

# ارتباط

راهنمای رشد و توسعه بر اساس

آموزه‌های انیاگرام (۶)

مترجم و مؤلف: جعفر واعظی

دیباچه به قلم دکتر اصغر فروع‌الدین عدل  
روانشناس بالینی و عضو هیئت علمی دانشگاه



راهنمای رشد و توسعه بر اساس آموزه‌های اینیگرام (۶)

Enneagram Development Guide (6)

## ارتباط

Communication

نویسنده: جعفر واعظی

دیپاچه به قلم دکتر اصغر فروع‌الدین عدل  
روانشناس بالینی و عضو هیئت علمی دانشگاه

تهران

۱۴۰۲

## فصل ۱: تیپ یک اینیاگرام

---

۱

### جستجوی کمال و اجتناب از اشتباهات

یک‌های اینیاگرام، اهل تمیز دادن، قضاوت، متمرکز بر کیفیت، مسئولیت‌پذیر و سازمان‌دهی شده هستند و رنجش را تجربه می‌کنند، آن‌ها جهان‌های خود را می‌سازند و خودکنترلی اعمال می‌کنند تا اطمینان حاصل کنند که خود، اطرافیان و محیط‌هایشان تا حد امکان با ایده‌آل‌های پالوده و دقیق و استانداردهای عالی آن‌ها هم‌راستا هستند. یک‌ها واقعاً باور ندارند که کمال واقعی ممکن است، اما، معتقدند آنچه مهم‌تر است این است که مردم دائماً در حال کار برای بهبود به سمت این ایده‌آل‌ها هستند.

همهٔ یک‌ها دارای مجموعه‌ای درون‌سازی شده از استانداردهای بالا، مجموعه‌ای طولانی از انتظارات در مورد نحوهٔ رفتار آن‌ها و دیگران و همچنین نحوهٔ ساختار و اجرای فعالیت‌ها هستند. با این حال، همهٔ یک‌ها لزوماً استانداردهای دقیق یکسانی ندارند. علاوه بر این، برخی از افراد از قبل نگران برآورده شدن استانداردهای خود و درست کردن همه چیز هستند. برخی خود را در مقایسه با ما نسبت به کمال نزدیک‌تر می‌دانند و خود را مُدل تعالی می‌دانند. و برخی دیگر، استانداردهای کامل خود را با تلاش مداوم برای بهبود دیگران به سوی آن‌ها هدایت می‌کنند!

ارتباطات میان‌فردی یک‌ها، معمولاً شفاف، دقیق، رُک، و سخت‌گیرانه است، آن‌ها واژه‌ها و عبارات دقیق انتخاب شده‌ای را استفاده می‌کنند که به شیوه‌ای مؤدب اظهار می‌شوند. آن‌ها هم خودکنترل هستند و هم به‌صورت خودانگیخته‌ای واکنش‌پذیر هستند، هم خوش‌برخورد و هم شگاک هستند، هم اهل بازیگوشی و هم به صورت قاطعی جدی هستند، هم مهربان و بخشنده و هم مستعد شعله‌ور شدن از آزرده‌گی یا فوران خشم هستند.

در حالی که همه ما می‌توانیم بعضی مواقع، کمال‌طلب باشیم، استانداردهای بالایی تعریف کنیم و گرایش به انتقاد از خودمان و دیگران، داشته باشیم، برای یک‌ها، جست‌وجو برای کمال و اجتناب از اشتباهات، انگیزش اصلی، دائمی و پیش‌ران (driving) است.<sup>۱</sup>

### توضیح driving motivation و dynamics

«دینامیک (Dynamic) هم به معنای «پویا» (دائماً در حال فعالیت، تغییر یا پیشرفت) و هم به معنای «فعال، پُرانرژی، قوی، مخصوصاً در رابطه با ایجاد تغییر» است. در روان‌شناسی فرویدی، منظور از dynamic، معنای دوم آن است. برای مثال، بسیاری از روان‌شناسان امریکایی، dynamics را مترادف با driving forces (نیروهای رانشی، نیروهای سوق‌دهنده، نیروهای انرژی‌دهنده) آورده‌اند. توجه داشته باشید که یک چیز می‌تواند پویا باشد، ولی قوی و پُرانرژی نباشد. برای مثال، یک رودخانه ممکن است «پویا» باشد، زیرا آب آن همیشه جاری است و رودخانه ساکن نیست. اما ممکن است دینامیک نباشد، زیرا آب کمی در آن وجود دارد و جریان آب قوی نیست. آلپورت نیز dynamic را در معنای «قوی» به کار می‌برد. او می‌گفت صفات شخصیتی dynamic هستند به این معنا که power (قدرت) انگیزشی دارند.»<sup>۲</sup>

توجه: سه تیپ فرعی هر تیپ: منظور از بعضی یک‌ها، همان تیپ‌های فرعی تیپ یک هستند که دکتر جینجر لپید بوقدا در کتاب دیگر خود، هنر تیپ‌شناسی به این صورت برمی‌شمارد: تیپ فرعی بقای فردی تیپ یک، نگرانی؛ تیپ فرعی اجتماعی تیپ یک؛ ناسازگاری؛ و تیپ فرعی یک به یک تیپ یک، تعصب.<sup>۳</sup>

1. While we can all be perfectionists at times, with high standards and a tendency to criticize both ourselves and others, for Ones, the search for perfection and the avoidance of mistakes is their primary, persistent, and driving motivation.

۴ ۶

۲. فایست و جگر، نظریه‌های شخصیتی، ص

3. Lapid Bogda, Ginger; The Art of Typing, p. 140.

4. Worry

5. Non - Adaptability

6. Zeal

تو ضیح اجمالی تیپ های فرعی را در دفتر چهارم همین مجموعه: «نقشه شخ صیت اینیاگرام» و تو ضیح مفصل را در کتاب «۲۷ مسیر برای خود شنا سی بی شتر» مطالعه فرمایید.

از هر یک از سه تیپ فرعی یک تیپ اینیاگرام، دو تیپ فرعی در جهت شور هیجانی تیپ حرکت می کنند و یکی از تیپ های فرعی - که ضد تیپ نامیده می شود - با حرکت در جهت شور هیجانی شروع می کند و سپس حداقل تا حدی به عقب می کشد. به همین دلیل، ضد تیپ هر تیپ، محتمل ترین تیپ از سه تیپ فرعی است که با تیپ دیگری اشتباه گرفته می شود، اگرچه سایر تیپ های فرعی نیز می توانند با تیپ های دیگر اشتباه گرفته شوند. ضد تیپ های فرعی برای هر تیپ در ادامه هر تیپ نشان داده شده است. اگرچه همه یک ها به دنبال کمال هستند، از اشتباه دوری می کنند و خشم را به عنوان نارضایتی و آزرده گی مزمن با بسیاری از چیزهای زندگی و کار تجربه می کنند، به این مفهوم که آن ها آن طور که باید باشند، نیستند، سه راه متمایز وجود دارد که از طریق آن ها خشم خود را نشان می دهند.

### سه تیپ فرعی یک ها

**تیپ فرعی ۱ بقای فردی («نگرانی»)** بر روی ساختار و سازمان دهی درست همه چیز تمرکز می کنند و زمانی که فکر می کنند ممکن است این اتفاق نیفتد یا رخ ندهد، اضطراب، نگرانی و خشم را به شکل آزرده گی و ناکامی تجربه می کنند. آن ها برای اطمینان از این که همه چیز تحت کنترل است، بر دقت و درستی فوق العاده به عنوان راهی برای اطمینان از درست انجام شدن همه چیز تأکید می کنند و احساس خشم نسبت به خود یا موقعیت هایی می کنند که این اتفاق نمی افتد. معمولاً با تیپ ۶ یا ۳ بقای فردی اشتباه گرفته می شوند.

**تیپ فرعی ۱ اجتماعی («ناسازگاری»)** خود را به عنوان مدل هایی درک می کنند که نشان دهنده شیوه درستی از بودن و رفتار هستند. آن ها معیارهایی را برای چگونه بودن

1. Self-Preservation Subtype 1 ("Worry")  
2. Social Subtype 1 ("Non-Adaptability")

تعیین می‌کنند و خشم آن‌ها زمانی به وجود می‌آید که دیگران به این دلیل به آن‌ها احترام نمی‌گذارند یا مطابق مثال آن‌ها زندگی نمی‌کنند. این تیپ فرعی اجتماعی هم‌چنین تلاش‌های خود را بر اصلاح و کمال نهادهای اجتماعی و نقد آن‌ها متمرکز می‌کند و بروز خشم زمانی اتفاق می‌افتد که سیستم‌ها و ساختارهای اجتماعی مطابق انتظارات آن‌ها نیستند.

**تیپ فرعی ۱ یک به یک («تعصب»)** نیاز به تلاش برای محافظت از دیگران، به‌ویژه از کسانی که برای آن‌ها مهم هستند و هم‌چنین برای کامل کردن جامعه به‌طور کلی دارند. اصلاح دیگران را حق و مسئولیت خود می‌دانند و زمانی که مردم و جامعه انتظارات‌شان را برآورده نمی‌کنند، با شدت، شور و خشم به این کار می‌پردازند. این یک ضد تیپ است و می‌تواند با تیپ فرعی ۸ یک به یک اشتباه گرفته شود.

♣ **بئاتریس چستنت** می‌نویسد: «کهن‌الگوی (آرکی‌تایپ) تیپ یک، آن فرد پروتوتیپیکال (نمونه اولیه) است که برای ساختار، سلوک اخلاقی و استانداردهای بالای کیفیت بیش از هر چیز ارزش قائل است. افراد تیپ یک که گاهی «کمال‌گرا» یا «اصلاح‌طلب» نامیده می‌شوند، نوعی حسی درونی دارند - یک احساس جنبش (کینستزیس = حس حرکت) یا «دانستن» - که به آن‌ها می‌گوید چقدر «خوب» یا «درست» احساس می‌شوند و اگر آن چیز با ایده‌آل درونی آن‌ها از کمال مطابقت داشته باشد، چگونه باید باشد. توجه شخص به‌طور اتوماتیک به این شکاف بین این‌که یک چیز چگونه است و چگونه می‌تواند باشد و هم‌چنین آنچه برای پر کردن آن فاصله لازم است، جلب می‌شود. هدف اصلی یک‌ها در هر موقعیتی دستیابی به یک نتیجه با کیفیت بالا است. برنامه‌نویسی یک‌ها به آن‌ها می‌گوید که بهترین راه برای انجام این کار این است که فرایندهای «درست» و افراد «درست» را در محل درست قرار دهند - و سپس سخت تلاش کنند، و به روشی اخلاقی، محصولی تولید کنند که منعکس‌کننده بالاترین استانداردها باشد. تیپ یک‌ها تمایل دارند منطقی و نتیجه‌گرا باشند، آنها معمولاً

- 
1. One-to-One Subtype 1 (“Zeal”)
  2. “The Perfectionist” or “The Reformer”
  3. Kinesthetic feeling, or “knowing”

منطقی و روش‌مند (متدی‌کال) هستند، به قوانینی که رفتار مناسب را مشخص می‌کند، احترام می‌گذارند و نگران اشتباه کردن هستند.

یک‌ها در تلاش برای برقراری ارتباط مؤثر و مناسب، دارای سبک صحبت دقیق، جزئیات‌محور، منطقی و مبتنی بر وظیفه یا واقعیت هستند. آن‌ها معمولاً به سرعت به موضوع می‌رسند و از شامل کردن احساسات شخصی خود که ممکن است آن را نامناسب یا غیرمولد بدانند، اجتناب می‌کنند.

به‌طور مستقیم یا ضمنی، آن‌ها تمایل دارند بر اساس الزامات صحبت کنند - «بایدها» - که ممکن است به چیزهایی که می‌گویند یک فضای اضطرار اضافه کنند، و همچنین ممکن است یک ادعای اساسی را منتقل کنند که آن‌ها راه درست (یا بهترین) را برای انجام کارها می‌دانند. و در حالی که یک‌ها اغلب با قصد آگاهانه کمک یا حمایت از هر اتفاقی که در حال وقوع است، به مستقیم‌ترین شکل ممکن ارتباط برقرار می‌کنند، دیگران ممکن است آنچه را که آن‌ها می‌گویند حاوی انتقاد یا قضاوت ضمنی بشنوند.

گرایش آن‌ها به کنترل بیش از حد تکانه‌ها (ایمپالس‌ها) و احساسات شان، به‌ویژه احساسات خشم یا رنجش، ممکن است باعث شود دیگران نشانه‌ای از ارزیابی یا بی‌صبری را در پیام‌هایشان تشخیص دهند.

رهبرانی که سبک تیپ یک دارند، مسئولیت‌پذیر، صادق، قابل اعتماد، کوشا و اخلاقی هستند. برخی با نمونه بودن رهبری می‌کنند، در حالی که برخی دیگر به دنبال اصلاح فعالانه جامعه، هدایت دیگران برای بهبود اوضاع و اصلاح مشکلات بزرگ اجتماعی هستند. در محل کار، رهبران تیپ یک به‌طور طبیعی بر روی «سطح فرایند» تمرکز می‌کنند، زیرا ساختار، قوانین و روتین به آن‌ها کمک می‌کند تا در فرایندهای اساسی مورد نیاز برای ایجاد یک محصول با کیفیت، احساسات را مستقر کنند. یک‌ها به‌طور طبیعی جزئیات‌گرا و مسئولیت‌پذیر هستند، و انگیزه اصلی آن‌ها تلاش برای برتری و فضیلت در هر کاری است که انجام می‌دهند.»

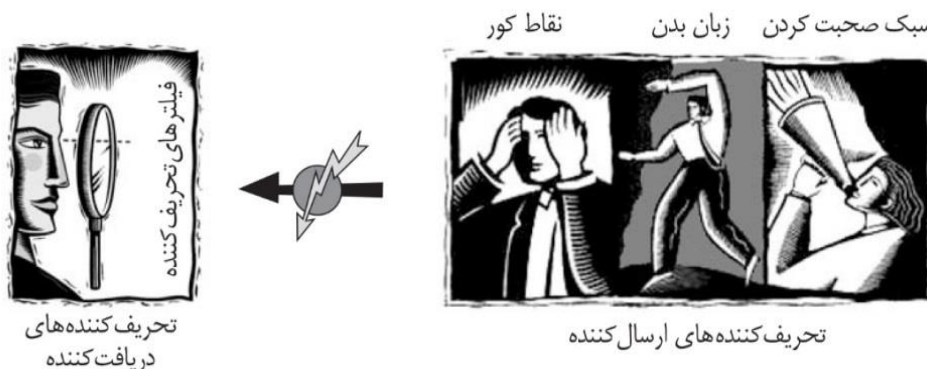
۳

۴

## تلاش‌هایی برای توسعه ارتباط

1. they tend to speak in terms of imperatives— “shoulds,” “musts,” and “ought tos”
2. “process level”
3. Chestnut, Beatrix; *The 9 Types of Leadership*, pp. 51-52.
4. Communication Development Stretches

۱ زمانی که ما با شخصی ارتباط برقرار می‌کنیم، سه نوع انحراف غیرعمدی ممکن است  
 ۲ حضور داشته باشد: سبک صحبت کردن، زبان بدن، نقاط کور. سبک صحبت کردن، به  
 الگوی عمومی که ما به وسیله آن صحبت می‌کنیم، اشاره می‌کند. زبان بدن شامل؛  
 پوشش، حالات چهره‌ای، ژست‌های دست، حرکات بدن، سطح انرژی و صدها پیام  
 غیرکلامی دیگر است. نقاط کور شامل اطلاعاتی در مورد ما هستند که برای ما آشکار  
 ۴ نیستند، ولی برای دیگر افراد به شدت قابل رؤیت هستند. ما بدون این‌که بدانیم این  
 اطلاعات را از طریق ملقمه‌ای از سبک صحبت کردن، زبان بدن، و دیگر داده‌های  
 ۵ استنباطی حمل می‌کنیم و انتقال می‌دهیم.  
 دریافت‌کننده‌های پیام‌ها هم، چیزی را که می‌شنوند از طریق فیلترهای تحریف‌کننده،  
 کج‌ومعوج می‌کنند. این فیلترهای تحریف‌کننده، ادغغه‌های ناآگاهانه یا  
 پیش‌فرض‌هایی هستند که اغلب اوقات متناسب با سبک ایناگرام‌اند و چیزی را که  
 ۷ دیگران می‌گویند، به چیزی که ما می‌شنویم، تغییر می‌دهند.



۸ کار بر روی تغییر یک رفتار در یک زمان، ترجیحاً به ترتیب زیر بسیار مؤثر است: سبک  
 صحبت کردن، زبان بدن، نقاط کور و فیلترهای تحریف‌کننده گوش دادن. تغییر

1. Unintentional distortions
2. Speaking style, body language, and blind spots
3. Body language includes posture, facial expressions, hand gestures, body movements, energy levels, and hundreds of other nonverbal messages.
4. Blind spots are elements of your communication containing information about you that is not apparent to you but is highly visible to other people.
5. We all unknowingly convey information through an amalgam of our speaking style, body language, and other inferential data.
6. The receivers of the messages you send also distort what they hear through their distorting filters.
7. These are unconscious concerns or assumptions, often based on the listener's Enneagram style, that alter how someone hears what others say.
8. Change one communication style behavior at a time.



رفتارهایی که بیشتر از همه از آن آگاه هستیم، ساده‌ترین کار است، و این توالی نشان‌دهنده رایج‌ترین ترتیب آگاهی، از بیشتر به کمترین آگاه است.<sup>۱</sup>

## یک‌ها: سبک صحبت کردن

- دقیق، مستقیم، درست؛ مختصر اما جامع، و همراه جزئیات<sup>۲</sup>
- به اشتراک گذاشتن افکار مرتبط با وظیفه<sup>۳</sup>
- استفاده از واژه‌هایی مانند باید، بایست، می‌بایستی، صحیح، عالی، خوب، غلط و درست<sup>۴</sup>
- عکس‌العمل سریع به ایده‌ها<sup>۵</sup>
- تدافعی اگر مورد انتقاد قرار گیرند<sup>۶</sup>

♣ **جروم واگنر** در شیوه برقراری ارتباط تیپ یک می‌نویسد: «یکی از شیوه‌های مشخص از صحبت کردن برای یک‌ها، آموزش دادن و موعظه کردن است. یک‌ها اغلب به‌طور صریح یا ضمنی، معلم یا واعظ می‌شوند. از آنجایی که آن‌ها احساس می‌کنند نیاز دارند دیگران را بهتر کنند و کمال و دیدگاه روشن‌گرانه خود را به اشتراک بگذارند، به دیگران می‌گویند چگونه کارها را درست انجام دهند.

از آنجایی که آن‌ها می‌دانند چه چیزی درست است، می‌توانند مقتدرانه صحبت کنند. آن‌ها دوست دارند صریح، مستقیم و صادق باشند.

یک‌ها می‌توانند استدلالی باشند و دلایل متعددی برای نشان دادن این که چرا درست می‌گویند، ارائه دهند. آن‌ها می‌خواهند مطمئن شوند که دیگران به این نکته پی می‌برند و ممکن است در ارائه پُرجزئیات موقعیت خسته‌کننده (کسل‌کننده) و پدانتیک (ملانقطی) شوند. بنابراین، در حالی که موهبت یک‌ها در صحیح و دقیق بودن نهفته است، آن‌ها

1. It is easiest to change the behaviors of which we are most aware, and this sequence represents the most common order of awareness, from most to least aware.

2. Precise, direct, exacting, concise, and detailed

3. Task-related

4. Use words such as should, ought, must, correct, excellent, good, wrong, and right

5. React quickly to ideas

6. Defensive if criticized

7. Manner of Communicating

8. Tedious and pedantic

می‌توانند در مورد در ست کردن جزئیات و بیان نظر خود دچار و سواس و اجبار شوند. در این مرحله دیگران اغلب علاقه و صبر خود را از دست می‌دهند و گوش دادن را متوقف می‌کنند.

برخی از یک‌ها در صحبت خود وقفه به وجود می‌آورند که گویی به سؤالات داخلی، ایرادات، شرایط و غیره پاسخ می‌دهند. تیپ فرعی بقای فردی (حفظ خود)، این تمایل را بیشتر نشان می‌دهد. در حالی که یک‌ها در ابتدا دگماتیک (جزمی) به نظر می‌رسند، آن‌ها به آنچه شما گفته‌اید فکر می‌کنند و اگر به این باور برسند که نظر درستی است، ممکن است عقیده خود را تغییر دهند. بنابراین، پس از پاسخ اولیه دیوار سنگی مطلق یک‌ها، تسلیم نشوید».

## یک‌ها: زبان بدن

- پوست مستقیم (سفت و محکم)
- ماهیچه‌های کشیده و منقبض
- چشم‌های متمرکز
- زبان بدنی که احتمالاً آشکارکننده عکس‌العمل منفی است
- لباس اتوکشیده و به‌خوبی هماهنگ شده

♣ **جروم واگنر** در ویژگی‌های بدنی تیپ یک می‌نویسد: «یک‌های کامپالسو (اجباری)، منقبض هستند. آن‌ها در برابر منتقدان درونی و بیرونی خود سخت‌گیری می‌کنند و سخت تلاش می‌کنند خوب باشند. آن‌ها عنان و افسار به دهان دارند و الزامات خود را یدک می‌کشند و غالباً در نتیجه رنجش و تلاش خودشان، سفتی (کشیدگی) را در فک‌های

1. Obsessive and compulsive
2. Dogmatic
3. ONES' initial absolute stonewall response
4. Wagner, Jerome; Nine Lenses on the World: The Enneagram Perspective, pp. 201-202.
5. Erect posture
- 6 . Taut muscles
7. Eyes focused
8. Body language may reveal a negative reaction
9. Clothing well-coordinated and pressed
- 1 . Body Characteristics 0
- 1 . Compulsive ONES are tense. 1
- 1 . They have the bit and bridle in their mouth

خود تجربه می‌کنند. یک‌ها اغلب یک نمایه زاویه‌دار (پروفایل گوشه‌دار) با خصیصه‌های نوک‌تیز را به نمایش می‌گذارند. حرکات آن‌ها تیز، تند، دقیق و کامل است. در حالت کامپالژن (اجبار)، تندی خشمگینی در صدایشان دیده می‌شود و سبک حرف زدن‌شان هم تیزی دارد. دستور زبان آن‌ها معمولاً درست است و به آن‌ها داده شده است تا تعریف دقیق و تلفظ صحیح کلمات را جست‌وجو کنند. یک‌ها ممکن است احساس کنند که برای تصحیح کلمات گفتاری و نوشتاری دیگران فراخوانده شده‌اند. در تجزیه و تحلیل صورت در سنت **آریکا (Arica)**، گفته می‌شود یک‌ها تنش را در اطراف ابروی چپ نشان می‌دهند و اغلب زمانی که مورد قضاوت یا رنجیدگی قرار می‌گیرند، ابروی چپ خود را بالا می‌برند».<sup>۴</sup>

**توضیح: آریکا (Arica)** شهری در شمال شیلی در اقیانوس آرام در نزدیکی مرز پرو است که یک بندر آزاد و استراحت‌گاه مشهور محسوب می‌شود. اُسکار ایچازو آموزش‌های خود دربارهٔ اینیاگرام را ابتدا در آریکا شروع کرد و به همین دلیل آموزش‌های او به سنت آریکا مشهور است. اُسکار ایچازو، پس از سال‌ها بسط و گسترش اندیشه‌های خود، مدرسهٔ آریکا را به‌عنوان مرکزی برای انتقال دانشی که به دست آورده بود، تأسیس کرد. ایچازو در سال ۱۹۷۲ میلادی در یکی از مصاحبه‌ها می‌گوید: «آریکا، یک نظریهٔ جدید در مورد روان ارائه می‌دهد؛ آن یک روش جدید از درک و فهم علمی ارائه می‌دهد. آریکا به دلیل داشتن این نظریه در مورد روان، همچنین روشی تکامل یافته برای کامیاب و شفاف ساختن روان ابداع کرده است تا روان انسان بتواند توانایی‌های خود را تا بالاترین درجه رشد و توسعه دهد، البته اگر ممکن باشد. این هدف آریکا می‌باشد - با داشتن دانش کامل و همه‌جانبه از روان انسان، تا ما را به حل سریع‌تر، آسان‌تر و شفاف‌تر مشکلاتمان توانمند سازد».

«مؤسسهٔ آریکا، علمی را دربارهٔ رشد انسان آموزش می‌دهد که با شیوه‌ای مدون و منظم، توانایی‌های بالقوهٔ انسان را رشد و توسعه می‌دهد. آریکا عرفان شرق را با سنت‌های روان‌شناسی غرب درهم می‌آمیزد تا با استفاده از آن مجموعه‌ای از روش‌ها و

1. Angular profile

2. Their movements tend to be sharp, jerky, precise, and perfect.

3. In compulsion, there is an angry shrillness in their voice and their talking style has an edge to it.

4. Wagner, Jerome; *Nine Lenses on the World: The Enneagram Perspective*, p. 201.

5. Interviews with Oscar Ichazo, pp. 90-91.

نظریه‌های دقیق را طراحی بکند که بتواند پاسخ‌گوی واقعیت‌ها و استرس‌های جامعهٔ تکنولوژی‌محور امروز باشد.»<sup>۱</sup>

۲ ایچازو در یکی از مصاحبه‌ها در توصیف رویکرد آریکا می‌گوید: «فهم چیزی که ما هستیم فقط از طریق نوعی از جهش - من نمی‌دانم آن را چگونه به زبان بهتری توصیف کنم - امکان‌پذیر است. و در این مورد من از واژهٔ «جهش» به‌صورتی که سورن کرکه‌گارد آن را به کار گرفت، استفاده می‌کنم. او گفت که بین دنیای واقعی و دنیای عرفانی، پُلّی وجود ندارد و چون پُلّی وجود ندارد، ما باید یک جهش داشته باشیم، یک جهش ایمان. و زمانی که ما به آن ایمان داشتیم پیدا کردیم و تمامیت آن را درک کردیم، ما هنوز نمی‌توانیم آن را شرح دهیم. برای این‌که ایمان شرح دادنی نیست. ولی ما می‌گوییم، که آریکا، پُلّ را کشف کرده است و پُلّ می‌تواند توصیف داده شود. این تفاوت اصلی ما است.»<sup>۵</sup>

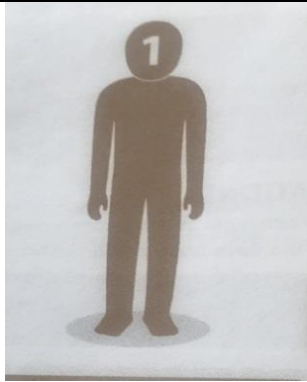
در فرهنگ اصطلاحات ایمان‌گرایان مانند سورن کرکه‌گارد، «ایمان ... یک جهش است. یعنی، یک ماجرا است، خطر کردن است و سر سپردن به یک بی‌یقینی عینی. خدا مطلق برین است، تویی مطلق است، شیئی نیست که وجودش را بتوان اثبات کرد. البته، خدا خود را بر وجدان انسانی پدیدار می‌کند بدین معنا که انسان از گناه آلودگی و جداافتادگی خویش از خدا و نیاز به خدا آگاه می‌شود. اما پاسخ انسان یک ماجرا است، ایمان آوردن به وجودی است بیرون از دسترس فلسفهٔ نظری. و این عمل ایمانی کاری نیست که بتوان یک‌بار کرد و بس، بلکه پیوسته می‌باید تکرار کرد... ایمان همواره یک ماجرا است، یک جهش است.»<sup>۶</sup>

♣ **جینجر لپید بوگدا** عوامل کلامی و غیرکلامی تشخیص تیپ سبک یک را به این

ترتیب می‌شمارد:

**نشانه‌های کلامی:**

1. Riso, Don Richard and Hudson, Russ: Personality Types: Using the Enneagram for self - discovery, p.19
2. Leap
3. Soren Kierkegaard
4. Leap of Faith
5. Interviews with Oscar Ichazo, p. 111.
۶. فردینک چارلز کاپلسو، تاریخ فلسفه، ج ۷، صص ۳۳۴ تا ۳۳۵.
7. Lapid Bogda, Ginger; The Art of Typing, p. 114.



- استفاده مکرر از کلمات قضاوت‌کننده: باید، بایست، درست، غلط، بایستی.
- ارائه مکرر نظرات
- استفاده از زبان دقیق

**نشانه‌های غیرکلامی:**

- آرواره‌های سفت برای مهار خشم
- بدن خود کنترل
- پوسچر ایستاده

### یک‌ها: نقاط کور

۲

- منتقد، بی‌حوصله و عصبانی به نظر می‌رسد
- در مورد عقاید خود، سرسخت و محکم است

۳

۴

**واژگان تخصصی:**  
**blind spot (نقطه کور)**

فقدان بینش (اینسایت) یا آگاهی، اغلب مداوم، در مورد یک حوزه خاص از رفتار یا شخصیت فرد، معمولاً به این دلیل که شناخت احساسات و انگیزه‌های واقعی فرد دردناک است. در روان‌کاوی (سایکوآنالیز) کلاسیک، به‌عنوان دفاعی در برابر تشخیص تکانه‌ها (ایمپالس‌ها) یا خاطرات سرکوب شده‌ای در نظر گرفته می‌شود که ایگوی بیمار را تهدید می‌کند.

1. Ought, should, right, wrong and must
2. Blind Spot
3. Appear critical, impatient, or angry
4. Tenacious regarding your own opinions

## یک‌ها: فیلترهای تحریف‌کننده هنگام گوش کردن

### به طرف مقابل

۱

- احساس انتقاد از طرف مقابل
- مشغله ذهنی (دلمشغولی) با ایده‌های خود
- آیا از نظر شما، طرف مقابل، درست و مسئولانه رفتار می‌کند

۴



تحریف‌کننده‌های دریافت‌کننده

۳

توجه: بعضی از خصیصه‌های بالا ممکن است مثبت،

بعضی منفی، و بعضی خنثی یا ترکیبی از این حالات باشند. آن‌ها به صورت اجمالی بیان شده‌اند تا شما بتوانید از میان آن‌ها انتخاب کنید.

♣ دیوید دانلیز و ویرجینیا پرایس، مؤلفان کتاب *انیاگرام ماهوی درباره ویژگی‌های کاراکتری اصلی* تیپ یک می‌نویسند:

۵

### نقاط قوت من:

تمامیت (یکپارچگی). دغدغه برای بهبود. تلاش زیاد. ایده‌آل‌گرایی. اتکا به خود. سخت‌کوشی. حافظ استانداردهای بالا. خویشتن‌داری. مسئولیت‌پذیری بالا.

### سبک ارتباطی من:

دقیق بودن، شفاف بودن، مستقیم بودن و جهت‌گیری به سمت درست و نادرست. دیگران ممکن است من را بیش از حد مستغرق در جزئیات، قضاوت‌کننده، انتقادی، محدودکننده یا بسته‌فکر بدانند.

۷

1. Ones: Distorting filters when listening to someone else
2. Feeling criticized by the other person
3. Preoccupation with your own ideas
4. Whether, in your view, the other person is behaving correctly and responsibly
5. Daniels, David and Price, Virginia; *The Essential Enneagram*, p. 22.
6. My strengths: Integrity. Concern for improvement. Putting forth a lot of effort. Idealism. Self-reliance. Industriousness. Keeper of high standards. Self-restraint. Being highly responsible.
7. My communication style: Being precise, clear, direct, and oriented toward right and wrong. Others may perceive me as overly detailed, judgmental, critical, limiting, or closedminded.

۶

### برای گسترش و تنظیم پترن‌های (الگوهای) زبانی خودتان، از ایمیل استفاده کنید.

- ایمیل‌های خودتان را قبل از این‌که آن‌ها را ارسال کنید به لحاظ زبان و لحن کلام بازبینی کنید.
- قبل از این‌که ایمیل را ارسال کنید، سخنی که باید، بایستی، درست، و غلط را به ذهن متبادر می‌کند، حذف و اصلاح کنید.
- واژه‌هایی را مورد استفاده قرار دهید که به‌جای قطعیت، یا تفکر مبتنی بر تأکید، حاوی انعطاف‌پذیری و پذیرش باشند.<sup>۲</sup>
- زبانی را برای مراودات استفاده کنید که دیدگاه‌های متنوع را تصدیق و تشویق می‌کند و همچنین حاوی داده‌های ورودی یا عکس‌العمل‌ها می‌باشد.

♣ **دان ریچارد ریسو و راس هادسون** دربارهٔ «موضوعات ارتباطی» یک‌ها می‌نویسند: «یک‌ها روابط خود و تمام مسئولیت‌های خود را در روابط بسیار جدی می‌گیرند. آنها کاملاً به افرادی که دوستشان دارند متعهد هستند و مایلند برای خوشبختی افراد صمیمی خود فداکاری‌های شخصی بزرگی انجام دهند. مانند سایر زمینه‌های زندگی، یک‌ها ایده‌آل‌گرا هستند و استانداردهای بالایی را برای روابط خود رعایت می‌کنند - برای آنها مهم است که شراکتی مبتنی بر ارزش‌ها و باورهای مشترک داشته باشند. هنگامی که یک‌ها بیشتر در تثبیت شناختی خود گیر می‌کنند، حوزه‌های زیر می‌توانند مشکلاتی برای آنها ایجاد کنند:

- برقراری استانداردهای سخت‌گیرانه برای آنباز به حدی که آنباز نمی‌تواند از صمیم قلب در آن مشارکت کند.

1. Use e-mail to expand and adjust your language patterns
  2. Flexibility and receptivity rather than categorical or emphatic thinking
  3. Experiment with language that acknowledges and encourages multiple points of view as well as input or reactions
  4. Relationship Issues from Discovering Your Personality Type by Don Richard Riso and Russ Hudson, p. 91.
  5. Holding the partner to strict standards that the partner does not wholeheartedly share
- توجه: فرهنگ فارسی معجم، آنباز را به این صورت معنی کرده است شوک، دوشد، ماند، همط، محیو، معشوق. واژه‌های colleague partner، ally و confederate (شوکی زنگی، انباز، همکل، متق، هم‌پیمان)، هم‌معنی هستند: این اسم‌ها هگی به کسی دلالت می‌کند که در سرمایه‌گذاری (venture) یا رابطه (relationship) با بی‌گری متح (united) یا مرتبط (associated) است.
- و معانی دیگر آنباز عبارتند از: کسی که با بی‌گری یا بی‌گران در یک فعالیت یا حوزه‌ای با منافع مشترک متح (united) یا مرتبط (associated) است، به‌ویژه: عضو یک شراکت تجاری (business partnership) یک هم‌سر (A spouse) یک شوک محلی یک عاشق یا معشوق (A lover)، یکی از دو نفر که با هم حرکات موزون انجام می‌دهد، یکی از یک زوج یا تیم در یک ورزش یا طر، ماند تیس یا بریج (bridge).

- در یافتن آنباز به دلیل اعمال استانداردهای غیرواقعی که هیچکس آن‌ها را «برآورده نمی‌کند»، مشکل دارند.<sup>۱</sup>
- به دلیل خشم واپس رانده شده؛ مودی، افسرده و بی‌ارتباط می‌شوند.
- تخصیص ندادن «اوقات فراغت» کافی در رابطه - احساس این‌که تمام اوقات فراغت باید برای اهداف جدی استفاده شود (کار در حیاط، بررسی امور مالی، خواندن کتاب‌های «آموزشی» یا «معنادار»، شرکت در جلسات یا سخنرانی‌ها، بحث در مورد موضوعات سیاسی و غیره).
- داشتن موضوعاتی در مورد انتقاد: ترس از انتقاد از طرف آنباز و همچنین منتقد شدن نسبت به آنباز - بهانه‌گیری کردن، سرزنش کردن و مچ‌گیری کردن.<sup>۲</sup>

## ۵ ابعاد اینیاگرام از تبدیل شدن به یک ارتباط‌گیرنده عالی ایجاد روابط واقعی

- ۶ یک‌ها به دلیل رفتارهای میان‌فردی به‌خوبی توسعه یافته و این واقعیت که آن‌ها معمولاً منظور خود را می‌گویند و دقیقاً همان کاری را انجام می‌دهند که می‌خواهند انجام دهند، تعامل‌های صمیمانه و منسجمی با دیگران دارند. با این حال، از آنجایی‌که یک‌ها، برای ادب ارزش قائل هستند، همیشه دقیقاً آنچه را در ذهن‌شان است، نمی‌گویند و ممکن است در مواقعی، غیر صادقانه رفتار کنند - مثلاً با کسی که قویاً از او متنفرند، رفتار صمیمانه‌ای داشته باشند. به‌علاوه، وقتی یک‌ها با کسی که به او احترام نمی‌گذارند یا معتقدند نظرات نادرستی دارد، تعامل دارند، ممکن است آزرده شوند و ناخواسته او را نادیده بگیرند.<sup>۱</sup>
- به طرز شفاف، ارتباط برقرار کنید.**

---

1. Having difficulty finding a partner because of unrealistic standards finding that no one "measures up"  
 2. Becoming moody, depressed, and uncommunicative because of repressed anger.  
 3. Not allowing enough "play time" in the relationship  
 4. Having issues with criticism: fearing criticism from a partner and also becoming critical of the partner—nitpicking, scolding, and correcting.  
 5. Enneagram Dimensions of Become an Excellent Communicator  
 6. Well-developed interpersonal manners  
 7. Cordial and consistent  
 8. Politeness  
 9. Disingenuous  
 1 . Dislike intensely 0  
 1 . They can become irritated and unintentionally dismissive



از آنجایی که یک‌ها تمایل دارند متوجه شوند که در یک موقعیت چه چیزی درست یا نادرست است، از کلماتی استفاده می‌کنند که دلالت بر قضاوت دارند - برای مثال، بایستی، بایست، باید، مناسب، درست و نادرست - یا اقدامات اصلاحی را پیشنهاد می‌کنند. یک‌ها همچنین در مورد وظایف یا ایده‌ها بیشتر از احساسات بحث می‌کنند، مگر با کسانی که احساس نزدیکی می‌کنند. هنگامی که آن‌ها کاری را مشاهده می‌کنند که به خوبی انجام شده است، از طریق تمجیدهای کلامی و سیگنال‌های غیرکلامی مانند لبخند زدن، خرسندی زیادی از خود نشان می‌دهند. با این حال، هنگامی که یک‌ها ناراضی هستند، رفتار غیرکلامی آن‌ها معمولاً این را نشان می‌دهد - به عنوان مثال، از طریق یک نگاه خشن. اگر یک‌ها احساس کنند مورد انتقاد قرار می‌گیرند، ممکن است به عنوان دفاعی در برابر تمایلات خودمتهم‌کننده با یک اظهارنظر تند واکنش تدافعی نشان دهند.

### کامل گوش کنید.

یک‌ها با دقت به افرادی که به آن‌ها احترام می‌گذارند یا آن‌ها را آگاه می‌دانند، گوش می‌دهند. یک‌هایی که در مورد ایده‌ها و عقاید خود سرسخت هستند، وقتی برای طرف مقابل احترام قائل نیستند یا زمانی که درگیر افکار خود هستند، به طور کامل گوش نمی‌دهند.

۳

### فیدبک مؤثر بدهید.

وقتی یک‌ها فیدبک سازنده‌ای ارائه می‌دهند، واقعاً سعی می‌کنند به دیگران کمک کنند تا بر یک نقص یا کمبود غلبه کنند. با این حال، آن‌ها می‌توانند جزئیات بیش از حد

1. They use words that imply judgment—for example, should, ought, must, appropriate, right, and wrong—or that suggest remedial action.

نکته کاربردی: «Must» بیشتر نشان‌دهنده دَیْک تَیْج (obligation ، اجبار) است در حالی که «should» نشان‌دهنده دَیْک احتمال (probability) یا توصیه (recommendation) است.

مترادف‌های «should» عبارتند از: allow , sustain suffer. become leave feel. allow ought: عبارتند از: obligation ، requisite requirement. necessity demand condition و غیره. مترادف‌های «must» عبارتند از: obligation ، requisite requirement. necessity demand condition و غیره.

2. If Ones feel criticized, they may react defensively with a sharp comment, a defense against their own self-recriminating tendencies.

3. Tenacious about their own ideas and opinions, Ones do not listen as fully when they do not hold the other person in high regard, or when they are preoccupied with their own thoughts.

4. When Ones give constructive feedback, they are genuinely trying to help someone overcome a flaw or a deficiency.

ارائه دهند و ایرادگیر یا قضاوت‌کننده باشند، که از طریق انتخاب کلمه و رفتار غیرکلامی که باعث ایجاد حالت تدافعی از طرف مقابل می‌شود، آشکار می‌شود. در حالی که یک‌ها فیدبک مثبت صادقانه و متفکرانه ارائه می‌کنند، همچنین باید به خود یادآوری کنند که همه (از جمله خودشان) برای کار خوب نیاز به شناسایی دارند - حتی اگر عملکرد در بالاترین سطح عالی نباشد.

### تعارض را به صورت سازنده مدیریت کنید.

وقتی یک‌ها از دست کسی پریشان هستند یا کسی از دست آن‌ها عصبانی است، ممکن است یا منطقی با موقعیت برخورد کنند یا تندخو و اتهام‌زننده شوند. با این حال، یک‌ها معمولاً برای تجدید نظر در پاسخ‌های خود وقت می‌گذارند. بعداً، آن‌ها در گفت‌وگوی (دیالوگ) سازنده شرکت می‌کنند و رویکردی تا حدودی ساختارمند و حل‌کننده مشکلات را ترجیح می‌دهند که بیشتر از احساسات به موضوعات می‌پردازد و نتیجه‌ای منصفانه اما سریع ایجاد می‌کند.

### دیگران را تحت تأثیر قرار دهید.

یک‌ها معمولاً با صلاحیت و با اعتمادبه‌نفس ظاهر می‌شوند و نظرات مستدلی ارائه می‌دهند؛ بنابراین، دیگران معمولاً به آن‌ها گوش می‌دهند. در عین حال، یک‌ها ممکن است نظرات دیگران را درخواست نکنند یا به‌طور کامل به آن‌ها گوش ندهند. در نتیجه، یک‌ها ممکن است دیدگاه‌های دیگر را در تفکر خود ادغام نکنند و در پیامد آن ممکن است به بالاترین درجه نفوذ بالقوه خود دست پیدا نکنند، زیرا در این موضوع، بیشتر روابط شامل تأثیرگذاری متقابل است.

---

1. Picky or judgmental

2. When Ones are upset with someone or someone is angry with them, they may either approach the situation logically or become short-tempered and accusatory.

3. Ones typically appear competent and confident and offer well-reasoned opinions, so others usually listen to them.

## استفاده از ایمیل به عنوان یک تلاش توسعه‌ای

۱

کنستانس، یک تیپ یک، ایمیل زیر را به اِیان، همکارش، در مورد بونوسی که اِیان<sup>۳</sup> برای کارمندی به نام جانیس توصیه کرده بود، ارسال کرد:<sup>۵</sup>

*من فکر می‌کنم این بونوس کاملاً مناسب است. جانیس یک گنج است، و من فکر می‌کنم او نیاز دارد احساس کند که ما همه کارهایی را که او برای سازمان‌مان انجام داده و انجام می‌دهد، می‌بینیم و قدردانی می‌کنیم.*

*با احترام*

*کنستانس*

**توجه:** بونوس (bonus) یک توافق قراردادی بین کارفرما و کارمند است که به کارمند اجازه می‌دهد در «سودهای» («profits») شرکت سهیم شود. پاداش (reward) هیچ توافق قراردادی قبلی ندارد و به این ترتیب، هیچ انتظاری برای تأثیرگذاری بر رفتار کارکنان وجود ندارد.

**تجزیه و تحلیل:** این ایمیل الگوهای زبانی مشخص یک‌ها را نشان می‌دهد. ایمیل کنستانس اگرچه کوتاه است، اما نظرات متعددی را به شیوه‌ای قاطع و صریح ارائه می‌دهد - برای مثال، **من فکر می‌کنم، کاملاً، و همه**. علاوه بر این، ایمیل از کلماتی استفاده می‌کند که دلالت بر درستی یا صحت عمل دارند - به عنوان مثال، **مناسب و نیاز دارد**. یک‌ها تمایل دارند به جای احساسات درباره افکار (که اغلب به عنوان نظرات بیان می‌شوند) بحث کنند و از کلماتی استفاده کنند که دلالت بر درست یا غلط بودن و اشاره به رفتار صحیح یا نادرست دارد.

این ایمیل در واقع دل‌نشین (مؤدبانه) است؛ با این حال، اگر کنستانس بخواهد از ایمیل‌های خود به عنوان کمک در رشد و توسعه خود استفاده کند، می‌تواند کارهای زیر را انجام دهد:

1. Using E-mail as a Developmental Stretch
2. Constance
3. Ian
4. Bonus
5. Janice

- واژه‌هایی را که به معنای باید، بایست، درست و غلط است، حذف کند.<sup>۱</sup>
- از کلماتی استفاده کند که نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری بیشتر و تفکر مقوله‌ای (کتگوریکال) یا تأکیدی کمتر است.
- زبانی را به کار بگیرد که چندین دیدگاه (زاویه‌دید) را تأیید و تشویق کند.

کنستانس می‌تواند ایمیل خود را به صورت زیر بازنویسی کند:

*ایان عزیز،*

*ایده شما برای دادن بونوس به جانیس می‌تواند زمان اضافی را که او صرف کرده است، جبران کند و همچنین می‌تواند به عنوان پاداش با شد. این ممکن است بسیار انگیزاننده باشد و همه می‌توانند از راه‌حل، احساس رضایت کنند.*

*با احترام*

*کنستانس*

اگرچه تغییرات نسبتاً جزئی هستند، حذف کلمات تأکیدی و گنجاندن کلمات کمتر قطعی، مانند می‌توان، ممکن است و می‌تواند است، به ایمیل لحن ملایم‌تری می‌دهد و در صورت مخالفت گیرنده ایمیل با کنستانس، به گفت‌وگوی بیشتری می‌پردازد.

---

1. Should, ought, right and wrong  
2. Reward

## فصل ۲: تیپ دو اینیاگرام

---

### جست‌وجو برای تقدیر و اجتناب از احساس بی‌ارزشی<sup>۱</sup>

دوهای اینیاگرام خوش‌بین، سخاوتمند و همدل هستند و بر نیازها و رفتارهای دیگران، بیشتر از نیازها و تمایلات خودشان تمرکز می‌کنند؛ آن‌ها برای این‌که بدانند چگونه می‌توانند دیگران را در رسیدن به رؤیایها یا در کم کردن رنج آن‌ها پشتیبانی کنند، نوعی توانایی شهودی را توسعه می‌دهند. ممکن است همراه‌کننده باشد که فکر کنیم همه دوها می‌خواهند هر کسی با آن‌ها در تماس است، آن‌ها را دوست داشته باشد. درک و دریافت دقیق‌تر این است که دوها می‌خواهند و حتی انتظار دارند، افرادی که دوها می‌خواهند، آن‌ها را دوست داشته باشند، و به صورت مطلوب واکنش نشان دهند، اما کمتر اهمیت می‌دهند - اگر نه اصلاً - که افرادی که دوها آن‌ها را دوست ندارند، دوها را جذاب پیدا کنند. چیزی که در مورد همه دوها حقیقت دارد این است که وقتی می‌بینند کسی که عقیده یا محبت آن‌ها برای دوها مهم بوده، آن‌ها را به شیوه‌ای منفی درک می‌کند، آن‌ها به طرزی فوق‌العاده دیسترس می‌گیرند.

اکثر دوها مهربان به نظر می‌رسند، شنونده‌های خوبی هستند، و نصایحی ارائه می‌دهند که امیدوارند و انتظار دارند دیگران به آن توجه کنند. بعضی از دوها، آسیب‌پذیر به نظر می‌رسند، حتی بچه‌گانه، طوری که انگار نیاز به حمایت دارند؛ دوهای دیگر، ابزار وجود بیشتری را به نمایش می‌گذارند، آن‌ها تلاش‌های خود را متمرکز می‌کنند تا گروه‌ها یا مؤسسات را در جهت حرکت به سمت جلو، کمک کنند یا حرکت دهند؛ و دوهای دیگری، با خواستنی بودن و گریزناپذیر بودن برای افراد به‌خ‌صوص در زندگی خودشان، حس باارزش بودن و مهم بودن خود را جست‌وجو می‌کنند.

دوها تمایل دارند با دیگران به شیوه‌ای گرم و باثبات تعامل داشته باشند و معمولاً بیشتر از این‌که درباره خودشان صحبت کنند، دیگران را مورد پرسش قرار می‌دهند. در

---

1. The search for appreciation and the avoidance of feeling unworthy

حالی که اکثر دوها مهارت‌های میان‌فردی توسعه‌یافته خوبی دارند، می‌توانند زمانی که اولویت تمرکز بر روی آن‌ها قرار دارد، خودکم‌بین و ناراحت شوند.<sup>۱</sup> در حالی که همه ما می‌توانیم با ملاحظه باشیم و بخواهیم دیگران ما را ارزشمند بدانند، برای دوها، جست‌وجو برای مورد تقدیر قرار گرفتن و اجتناب از احساس بی‌ارزشی، انگیزش اصلی، دائمی و پیشران است.<sup>۲</sup>

**توجه: سه تیپ فرعی هر تیپ:** منظور از بعضی دوها، همان تیپ‌های فرعی تیپ دو هستند که دکتر جینجر لپید بوقدا در کتاب دیگر خود، هنر تیپ‌شناسی به این صورت برمی‌شمارد و توضیحات بیشتری ارائه می‌دهد: تیپ فرعی بقای فردی تیپ دو: اول من/امتیاز، تیپ فرعی اجتماعی تیپ دو؛ جاه‌طلب، تیپ فرعی یک به یک تیپ دو؛ پرخاش‌گری/اغواگری.<sup>۳</sup>

همه دوها احساس خودارزش‌مندی، غرور شخصی و اهمیت دارند که به‌طور یکپارچه با نحوه پاسخ دیگران به آن‌ها مرتبط است و می‌خواهند به‌عنوان افراد جذابی در نظر گرفته شوند که برای کمک به دیگران و توانایی تأثیرگذاری (اینفلوئنس) بر چیزها در جهت مثبت، ارزش دارند. غرور را می‌توان به‌عنوان تورم یا کاهش (دیفلیشن) خودارزش‌مندی بر اساس واکنش‌های دیگران در نظر گرفت. در نتیجه این خودتورمی، دوها می‌توانند خود را به‌عنوان اعضای خانواده سلطنتی اینیاگرام تلقی کنند، حتی دوهایی که ممکن است آسیب‌دیده باشند. سه راه متمایز وجود دارد که دوها غرور خود را نشان می‌دهند.

## سه تیپ فرعی دوها

تیپ فرعی ۲ بقای فردی («اول من/امتیاز») نیازهای خود را برای محافظت انکار می‌کنند و در عین حال سعی می‌کنند دیگرانی را جذب کنند که دقیقاً آن را برای آن‌ها فراهم کنند. جذب دیگران به سمت خود به همان روشی است که کودکان انجام

1. Self-effacing
2. While we can all be thoughtful and want others to value us, for Twos, the search for appreciation and the avoidance of feeling unworthy is their primary, persistent, and driving motivation.
3. Lapid Bogda, Ginger; The Art of Typing, p. 141.
4. Me-First/Privilege
5. Ambition
6. Aggression/Seduction
7. Inflation or deflation
8. Enneagram royalty
9. Self-Preservation Subtype 2 (“Me-First/Privilege”)

می‌دهند - یعنی با جذاب بودن و بدون راهنما به نظر رسیدن - تیپ‌های فرعی ۲ بقای فردی به توانایی انجام این کار افتخار می‌کنند و در عین حال در مورد روابط نزدیک، مبهم (دوسوگرا) هستند و اعتماد کمتری نسبت به دیگران در مقایسه با تیپ فرعی اجتماعی ۲ یا تیپ فرعی یک به یک ۲ دارند. تیپ‌های فرعی ۲ بقای فردی، شاهزاده‌ها و پرنس‌های هستند که به خاطر امتیازات دوران کودکی از حقوق بزرگ سالی چشموپوشی می‌کنند. این یک ضد تیپ ۱ است و می‌تواند با تیپ فرعی ۶ بقای فردی اشتباه گرفته شود.

**تیپ فرعی ۲ اجتماعی («جاه‌طلب»)** بر کمک به گروه‌ها بیشتر از افراد تمرکز می‌کنند و از نظر اینتلکچوال جهت‌گیری بیشتری دارند و راحت‌تر هستند نسبت به افراد دو تیپ فرعی دیگر در موقعیت‌های آشکارا قدرت‌مند قرار بگیرند. تیپ‌های فرعی اجتماعی ۲ کمتر به نحوه واکنش افراد خاص به آن‌ها توجه دارند و بیشتر بر واکنش‌های سطح گروه تمرکز می‌کنند، که نتیجه تمایل آن‌ها به ایستادن بالاتر از جمعیت و احساس (**feeling**) غرور در هنگام وقوع آن است. تیپ‌های فرعی اجتماعی ۲، امپراتورها و ملکه‌هایی هستند که احساس می‌کنند باید دائماً ثابت کنند که از طریق اقدامات خود از طرف گروه و سیستم، حق سلطنت را به دست آورده‌اند، در حالی که به نظر می‌رسد تلاش زیادی برای این کار انجام داده‌اند. می‌توانند با تیپ فرعی اجتماعی ۸ اشتباه گرفته شوند.

**تیپ فرعی ۲ یک به یک («پرخاش‌گری/اغواگری»)** در درجه اول به روابط فردی و رفع نیازهای افراد و آنبازهای مهم معطوف هستند. آن‌ها به این که می‌توانند افراد خاصی را به عنوان راهی برای برآورده کردن نیازهایشان جذب کنند، احساس غرور می‌کنند - آن‌ها احساس می‌کنند زمانی که توسط یک فرد مهم انتخاب می‌شوند، ارج یا ارزش دارند - اما همچنین انگیزه بالایی برای برآورده کردن نیازهای این افراد به عنوان راهی برای توسعه و حفظ رابطه دارند. تیپ‌های فرعی ۲ یک به یک، پادشاه‌ها و ملکه‌ها، بدون نیاز به اثبات یا توجیه آن بجز توجه و حمایت از افراد کلیدی در زندگی

---

1. Social Subtype 2 ("Ambition")

2. One-to-One Subtype 2 ("Aggression/Seduction")

خود، صاحب موقعیت سلطنتی خود به عنوان حق طبیعی خود هستند. می‌توانند با تیپ فرعی ۴ یک به یک اشتباه گرفته شوند.

### برای تعریف feelings (احساسات) باید چند اصطلاح دیگر را تعریف کنیم:

stimulus (محرک): یک عامل جرقه‌زننده یا آغازکننده است که می‌تواند یک emotion (هیجان) تولید کند. مراکز حسی مغز این محرک را به صورت یک سیگنال دریافت می‌کنند و بعد آن را در مرکز هیجان مغز شناسایی و پردازش می‌کنند تا یک emotion تولید شود.

emotions (هیجان‌ها): عبارت‌اند از مجموعه واکنش‌های شیمیایی و عصبی که به علت فعال شدن مرکز هیجان مغز در اثر محرک‌های درونی یا بیرونی به وجود می‌آیند. هیجان‌ها، فرایندهایی با علل بیولوژیک هستند که به سیستم‌های مغزی وابسته‌اند. ... هیجان‌ها، همچنین به تغییراتی در رفتار و تولید افکاری منجر می‌شوند که با هر یک از هیجان‌ها مربوط به آن‌ها مطابقت دارند.

affect (عاطفه): به طور خاص‌تر، از affect برای نشان دادن حالت و لحن هیجانی که انسان‌ها نشان می‌دهند استفاده می‌شود. به این ترتیب، affect عبارت است از تجلی یا نمود هیجان‌هایی که از بیرون قابل مشاهده هستند، مثلاً از روی چهره، وضعیت قرارگیری بدن، یا تن و لحن صدا. ... affect انسان‌ها را می‌توان با صفاتی مثل آرام، پرنو سان، منا سب (بجا)، نامنا سب، هیجان‌زده، تحریک‌پذیر، کرخت، منقبض، یا محدود شده توصیف کرد.

feeling (احساس): عبارت است از آگاهی هش‌یار از یک هیجان (conscious awareness of an emotion). احساس همان چیزی است که بعد از آغاز شدن یک emotion از آن آگاه می‌شویم و به آن توجه می‌کنیم. ... feeling یعنی تفسیر شخصی خصوصی (سابجکتیو) از یک واکنش هیجانی که در ما به وجود آمده است. ... توجه داشته باشید که در انگلیسی، feeling و sensation با هم تفاوت دارند. Feeling احساس معنوی است، اما sensation احساسی است که از حواس پنج‌گانه وارد مغز می‌شود.



♣ **بئاتریس چستنتا** می‌نویسد: «کهن‌الگوی تیپ دو، آن فرد پروتوتیپیکال است که بیش از هر چیز می‌خواهد دوستانه باشد و دوست‌داشتی به نظر برسد. اگرچه گاهی اوقات دوها، «کمک‌کننده» یا «بخشنده» نامیده می‌شوند، اما این نام‌ها در واقع می‌توانند گمراه‌کننده باشند، زیرا سبک تیپ دو، چندان درباره «بخشش»، نوع دوستانه یا جهانی نیست، بلکه در مورد حمایت استراتژیک در خدمت ایجاد اتحادها و پیوندهای دوستانه است. توجه یک تیپ دو به‌طور اتوماتیک به افراد اطراف‌شان و چگونگی ایجاد بهترین روابط مثبت با مدیریت تأثیرات و تعاملات معطوف می‌شود.

برنامه‌نویسی یک تیپ دو به آن‌ها می‌گوید که راه برای برآورده کردن نیازهای خود یا رسیدن به موفقیت این است که تا حد امکان مورد پسند افراد قرار گیرد، بنابراین، سبک آن‌ها با تمرکز اولیه بر میزان زیاد (یا کم) علاقه افراد و نحوه تغییر شکل آن‌ها، روشن کردن جذابیت، یا کمک برای ایجاد راپورت (رابطه دوستانه) یا یکپارچه‌سازی خود با دیگران، شکل می‌گیرد. آن‌ها می‌توانند از طریق سخاوت به نوعی قدرت ظریف دست یابند، به‌عنوان راهی برای قرار گرفتن خود در کنار افراد مهم، اگرچه این انگیزه قدرت معمولاً ناخودآگاه است. دوها تمایل دارند که بخواهند خدمات‌گرا باشند تا جایی که برای دیگران ضروری شوند - و در نظر گرفتن کمک «ضروری» می‌تواند شکل قدرت‌مندی از قدرت باشد.

دوها، مانند هر کار دیگری که انجام می‌دهند، سعی می‌کنند به گونه‌ای ارتباط برقرار کنند که آن‌ها را برای دیگران محبوب کند. سبک صحبت کردن آن‌ها گرم، شخصی و دوستانه است. آن‌ها ممکن است به قیمت کنار گذاشتن خودشان روی طرف مقابل تمرکز کنند و سؤالات زیادی بپرسند تا به هر کسی که در تعامل هستند، علاقه نشان دهند. آن‌ها از دیگران تعریف و تمجید، و چاپلوسی می‌کنند تا آن‌ها را جذب کنند و تشخیص دهند که دیگران چه چیزهایی را دوست دارند و به آن‌ها بدهند - خواه توجه باشد یا حریم خصوصی یا نوع خاصی از حمایت. آن‌ها نفوذ خود را گسترش می‌دهند و با دانستن اینکه افراد اطراف خود را راضی می‌کنند، احساس خوب بودن (سلامت روانی و رضایت از زندگی) می‌کنند. رهبرانی که سبک نوع دو دارند، تمایل دارند همدل باشند و دارای دغدغه جنبه انسانی یا «مردم» کار و حساس به نیازها و احساسات مردم باشند.

آن‌ها می‌توانند در دل‌فریب و مهربان بودن، قدرت‌مند و شایسته بودن، یا جذاب و هیجان‌انگیز بودن تخصص داشته باشند. اما خواه از طریق سخاوت و دل‌فریبی، نفوذ پیدا کنند، یا از طریق انگیزه برقراری ارتباط به دیگران متوسل شوند، تمایل دارند تمرکز

خود را بر روی افراد با توانایی در خدمت به آن چه که بیش از همه مورد نیاز تیم یا جامعه است، ترکیب کنند. آن‌ها به دنبال تأثیرگذاری بر وظایف، محصولات کاری و تیم‌ها از طریق حمایت از دیگران، ایجاد روابط، توان‌مندسازی افرادی که دوست دارند و الهام بخشیدن به همکاران از طریق چاپلوسی، گرمی و توجه مثبت هستند.»

## تلاش‌هایی برای توسعه ارتباط

زمانی که ما با شخصی ارتباط برقرار می‌کنیم، سه نوع انحراف غیرعمدی ممکن است حضور داشته باشد: سبک صحبت کردن، زبان بدن، نقاط کور. سبک صحبت کردن، به الگوی عمومی که ما به وسیله آن صحبت می‌کنیم، اشاره می‌کند. زبان بدن شامل؛ پوسچر (پوزیشن بدن)، وضعیت صورت، ژست‌های دست، حرکات بدن، سطح انرژی، و صداها پیام غیرکلامی دیگر است. نقاط کور شامل اطلاعاتی در مورد ما هستند که برای ما آشکار نیستند، ولی برای دیگر افراد به شدت قابل رؤیت هستند. ما بدون این که بدانیم این اطلاعات را از طریق ملقمه‌ای از سبک صحبت کردن، زبان بدن، و دیگر داده‌های استنباطی حمل می‌کنیم و انتقال می‌دهیم.

دریافت‌کننده‌های پیام‌ها هم، چیزی را که می‌شنوند از طریق فیلترهای تحریف‌کننده، کج‌ومعوج می‌کنند. این فیلترهای تحریف‌کننده، دغدغه‌های ناآگاهانه یا پیش‌فرض‌هایی هستند که اغلب اوقات متناسب با سبک اینی‌گرام‌اند، و چیزی را که دیگران می‌گویند، به چیزی که ما می‌شنویم، تغییر می‌دهند.



فیلترهای تحریف‌کننده  
دریافت‌کننده



سبک صحبت کردن زبان بدن نقاط کور  
تحریف‌کننده‌های ارسال‌کننده

هر

کار بر روی تغییر یک رفتار در یک زمان، ترجیحاً به ترتیب زیر بسیار مؤثر است: سبک صحبت کردن، زبان بدن، نقاط کور و فیلترهای تحریف‌کننده گوش دادن. تغییر رفتارهایی که بیشتر از همه از آن آگاه هستیم، ساده‌ترین کار است، و این توالی نشان‌دهنده رایج‌ترین ترتیب آگاهی، از بیشتر به کمترین آگاه است.

### دوها: سبک صحبت کردن

- سؤال می‌پرسند. <sup>۱</sup>
- تعارف می‌کنند. <sup>۲</sup>
- به خشنودی افراد دیگر تمرکز می‌کنند. <sup>۳</sup>
- ارجاعات کمتری به خودشان دارند. <sup>۴</sup>
- با صدای آهسته و ملایم صحبت می‌کنند. <sup>۵</sup>
- وقتی دوها از حرف‌های دیگران خوششان نمی‌آید، خشمگین یا شاکی می‌شوند.

♣ **جروم واگنر** در شیوه برقراری ارتباط تیپ دو می‌نویسد: «سبک ارتباطی دوها با تعارفات ساده و سخنان تملق‌آمیز و آمادگی آن‌ها برای نصیحت مشخص می‌شود. مانند غسل از شانه زنبور، ستایش از لب‌هایشان جاری می‌شود. این تعریف‌ها صادقانه هستند و لزوماً برای گرفتن تأیید در ازای آن انجام نمی‌شوند. آن‌ها فوران‌های خودانگیخته از طبیعت قدردانی‌کننده و حمایتی دوها هستند.

مطابق با رفتار بدنی آن‌ها، صدای آن‌ها در مقابل صدای سخت‌تر، نافذتر، «بنشین و توجه کن» یک‌ها، ملایم و آرامش بخش است. صدای دوها، نگرش همدلانه آن‌ها را بیان می‌کند «شما می‌توانید هر چیزی را به من بگویید».

آن‌ها گفت‌وگوهای صمیمی یک به یک را ترجیح می‌دهند. در یک مهمانی اغلب دوها را می‌بینید که در گوشه‌ای ساکت با هم (دو به دو) صحبت می‌کنند. در حالی که

1. Ask questions
2. Give compliments
3. Focus on the content of other person
4. Few references to self
5. Soft voice
6. Angry or complaining when Twos dislike what others say

سه‌های همسایه آنها در اتاق، کار می‌کنند و برای خوش‌آمدگویی کوتاه به شما در حال حرکت به سمت مشتری بعدی هستند.»<sup>۱</sup>

## دوها: زبان بدن

- خندان و راحت<sup>۳</sup>
- حالات چهره‌ای آرام<sup>۴</sup>
- حرکت باز و برازنده بدن<sup>۵</sup>
- هنگام خشمگین شدن، ابروهای درهم و تنش صورت<sup>۶</sup>

♣ **جروم واگنر** در ویژگی‌های بدنی تیپ دو می‌نویسد: «دوها نمای لطیف‌تری نسبت به همسایه‌های سفت‌تر و پُرتنش‌تر خود یعنی یک‌ها ارائه می‌دهند. در حالی که یک‌ها معمولاً دارای مرزهای نسبتاً محکم، سفت و سخت و به‌خوبی تعریف شده هستند، دوها دارای ویژگی‌های کمتر تعریف شده هستند. آن‌ها نمای بیرونی نرم‌تری را نشان می‌دهند. کاراکترهای پرتره هلندی رنسانس را با ساجکت‌های روبنسکی مقایسه کنید. در جایی که چشمان یک‌ها روشن، باریک و متمرکز در نگاه نافذ خود هستند، چشمان دوها در آغوش محبت‌آمیزشان نرم‌تر، گشادتر و تسلیم‌تر به نظر می‌رسند. در تجزیه و تحلیل صورت در سنت آریکا، گفته می‌شود که ابروی راست دوها کشش بیشتری نسبت به ابروی چپ دارد و ممکن است به نظر به سمت بالا یا پایین کشیده شود. ممکن است مقداری پُف زیر ابروی راست وجود داشته باشد.»<sup>۹</sup>

**توضیح:** عصر طلایی نقاشی هلند یک دوره تاریخی در قرن ۱۷ میلادی است که بخشی از دوران طلایی هلند محسوب می‌شود. در این دوره نقاشان بزرگی

1. Wagner, Jerome; *Nine Lenses on the World: The Enneagram Perspective*, p. 239.  
2. Twos: Body language  
3. Smiling and comfortable  
4. Relaxed facial expressions  
5. Open, graceful body movement  
6. When agitated, furrowed brow and facial tension  
7. Renaissance Dutch portraiture  
8. Rubenesque subjects  
9. Wagner, Jerome; *Nine Lenses on the World: The Enneagram Perspective*, p. 238.  
1 . Dutch Golden Age painting 0

همچون رامبرانت، یوهانس فرمیر، فرانس هالس، یاکوب وان روئیزدال، یان استین و ماریا فان استرویک ظهور کرده و آثار بسیاری را خلق کرده‌اند.

**توضیح روبنسکی:** مربوط به یا به سبک نقاشی پیتر پل روبنس (۱۵۷۷ تا ۱۶۴۰)، نقاش فلاندری که استاد باروک بود، بسیاری از پرتوها و آثار پر شور با مضامین تمثیلی، تاریخی و مذهبی، از جمله فرود از صلیب (۱۶۱۱ تا ۱۶۱۴) را اجرا کرد.

♣ **جینجر لپید بوقدا** عوامل کلامی و غیرکلامی تشخیص تیپ سبک دو را

به این ترتیب می‌شمارد:



**نشانه‌های کلامی:**

- سؤالات مکرر از دیگران می‌پرسند.
- صدای نرم مگر این‌که عصبانی باشند.
- زیاد تعارف می‌کنند.

**نشانه‌های غیرکلامی:**

- شانه‌های گردشده با سینه‌های کمی فرورفته.
- چشم‌ها تماس‌های بین فردی گرم برقرار می‌کنند.
- لبخند به‌عنوان دعوت به مشارکت.

۷

**دوها: نقاط کور**

- یک قصد ثانویه یا پنهان ممکن است زیر سخاوت، کمک و توجه کردن دوها باشد.

1. Rembrandt, Johannes Vermeer, Frans Hals, Jacob van Ruisdael, Jan Steen and Maria van Oosterwijck
2. Rubenesque
3. Peter Paul Rubens
4. Flemish
5. Baroque
6. Lapid Bogda, Ginger; The Art of Typing, p. 114.
7. Twos: Blind spots
8. A secondary or hidden intention may lie beneath the Two's generosity, helpfulness, and attention giving

- اگر به طرف مقابل بی‌علاقه باشند، عجلانه او را رها می‌کنند.



تحریف‌کننده‌های دریافت‌کننده

## دو‌ها: فیلترهای تحریف‌کننده هنگام گوش‌کردن به طرف مقابل

- آیا طرف مقابل، شما را دوست دارد.
- آیا شما طرف مقابل را دوست دارید.
- آیا شما می‌خواهید به طرف مقابل کمک کنید.
- میزان نفوذی که شخص مقابل دارد.
- اگر احساس کنید فرد مقابل نقشه می‌کشد به شخصی آسیب برساند، سعی می‌کنید از آن شخص حمایت کنید.

**توجه:** بعضی از خصیصه‌های بالا ممکن است مثبت، بعضی منفی و بعضی خنثی یا ترکیبی از این حالات باشند. آن‌ها به صورت اجمالی بیان شده‌اند تا شما بتوانید از میان آن‌ها انتخاب کنید. این مورد درباره‌ی خصیصه‌های سبک‌های نُه‌گانه دیگر هم صدق می‌کند.

## ♣ دیوید دانلیز و ویرجینیا پرایس، مؤلفان کتاب اینیگرام ماهوی (اینیگرام اساسی)

درباره ویژگی‌های کاراکتری اصلی تیپ دو می‌نویسند:

### نقاط قوت من:

بخشنده و کمک‌کننده بودن. سخاوت‌مند بودن. حساس بودن نسبت به احساسات دیگران. حامی بودن. قدردان بودن. رمانتیک بودن. داشتن انرژی بالا. شور و نشاط داشتن. سرزنده بودن.

1. If disinterested in the other person, disengage precipitously
2. Whether the other person likes you
3. Whether you like the other person
4. Whether you want to help the other person
5. The degree of influence the other person has
6. If you feel the other person plans to harm someone you wish to protect
7. Daniels, David and Price, Virginia; The Essential Enneagram, p. 26.
8. My strengths Being giving and helpful. Being generous. Being sensitive to the feelings of others. Being supportive. Being appreciative. Being romantic. High energy. Exuberance. Expressiveness.

**سبک ارتباطی من:**

دوستانه، رگ، بیان‌گر، متمرکز بر دیگران و سریع در حمایت یا مشاوره دادن. دیگران ممکن است مرا به‌عنوان فردی مزاحم، بیش از حد کمک‌کننده، آزاردهنده یا کنترل‌کننده تصور کنند.<sup>۱</sup>

**برای گسترش و تنظیم الگوهای زبانی خودتان، از ایمیل استفاده کنید.**

- ایمیل‌های خودتان را قبل از این‌که آن‌ها را ارسال کنید به لحاظ زبان و لحن کلام بازبینی کنید.
- تمرکز متن ارسالی بیشتر بر خودتان باشد تا دریافت‌کننده.
- صفات یا قیود عالی کمتری را استفاده کنید (به‌عنوان مثال، عالی و فوق‌العاده).
- از نوشتن کامل واژه‌ها و اصطلاحات با حروف بزرگ اجتناب کنید.
- اظهارنظرهای تملق‌آمیز را حذف کنید.<sup>۴</sup>
- در مورد احساسات مثبت و منفی، از بیانی ساده و مستقیم استفاده کنید.
- از به کار بردن واژه‌های تند و تیز برای ابراز دغدغه‌های خود خودداری کنید.
- به گونه‌ای ایمیل بنویسید که دریافت‌کننده، پاسخ احترام‌آمیزی ارسال کند.

♣ **دان ریچارد ریسو و راس هادسون درباره «موضوعات ارتباطی» دوما می‌نویسند: «دوما، تیپ اینیگرامی هستند که بیشترین تمرکز را روی روابط دارند: دوما انرژی‌های خود را به جایی متمرکز می‌کنند که مردم در آن جا هستند. آن‌ها در مورد وقت و توجه خود سخاوتمند هستند و واقعاً می‌خواهند که عزیزان‌شان خوش‌حال باشند و از آن‌ها مراقبت شود. با این حال، مشکلات زمانی ایجاد می‌شوند که دوما در تلاش‌های خود برای نزدیک شدن به عزیزان‌شان، اغلب در زمینه‌های زیر، بیش از حد تلاش می‌کنند:**

1. My communication style: Being friendly, open, expressive, focused on others, and quick to support or give advice. Others may perceive me as intrusive, overly helpful, nagging, or controlling.
2. Use fewer superlatives (e.g., great and terrific).
۳. نوشتن با حروف بزرگ (Capitalizing) در زبان انگلیسی موضوعیت دلو، مثل IRAN در مقابل Iran
4. Eliminate flattering comments.
5. Refrain from using strident and pointed words to express concerns.
6. Relationship Issues from Discovering Your Personality Type by Don Richard Riso and Russ Hudson, p. 100.

- تلاش بیش از حد برای خشنود ساختن دیگری - خود را برای محبت و قدردانی می‌فروشند.<sup>۱</sup>
- پرسه زدن در اطراف و عدم دادن فضای کافی به دیگری (که معمولاً ناشی از ترس از رها شدن قریب الوقوع است).<sup>۲</sup>
- انتظار «ذهن خوانی» از طرف آن‌باز و ناامید شدن زمانی که او نمی‌تواند خواسته‌ها یا نیازهای دو را پیش‌بینی کند.<sup>۳</sup>
- مالکیت نسبت به آن‌باز و حسادت به او در مورد گذراندن وقت با دیگران.
- تصدیق نکردن آسیب‌ها، نیازها و خشم شخصی تا زمانی که به رابطه آسیب وارد کنند.<sup>۵</sup>

## ابعاد اینیگرام از تبدیل شدن به یک ارتباط‌گیرنده عالی

### ایجاد روابط واقعی

دو‌ها فوق‌العاده رابطه‌گرا هستند و مشتاق گوش دادن، ارائه کمک و مشاوره می‌باشند. آن‌ها به راحتی راپورت (رابطه دوستانه) برقرار می‌کنند و اکثر مردم معتقدند که می‌توانند روی دو‌ها حساب کنند، چون در زمان نیاز در دسترس هستند. با این حال، ممکن است همیشه این‌طور نباشد، زیرا دو‌ها ممکن است از تمرکز مداوم بر روی دیگران به بهای هزینه کردن خود خسته شوند (به تحلیل بروند). وقتی دو‌ها متوجه می‌شوند که خیلی بیشتر از چیزی که دریافت می‌کنند می‌دهند - حتی اگر رفتار خودشان در این وضعیت نقش داشته باشد - ممکن است رابطه‌ای را که قبلاً برایشان مهم بود، قطع کنند.<sup>۶</sup>

♣ **بئاتریس چستنت** درباره تپ دو می‌نویسد: برای درک و فهم کامل این کهن الگو، درک و فهم جنبه تاریک کاراکتر «راضی‌کننده» اهمیت دارد، که شبیه زن افسون‌گر زیبا، اغواگر، و

1. Trying too hard to please the other -selling themselves out for affection and appreciation
2. Hovering around and not giving the other adequate space ( usually caused by fears of imminent abandonment).
3. Expecting "mind reading" from the partner and being disap- pointed when he or she fails to anticipate the Two's desires or needs.
4. Becoming possessive of the partner and jealous of him or her spending time with others
5. Not acknowledging personal hurts, needs, and anger until they become damaging to the relationship.
6. Twos are highly relationship-oriented and are eager to listen, offer help, and give advice. They establish rapport easily, and most people believe that they can count on Twos to be available in a time of need.



در عین حال خطرناک است. یاری و حمایتی که دوها فراهم می‌کنند، کمک استراتژیک است، اگرچه آن‌ها همیشه از انگیزه اصلی و زیرین خودشان آگاه نیستند. رابطه متقابل، در مورد این استراتژی بقا، نقش کلیدی دارد. دوها معمولاً مطابق این پیش‌فرض ناگفته عمل می‌کنند که «اگر من از شما مواظبت کنم، شما از من مواظبت خواهی کرد».

### به طرز شفاف، ارتباط برقرار کنید.

اکثر دوها سؤالات مکرر می‌پرسند، اما در مورد خود فقط با افرادی صحبت می‌کنند که احساس می‌کنند به آن‌ها نزدیک هستند. دوها همچنین به منظور تأیید دیگران، تمجیدهای زیادی می‌کنند و اغلب لبخند می‌زنند و از صدایی نرم و پاسخ‌گو استفاده می‌کنند تا طرف مقابل را تشویق کنند که بیشتر به آن‌ها بگوید. با این حال، هنگامی که دوها مشوش یا خسته هستند یا زمانی که از کسی یا چیزی که آن شخص گفته است خوش شان نمی‌آید، ساکت می‌شوند، یا عصبانی و شاک می‌شوند. علاوه بر این، در حالی که دوها ممکن است تقریباً به همه افراد علاقه‌مند به نظر برسند، در مواردی که آن‌ها واقعاً به طرف مقابل یا آنچه که او می‌گوید علاقه‌مند نیستند، می‌توانند به سرعت از گفت‌وگو جدا شوند.

### کامل گوش کنید.

دوها معمولاً شنوندگان عالی هستند، به راحتی می‌توان با آن‌ها صحبت کرد و کاملاً با شفقت هستند، اما آن‌ها کاملاً به افرادی که به آن‌ها احساس نزدیکی می‌کنند، کسانی که معتقدند به کمک آن‌ها نیاز دارند و افرادی که می‌خواهند مانند آن‌ها باشند و افرادی که به آن‌ها احساس نزدیکی دارند، گوش می‌دهند. در حین گوش دادن، دوها ممکن است درگیر افکار خود باشند، حتی زمانی که این را نشان نمی‌دهند - برای مثال، ممکن است فکر کنند که آیا (۱) طرف مقابل را دوست دارند یا آن شخص او را دوست دارد، (۲) شخص دیگر می‌خواهد کمک کند، (۳) به شدت با آن چه آن شخص گفته

1. To fully understand this archetype, it is important to understand the darker side of this “pleasing” character, who is similar to the beautiful, seductive, yet dangerous femme fatale.

2. Chestnut, Beatrice: The Complete Enneagram, pp. 352-353.

3. Upset or exhausted

4. Twos are usually excellent listeners, easy to talk to, and quite compassionate