشگرانه را افزایش می‌دهد، بلکه در آنها این تصور را به وجود می‌آورد که دنیا محلی خشن، بی‌رحم و پست است.

دلایل نامهربانی کودکان و نوجوانان

مسلم است که همه نوجوانان در معرض آزار و اذیت قرار دارند. اما چرا بعضی از آنها دیگران، را اذیت می‌کنند یا این‌که به نظر می‌رسد از تحقیر کردن دیگران لذت می‌برند؟ مهم‌ترین دلایل این‌ها هستند:

۱. **فقدان همدلی:** ممکن است نوجوان نتواند تأثیر عاطفی نامهربانی‌اش را بر دیگران، به‌طور کامل درک کند.

۲. **فقدان عزت نفس:** او احساس بی‌ارزشی می‌کند، بنابراین دیگران را تحقیر می‌کند.

۳. **نیاز به انتقام جویی:** او آزار دیده است و حالا می‌خواهد تلافی کند.

۴. **تمایل به «خودی» تلقی شدن:** او به‌عنوان روشی برای این‌که جزئی از گروه به حساب بیاید، افراد خارج از گروه را تحقیر می‌کند.

۵. **فقدان مهارت‌های حل مسئله:** به دلیل اینکه روش حل تعارض‌ها را نمی‌داند، به انگ زدن به دیگران یا توهین کردن به آنها متوسل می‌شود.

۶. **حسادت:** او به نوجوان دیگری رشک می‌برد و برای این‌که خودش

احساس بهتری داشته باشد او را تحقیر می کند.

۷. روشی که با او رفتار شده است: با او با نامهربانی رفتار شده است و او هم همان رفتارهای نامهربانانه را تقلید می کند.

۸. نیاز به برتری داشتن بر دیگران: آزار رساندن به دیگران، به او احساس برتری می دهد.

۹. هرگز از او انتظار مهربانی نداشته اند: هیچ کس به او نگفته است که نامهربانی درست و پذیرفتنی نیست.

۱۰. ضعف مهارت های اجتماعی: او مهارت های کنار آمدن با دیگران را بلد نیست (همکاری، مذاکره، مصالحه، تشویق و گوش دادن)، بنابراین با تحقیر نوجوانان دیگر، با آنها ارتباط برقرار می کند.

آزمون مهربانی

لطفاً عبارات زیر را به دقت خوانده و با زدن علامت (x) زیر گزینه ای که به بهترین وجه شما را توصیف می کند، پاسخ خود را مشخص سازید.

عبارت	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۱. همیشه به افرادی که می شناسم و از من پول قرض می خواهند، اگر پول داشته باشم، وام می دهم.					
۲. دیگران اغلب برای حل مشکلات شخصی خود به من					

					مراجعه می‌کنند.
					۳. اگر ببینم فردی به کمک احتیاج دارد، هر کاری دارم رها می‌کنم و به او کمک می‌کنم.
					۴. اگر دوستم بیمار باشد، به دیدارش می‌روم یا با تلفن جویای احوالش می‌شوم.
					۵. حتی اگر چند روز خبری از دوستم نداشته باشم و علت آن را هم ندانم، سعی می‌کنم با او تماس بگیرم.
					۶. خود را بسیار بخشنده و دست و دلباز می‌دانم.
					۷. به فردی که نیاز به کمک دارد یا غمگین است، خالصانه کمک می‌کنم.
					۸. سعی می‌کنم محبتم نسبت به دیگران را با گفتارم به آنها نشان دهم.
					۹. با حیوانات با ملایمت رفتار می‌کنم و از حیواناتی که با آنها بدرفتاری شده، مراقبت می‌کنم.
					۱۰. هر وقت با کسی با بی‌عدالتی و نامهربانی رفتار شود، از صمیم قلب نگران می‌شوم.

شیوه نمره گذاری و تفسیر نمرات آزمون

نمره گذاری گزینه ها در این آزمون بدین صورت است:

کاملاً مخالفم = ۱ تا حدی مخالفم = ۲ نظری ندارم = ۳

تا حدی موافقم = ۴ کاملاً موافقم = ۵

برای به دست آوردن نمره آزمون کافی است امتیاز همه ۱۰ عبارت را با هم جمع کنید. امتیاز بالاتر از ۳۳ در این آزمون حاکی از سطح بالای مهربانی آزمودنی، امتیاز بین ۲۲ تا ۳۲ حاکی از سطح متوسط مهربانی و امتیاز پایین تر از ۲۱ نشانگر رشد کم توانمندی مهربانی در آزمودنی است.

منابع و مراجع

- آرونسون، الیوت، ویلسون، تیمونی، آکرت، راتین سامرز، ساموئل (۲۰۱۶). روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه: مجید صفاری‌نیا، و پرستو حسن‌زاده، ۱۳۹۶، تهران، ارسباران.
- بوربا، میکله (۲۰۰۱)، پرورش هوش اخلاقی (هفت فضیلت اساسی که برای درست رفتار کردن با فرزندان باید آموخت)، ترجمه: فیروزه کاوسی، تهران، انتشارات رشد، چاپ دوم، اسفندماه ۱۳۹۱.
- قربانی، زهره (۱۳۸۷) زندگی خالی نیست، ماهنامه سپیده دانایی (ماهنامه مشاوره و روان‌شناسی برای جوانان و خانواده‌ها)، شماره ۲۱، بهمن ۱۳۸۷.
- وولف، دیوید، ام. (۱۹۹۷) روان‌شناسی دین، ترجمه: محمد دهقانی، ۱۳۹۳، تهران، رشد.
- Batson, C. D. (۲۰۱۴). *The altruism question: Toward a social – psychological answer*. Psychology Press.
- Binfet, J. T. (۲۰۱۵). Not – so Random Acts of Kindness: A Guide to Interntional Kindness in the Classroom. *International Journal of Emotional Education*, ۷(۲), ۴۹-۶۲.
- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., Purcell, K., Zickuhr, K., & Rainie, L. (۲۰۱۱). Teens, Kindness and Cruelty on Social Network Sites: How American Teens Navigate the New World of “Digital Citizenship”. *Pew Internet & American Life Project*.
- Nagel, T. (۲۰۱۶). *The possibility of altruism*. Princeton University Press.
- Niemiec, R. M. (۲۰۱۷). *Character Strenghts Interventions: A Field Guide for Practitioners*. Hogrefe

Publishing.

Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (۲۰۰۴). Character strengths and virtues: a handbook and classification.

Oxford: American Psychological Association.

Proctor, C. (Ed.). (۲۰۱۷). *Positive Psychology Interventions in Practice*. Springer.

Ricard, M. (۲۰۱۵). *Altruism: The power of compassion to change yourself and the world*. Hachette UK.

Sanderson, C. A. (۲۰۱۶) *social psychology*, John Wiley & sons Ink.

کاربرگ هفته مهربانی

سعی کنید در این هفته هر روز حداقل یک کار نیکوکارانه در حق دیگران انجام دهید. هر شب اعمال مهربانه‌تان را در جدول یادداشت کنید (هر قدر شخصی که به او مهربانی می‌کنید غریبه‌تر باشد، بهتر است).

ایام هفته / تاریخ	نیکی در حق دیگران
شنبه	
یکشنبه	
دوشنبه	
سه‌شنبه	
چهارشنبه	
پنجشنبه	
جمعه	

راهنمای تفریح با نیکوکاری

برای کمک به یافتن معنای بیشتر در زندگی‌تان و تجربه کردن بی‌واسطه این که توجه به رفاه دیگران رضایت‌بخش‌تر از توجه صرف به لذت و خوشی شخصی است، از شما می‌خواهیم تمرین تفریح با نیکوکاری را انجام دهید. در هفته آینده یک فعالیت را که صرفاً خودتان با آن تفریح می‌کنید و از آن لذت می‌برید انجام دهید و پس از آن به فعالیت دیگری اقدام کنید که فقط برای فرد دیگری نفع دارد. پس از این که این دو فعالیت را انجام دادید به پرسش‌های صفحه بعد پاسخ دهید:

۱. فعالیت لذت‌بخشان چه بود؟

۲. فعالیت نیکوکارانه تان چه بود؟

۳. چه شباهت‌هایی می‌توانید بین این دو فعالیت پیدا کنید؟

۴. چه تفاوت‌هایی می‌توانید بین این دو فعالیت پیدا کنید؟

۵. با فرض این‌که در هر دو فعالیت هیجان‌های مثبتی به شما دست داده است. بگویید که یک از آنها هیجان‌های مثبت ماندگارتری داشته است یا پایدارتر بوده است؟ فکر می‌کنید علت این امر چیست؟

راهنمای هدیه دادن زمان به دیگران

یکی از راه‌های افزایش حس هدفمندی و معنا در زندگی آن است که از آن‌چه برای خودتان ارزشمند است برای کمک به دیگران استفاده کنید. هر چند که در ظاهر امر اختصاص دادن وقت برای دیگران ممکن است چندان لذت‌بخش به نظر نرسد، بیشتر مردم پس از این‌که موهبت و هدیه‌ای گرانبها را به دیگران تقدیم می‌کنند نوعی حس عمیق مسرت و هدفمندی پیدا می‌کنند. برای این کار می‌توانید به تجربه‌های رسمی و معمولی داوطلبانه یا اعمال مهربانانه غیررسمی دست بزنید. لطفاً در قسمت خالی تجربه خود را شرح دهید.

تجربه‌های رسمی و معمولی داوطلبانه‌ای که از طریق آن از زمان خودم را به دیگران هدیه دادم (برای مثال کمک به خانه‌سازی برای خانواده‌های کم‌درآمد و نیازمند، کمک به آماده‌سازی غذا برای بی‌خانمان‌های ساکن سرپناه‌ها، یا غذا پختن برای آنها در آشپزخانه این سرپناه‌ها، خدمت در انجمن‌ها و نهادهای خیریه کودکان بی‌سرپرست).

اعمال مهربانانه غیررسمی‌ای که از طریق آن از زمان خودم را به دیگران هدیه دادم (برای مثال یاری رساندن و آموزش دادن به کودک همسایه تا یک ورزش تازه را تمرین کند. نواختن موزیک برای ساکنان واحدها یا مراقبت و سر زدن به همسایگان سالمند)

لطفاً بعد از این که وقت خود را به دیگری اختصاص دادید به پرسش‌های زیر پاسخ دهید:

۱. از این که وقت خود را به دیگری اختصاص دادید چه احساسی داشتید؟

۲. فرد یا افرادی که وقت خود را به آنها اختصاص دادید به این عمل شما چه واکنشی نشان دادند؟

اذان

در پس آن قله‌های نیلفام
شد نهان خورشید با آن دلکشی:
شام بهت‌آلود می‌آید فرود
همره حزن و سکوت و خامشی
راست گویی در افق گسترده‌اند
مخمل بیدار و خواب آتشی.

نقش‌های مبهمی آمد پدید
روز و شب در یکدیگر آمیختند
آتش‌انگیزانِ مرموز سپهر
هر کناری آتشی انگیختند
ابرها چون شعله‌ها و دودها
سر به هم بردند و در هم ریختند.

می‌ربایند آسمان لاله رنگ
بوسه‌ها از قلّه‌ی نیلوفری
زهره همچون دختران عشوه‌کار
می‌فروشد نازها بر مشتری
بی‌خبر از ماجرای آسمان،
می‌کند با دلبری خنیاگری

سروها و کاج‌های سبزگون
ایستاده در شعاع سرخ رنگ

سبزپوشان کرده بر سر، گویا
پرنیانی چادر سرخ قشنگ
سوده‌ی شنگرف می‌پاشد سپهر
بر سر کوه و درخت و خاک و سنگ.

مسجد و آن گنبد مینایش
چون عروسی با حیا، سرد و خموش
در کنارش نیلگون گلدسته‌ها
همچو زیبا دختران ساقدوش
در سکوت احترام‌انگیز شام
بانگ جان‌بخش اذان آمد به گوش

این صدا پیغام مهر و دوستی‌ست
قاصد آرامش و صلح و صفاست
گوید: «ای مردم! به جز «او» کیست؟ کیست
آنکه می‌جوید و پنهان در شماست؟
- هر چه خوبی، هر چه پاکی، هر چه نور...
اوست

آری اوست
آری او ... خداست ...

۶۰ □ محتوای آموزشی مهارت‌های خوب زیستن برای دختران