

## اینیاگرام

دریچه‌ای به فراسوی شخصیت



# اینیاگرام

## دریچه‌ای به فراسوی شخصیت

تألیف

دان ریچارد ریسو  
راس هادسون

ترجمه

وجیه‌اله گل‌نواز

کارشناس ارشد روان‌شناسی بالینی

دکتر مسعود حسین‌چاری

دکترای روان‌شناسی تربیتی

عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز

دان ریچارد ریسو، راس هادسون

### اینیگرام: دریچه‌ای به فراسوی شخصیت

ترجمه: وجیه‌اله گل‌نواز، دکتر مسعود حسین‌چاری  
فروست: ۷۴۰

ناشر: کتاب ارجمند به همراه انتشارات ارجمند

صفحه‌آرا: پرستو قدیم‌خانی

مدیر هنری: احسان ارجمند

سرپرست تولید: پروین عبدی

ناظر چاپ: سعید خانکشلو

چاپ و صحافی: سمارنگ

چاپ دوم: دی ۱۳۹۴، ۱۱۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۰۰-۲۴۳-۳

این اثر، مشمول قانون حمایت از مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف، ناشر، نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

www.arjmandpub.com

سرشناسه: ریسو، دان ریچارد

(Riso, Don Richard)

عنوان و نام‌پدیدآور: اینیگرام: دریچه‌ای به فراسوی شخصیت / نویسنده دان ریچارد ریسو، راس هادسون؛ مترجمان وجیه‌اله گل‌نواز، مسعود حسین‌چاری.

مشخصات نشر: تهران، کتاب ارجمند، ۱۳۹۱

مشخصات ظاهری: ۲۰۸ ص. رقعی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۰۰-۲۴۳-۳

عنوان اصلی: Discovering Your Personality Type  
The Essential Introduction to the Enneagram  
2003

موضوع: آزمون تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو، تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه، آزمون‌های شخصیت

شناسه افزوده: هادسون، راس، Hudson, Russ.

گل‌نواز، وجیه‌اله، ۱۳۴۱-، مترجم، حسین‌چاری،

مسعود، ۱۳۴۵-، مترجم.

رده‌بندی کنگره: BF ۶۹۷/۸/آ۴۹ ۱۳۹۱

رده‌بندی دیویی: ۱۵۵/۲۶

شماره کتابشناسی ملی: ۳۰۲۵۸۹۱

### مرکز پخش: انتشارات ارجمند

دفتر مرکزی: تهران بلوار کشاورز، بین خ کارگر و ۱۶ آذر، پلاک ۲۹۲، تلفن: ۸۸۹۸۲۰۴۰

شعبه مشهد: ابتدای احمدآباد، پاساژ امیر، انتشارات مجد دانش، تلفن: ۰۵۱-۳۸۴۴۱۰۱۶

شعبه رشت: خ نامجو، روبروی ورزشگاه عضدی، تلفن: ۰۱۳-۳۳۳۲۸۷۶

شعبه بابل: خ گنج افروز، پاساژ گنج افروز، تلفن: ۰۱۱-۳۲۲۲۷۶۴

شعبه ساری: بیمارستان امام، روبروی ریاست تلفن: ۰۹۱۱-۸۰۳۰۰۹۰

شعبه کرمانشاه: خ مدرس، پشت پاساژ سعید، کتابفروشی دانشمند تلفن: ۰۸۳-۳۷۲۸۴۸۳۸

بها: ۱۴۰۰۰ تومان

با ارسال پیامک به شماره ۰۵۹۹ ۰۵۹۹ ۰۰۰ ۱۰۰۰ در جریان تازه‌های نشر ما قرار بگیرید:  
ارسال عدد ۱: دریافت تازه‌های نشر پزشکی به صورت پیامک  
ارسال عدد ۲: دریافت تازه‌های نشر روان‌شناسی به صورت پیامک  
ارسال ایمیل: دریافت خبرنامه الکترونیکی انتشارات ارجمند به صورت ایمیل

# فهرست

## بخش اول

۱. تیپ‌های شخصیتی چندگانه ..... ۱۵
۲. راهنمای استفاده از تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون (RHETI) ... ۲۸
۳. شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون (ویراست ۲/۵) ..... ۳۲
۴. دستورالعمل نمره‌گذاری ..... ۳۵

## بخش دوم

۵. سیستم چگونه کار می‌کند؟ ..... ۴۱
۶. تیپ یک: اصلاح طلب ..... ۶۹
۷. تیپ دو: امدادگر ..... ۸۰
۸. تیپ سه: موفق ..... ۹۱
۹. تیپ چهار: فردگرا ..... ۱۰۲
۱۰. تیپ پنج: پژوهشگر ..... ۱۱۳
۱۱. تیپ شش: وفادار ..... ۱۲۴
۱۲. تیپ هفت: مشتاق ..... ۱۳۵
۱۳. تیپ هشت: چالشگر ..... ۱۴۶
۱۴. تیپ نه: صلح طلب ..... ۱۵۷

## بخش سوم

۱۵. تفسیر..... ۱۶۹
۱۶. جهان شمولی اینیاگرام..... ۱۸۵
- ضمیمه: اعتباریابی شاخص تیپ‌های شخصیتی نه گانه ریسو- هادسون..... ۲۰۵
- منابع..... ۲۰۷

## سخن مترجمان

سیر تحولی مجموعه مفاهیم مربوط به بُعد غیر جسمانی وجود انسان (روان) که امروزه در پیش روی بشر است، تاریخچه‌ای به قدمت آفرینش او در این کره خاکی دارد. از آن زمان که بشر اولیه مفاهیم انتزاعی را برای ابراز خواسته‌های خود به کار گرفت و مجبور شد اصوات یا نمادهایی برای مفهوم «من» یا «خویشتن» ابداع کند، سیر تحولی روان کلید خورد و آهسته و پیوسته مسیر کمال را که با هوشمندی همراه است، طی کرد. وقتی که از نظر طولی به بررسی سیر تکاملی روان می‌پردازیم، متوجه یک نقطه آغاز می‌شویم، ولی به نظر می‌رسد که این مسیری بی‌انتهای در پیش روی مان خواهد بود. هم‌چنین، زمانی که آن را از بُعد عرضی ارزیابی می‌کنیم، درمی‌یابیم که در هر مقطع زمانی، یک یا چند دیدگاه نوپا و مدعی، در حال به چالش کشیدن دیدگاه‌های حاکم است و تا هنگامی که به حاکمیت و تثبیت نرسند، پویایی‌های خاص خود را دارند و به محض دسترسی به آن، پویایی‌شان محدود شده و در نتیجه، آسیب‌پذیر می‌گردند. جالب اینکه در همین حال، دیدگاهی در شرف شکل‌گیری است که در آینده نزدیک، دیدگاه حاکم را به چالش خواهد کشید. جالب‌تر اینکه، گاهاً دیدگاهی که در یک دوره زمانی به عقب رانده شده و در بطن تاریخ مفقود گردیده است، در دوره دیگری (سال‌ها، قرن‌ها یا شاید هزاران سال بعد) با تحولی اساسی‌تر و بازنگری مجدد خود و در نتیجه با نیروی دوچندان پا به میدان وجود می‌گذارد و به چالش با نظریه حاکم می‌پردازد. تکرار این چالش‌ها، جبر تاریخ در حوزه علوم محسوب می‌شود و سیر تحولی هر علم مفهومی بیش از این فرآیند (چالش‌های مکرر) نیست.

یک اصل مهم دیگر که در حاکمیت یک دیدگاه تأثیرگذار بوده، روح زمان است. به این معنا که یک دیدگاه زمانی غالب می‌شود که افکار عمومی آمادگی پذیرش آن را داشته باشد؛ در غیر این صورت، به‌رغم پویایی، محکوم به شکست است. چه خوب یا

بد، دستاورد این چالش‌ها کلیه مفاهیمی هستند که در حال حاضر نسبت به مقوله روان، فراروی ما قرار دارند.

اگر دایره تحلیل خود را به یکی از میدان‌های کوچک‌تر هر رشته علمی (و در این مورد روان‌شناسی) محدود کنیم، همان روند را شاهد خواهیم بود. ظهور دیدگاه‌ها، سلطه کم و بیش محدود از نظر زمانی، به چالش کشیده شدن از جانب دیدگاه‌های نوظهور، به عقب رفتن در بستر تاریخ، به موزه‌ها پیوستن یا بازنگری و ظهور مجدد در حوزه کاربرد، و این سیر چرخشی با نوسان در سرعت و شعاع، پیوسته جریان دارد. از میان حوزه‌های کار در روان‌شناسی، یکی از عرصه‌هایی که بیش از همه شاهد چنین فراز و فرودهایی بوده، مفهوم «شخصیت» است. در این زمینه نظریه‌های پرشماری ظهور کرده‌اند، رونق یافته‌اند و پس از مدتی رو به افول گذاشته‌اند. گذشت زمان و واکاوی نظریه‌پردازانی که بیش از گسترش عرضی دانش خود، به ژرفای آن اندیشیده‌اند، باعث شده تا برخی از مفاهیم در حوزه شخصیت، از بایگانی تاریخ بیرون آورده شوند، گرد و خاک گذر زمان از آنها زدوده شود و با نمایی امروزی و شفاف‌تر در اختیار دانش پژوهان قرار گیرند. در میان مفاهیمی از این دست، مفهومی که دست‌خوش چنین سرنوشتی شده است، «اینیاگرام» یا «تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه» بوده است.

اینیاگرام به مدت ۲۵۰۰ سال در بطن تاریخ مفقود شده بود، ولی در چند دهه اخیر با تحولی بنیادین و آمادگی روح زمان، پا به عرصه وجود گذاشت. در اوایل قرن بیستم، گروهی علاقه‌مند به دانش اسرارآمیز عهد باستان، تحت عنوان «جویندگان طریق حقیقت» و به رهبری جوانی یونانی-ارمنی به نام «جرج ایوانویچ گرجیف» تصمیم گرفتند توان خود را صرف جمع‌آوری مفاهیم مفقود شده در حکمت باستان کنند. «گرجیف» معتقد بود که در عهد باستان یک علم تکامل یافته در زمینه «ماهیت» یا «ذات» انسان و تعامل آن با جهان هستی رشد یافته بود، ولی این دانش بعدها در طول زمان مفقود گردید. تمرکز «جویندگان طریق حقیقت» بر روی تعالیم و نظام‌های عقیدتی گوناگونی بود که به‌طور ویژه به فرهنگ مشرق زمین تعلق داشت. از این روی، آنها سفر پرماجرایی خود را به کشورهای یونان، مصر، ترکیه، ایران، افغانستان، هند و نواحی تبت آغاز کردند و در خانقاه‌های صوفیان و عبادت‌گاه‌های مذهبی دورافتاده سکنی گزیدند. در این سفرها بود که تا سرحد ممکن درباره آداب و رسوم حکمت



باستان به جمع‌آوری مطالب پرداختند و سرانجام در مطالعه آثار و علوم باستانی در افغانستان یا ترکیه به نماد/اینیگرام دست یافتند که شاه‌کلید یافته‌های‌شان محسوب می‌شد.

نماد اینیگرام از سه جزء (دایره، مثلث و شش ضلعی) تشکیل شده است که قوانین الهی و ازلی حاکم بر کل جهان هستی را معرفی می‌کند. در بسیاری از فرهنگ‌ها، دایره یک شکل اساطیری جهانی است که به وحدت، یکپارچگی و یکی بودن و نمادی مبنی بر عقیده به «خداوند یگانه» برمی‌گردد و بر کل هستی احاطه داشته و در ورای آن چیزی وجود ندارد. این شکل تمایزبخش ادیان الهی و بزرگ یهود، مسیحیت و اسلام از دیگر ادیان و مذاهب است.

جزء دوم در نماد اینیگرام، مثلث است که در میان دایره جای دارد و نماد تعالیم تثلیث (پدر، پسر، روح‌القدس) در مسیحیت و شجره زندگی در یهودیت است. بدین معنی که خداوند در آغاز جهان هستی، خود را به عنوان سه پرتو یا تجلی جلوه می‌سازد. به گفته «گرجیف» این پدیده قوانین سه‌گانه است به این معنا که هر پدیده و موجودی در جهان، نتیجه تعامل این سه نیرو است.

جزء سوم یک شش ضلعی است که در بطن دایره با مثلث گره خورده و معرف قوانین هفت‌گانه حاکم بر کل جهان هستی است که تداعی بخش فرآیند رشد و تحول مداوم می‌باشد. به این معنا که در جهان هستی هیچ چیز ثابت نیست، همه موجودات در حال حرکت و تغییر هستند و مدام به چیزهای دیگر تبدیل می‌شوند، حتی صخره‌ها و ستاره‌ها نیز دستخوش تغییر و تحول می‌شوند و خلاصه، همه چیز در حال تغییر، بازیابی (دگردیسی)، شکل‌گیری و گسترش است. در این فرآیند، «حرکت» محور کلیدی است.

وقتی این سه (دایره، مثلث، شش ضلعی) را با هم تلفیق کنیم، نماد «اینیگرام» به دست می‌آید. این نمادی است که وحدت چیزی (دایره)، آنچه که تعامل سه نیرو را مشخص می‌کند (مثلث) و آنچه در حال بازیابی مجدد، تغییر و حرکت است (شش ضلعی) را نشان می‌دهد. اینیگرام نماد زندگانی پویا (نه ایستا) است. این پویایی زندگی در رقص‌های مذهبی صوفیان (رقص سما) آن‌چنان مشهود است که الهام‌بخش گورجیف برای استخراج مفهوم اینیگرام شد.

سیستم آموزشی «گرجیف» بر مبنای مفهومی پیچیده و مبهم از روان‌شناسی، معنویت مذهبی و کیهان‌شناسی، جهت کمک به دانشجویان در فهم جایگاه خویش در عالم هستی و هدف عینی در زندگی بود. او اعتقاد داشت که فرد نمی‌تواند چیزی را به‌طور کامل درک کند، مگر اینکه ابتدا مفهوم اینیگرام را بفهمد و بتواند جایگاه عناصر یک فرآیند را به درستی روی نقاط اینیگرام درک کرده و اجزای مشترک در یک کل را دنبال کند.

بعد از «گرجیف» نوبت به «اسکار ایچازو» (۱۹۴۰) رسید. او اهل کشور بولیوی بود و مسحور این دانش شد. «ایچازو» با مسافرت به خاورمیانه برای مطالعه درباره حکمت باستان، توانست ارتباط بین نماد اینیگرام و تیپ‌های شخصیتی نُه‌گانه را کشف کند. یافته‌های او نشان می‌دهد که نُه صفت قدسی در ماهیت و ذات انسان به ودیعه نهاده شده است و انحراف از آن منجر به هفت گناه کبیره (امپال نفسانی)، به‌علاوه دو گناه دیگر (ترس و دروغ) می‌شود. بر اساس این مدل، هر تیپ شخصیتی دارای یک صفت قدسی و در مقابل آن یک میل نفسانی غالب و نیز هشت صفت قدسی و هشت میل نفسانی غیرغالب (بالقوه) است. مبنای نظری دیدگاه «اسکار ایچازو»، این ایده است که در تمامی انسان‌ها نُه تیپ شخصیتی و به همراه آن نُه میل نفسانی وجود دارند، اما همواره تنها دو مورد از آنها (تیپ شخصیتی و میل نفسانی) به صورت غالب در وجود فرد ظهور و بروز پیدا می‌کنند. این موضوع، در عدم تعادل ما و روشی که بر مبنای آن در دام ایگو (من) می‌افتیم، ریشه دارد.

سومین شخصیت مطرح در نظریه اینیگرام، روان‌پزشکی به نام «کلودیو نارانجو» (۱۹۷۰) است. او اولین کسی است که تیپ‌های شخصیتی نُه‌گانه را به شکل امروزی‌اش تدوین کرد. توصیف ویژگی‌های شخصیتی هر تیپ بر اساس طبقه‌بندی‌های روان‌پزشکی و اینکه هر تیپ شخصیتی دارای ویژگی‌های روان‌شناختی منحصربه‌فرد است.

همزمان با «نارانجو»، «دان ریچارد ریسو» ابعاد پنهان دیگری از این دانش نوپا را آشکار ساخت. مبنای کار او، مطالعه ویژگی‌های روان‌شناختی تیپ‌ها بود که از طریق اندازه‌گیری رابطه سیستم‌های روان‌شناختی با آن ویژگی‌ها مشخص می‌شود. اوج کار او در سال ۱۹۷۷ است که با طرح سطوح رشدی تیپ‌های شخصیتی حاصل گردید. این سطوح، درجه‌بندی‌های زوال و تعالی که در طول زندگی مردم در جریان است را روی

یک پیوستار نشان می‌دهد. اینکه کدام ویژگی‌ها و انگیزه‌ها با کدام یک از تیپ‌ها توأم می‌شوند و چگونه با شخصیت‌مان هویت‌یابی می‌کنیم و اینکه پایان اسارت اسفبارمان چگونه شکل می‌گیرد. ویژگی کار «ریسو»، اجتناب از نگاه کل‌نگر به مفهوم اینیاگرام است. تلاش پیوسته او معطوف به اندازه‌گیری عینی صفات و انگیزه‌های روان‌شناختی تیپ‌های شخصیتی بوده است و تا آنجا پیش می‌رود که با دستیار خود «راس هادسون» (۱۹۹۱) شاخص تیپ‌های شخصیتی *نُه‌گانه* «ریسو» و «هادسون» را جهت تعیین و تشخیص نوع تیپ شخصیتی افراد تدوین و هنجاریابی می‌کند. در همین راستا، محققان دیگری یافته‌های تجربی جالبی در زمینه اینیاگرام به‌دست آورده و آثاری در این زمینه منتشر کرده‌اند. *متأسفانه «دان ریچارد ریسو» در سال ۲۰۱۲ میلادی و در حین اینکه ترجمه کتاب حاضر در مرحله ویرایش نهایی جهت چاپ بود، دار فانی را وداع گفت.*

با مرور اجمالی سیر تحولی اینیاگرام، می‌توان گفت که تعریف شخصیت در نظریه اینیاگرام تا حدودی با نظریه‌های سنتی روان‌شناسان متفاوت است. آنها شخصیت را بیانگر آن دسته از الگوهای ثابت رفتاری می‌دانند که اولاً اصول و قواعد مربوط به یک فرد و شباهت‌های موجود بین افراد را بیان می‌کنند. ثانیاً بیانگر آن دسته از خصوصیات فرد هستند که وی را از سایرین متمایز و منحصربه‌فرد می‌سازد. ثالثاً بیانگر آن دسته خصوصیات هستند که در همه انسان‌ها مشترک است. خلاصه اینکه شخصیت، ساختار پویای جنبه‌های ادراکی، انفعالی، ارادی و بدنی انسان است. *حال آنکه محور مرکزی نظریه اینیاگرام در تیپ‌های شخصیتی *نُه‌گانه*، ماهیت یا ذات آدمی است که شخصیت لایه روبنایی آن محسوب می‌شود. ماهیت چیزی است که ذاتاً در ما وجود دارد، همان خویشتن ذاتی یا بستر وجودی ما است. ماهیت یا ذات، بسیار فراتر از شخصیت است. شخصیت چیزی بیش از تجارب مثبت و منفی حاصل از مسائل روزمره نیست و تنها جزئی از دامنه لایتناهی توانایی‌های بالقوه هستی در وجود ما است. خلاصه اینکه ما در حالی ذات و ابعاد اصلی آن را تجربه می‌کنیم که آگاهی ما تحت سلطه شخصیت‌مان است. متخصصان اینیاگرام می‌گویند اگر ماهیت یا ذات، آب باشد، روح، دریاچه یا رودخانه است و شخصیت، امواج روی سطح آن خواهد بود. به عبارتی زیربنای هستی، ذات (آب) است و وقتی شکل پویایی به خود می‌گیرد، ما آن را روح (دریاچه یا رودخانه) می‌نامیم و شخصیت تنها یک بُعد خاص (امواج) از روح است. در ذات و درون هر فرد، نفخه‌ای از صفات قدسی و ربوبیت به ودیعه گذاشته شده است. از*

طرف دیگر، انسان آن قدر در دنیای مادی خود غرق شده است که این سه عنصر حقیقی و ذاتی را فراموش می‌کند. ما نه تنها این ماهیت الهی را درک نمی‌کنیم، بلکه دیگران را به عنوان یک تجلی ربوبی در نظر نمی‌گیریم و با دیگران به مثابه‌اشیائی برخورد می‌کنیم که گویی برای کامروایی ما خلق شده‌اند.

*اینیگرام* به ما کمک می‌کند تا بتوانیم آنچه را که بین ما به عنوان موجودی در جهان هستی و ذات ما (که حقیقت محض است) فاصله افکنده است، به وضوح ببینیم. *اینیگرام* نه روان‌شناسی خشک و بی‌روح است و نه عرفان مبهم و شهودی، بلکه ابزاری جهت تغییر و تحول است که عینیت و بینش روان‌شناسی را به عنوان محل ورود به جهان معنویت و بنیادین مورد استفاده قرار می‌دهد. این کار به وسیله ایجاد بینش‌های بسیار ویژه، در حین شکل‌گیری و تکامل روان‌شناختی انجام می‌شود. بنابراین، یکی از درس‌های پایه و اساسی *اینیگرام*، این است که یکپارچگی وجود از منظر روان‌شناختی و محقق‌شدن روان، دو فرآیند جداگانه نیستند. بدون معنویت، روان‌شناسی نمی‌تواند ما را به ظرفیت وجودی و شایسته‌شأن و منزلت‌مان یا به بالابردن درک‌مان از تماس با ربوبیت برساند. همچنان که به کار خود در جهان هستی ادامه می‌دهیم، آگاه می‌شویم که قسمتی از عالم ربوبی هستیم و تمام چیزهای درون‌مان پیوسته و معجزه‌گونه در حال شکوفا شدن هستند.

در برگردان فارسی کتاب *اینیگرام* تلاش شده است جانب وفاداری به متن و خاستگاه نظریه به‌درستی نگاه داشته شود. لیکن تلاش برای ارائه مطالب قابل فهم و متناسب با فرهنگ، در موارد معدودی بر این وفاداری ترجیح داده شده است. انتظارمان این است که جامعه علمی و دانشگاهی خود را در تلاش برای معرفی نمودن و کاربست آموزه‌های مشاوره‌ای و روان‌درمانی، صاحب حق و سهم بدانند و با انجام پژوهش‌های نقادانه و نقدهای عالمانه برای رونق هرچه بیشتر مفاهیم برخاسته از این دیدگاه تلاش کنند. مفاهیمی که ریشه شرقی دارند و به باورها و اعتقادات الهی مردم این مرز و بوم بسیار نزدیک هستند.

## بخش اول



## **خواننده گرامی:**

برای این که نتایج حاصل از سنجش تیپ شخصیتی شما از اعتبار کافی برخوردار باشند، نیازی نیست که در حال حاضر چیزی درباره تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه بدانید. لطفاً به صفحه ۳۲ مراجعه کنید و به پرسش‌های مطرح شده پاسخ دهید.

# ۱. تیپ‌های شخصیتی چند گانه

## شناخت خودمان و دیگران

تیپ‌های شخصیتی نه گانه (اینیاگرام)<sup>۱</sup> روزانه مورد استفاده میلیون‌ها نفر از افراد در سراسر جهان قرار می‌گیرد؛ به این دلیل که نتیجه‌بخش است. مشخصاً این روش، دقیق‌ترین روش موجود برای فهم خودمان و آنهایی است که برایمان مهم هستند. کاربرد این روش به فهم ما از این که چرا به راحتی نمی‌توانیم با برخی افراد کنار بیاییم، در صورتی که در ارتباط با برخی دیگر خیلی سریع احساس می‌کنیم که دوستان قدیمی هستیم (گویی از خیلی وقت پیش آنها را می‌شناسیم)، کمک می‌کند. فهم تیپ‌های شخصیتی نه گانه (اینیاگرام) شبیه به داشتن عینک مخصوص یا ذره‌بینی است که به ما اجازه می‌دهد اجزاء و لایه‌های درونی افراد را با شفافیت خاصی ببینیم. در واقع، کمک می‌کند که افراد را به همان شفافیتی ببینیم که آنها ما را می‌بینند.

هم‌چنین، بینش و فهم تیپ‌های شخصیتی نه گانه (اینیاگرام) ما را در این امر که بتوانیم زندگی خود را تغییر دهیم یاری می‌رساند، به گونه‌ای که کسانی که این روش را شناخته‌اند، تصور این را نمی‌کنند که حتی یک‌بار نیز لحظه‌ای بدون آن باشند. گویی از زمان تولد دچار کوررنگی<sup>۲</sup> بوده و ناگهان برای اولین بار می‌توانند دنیا را به شکلی ظریف و زیبا درک کنند. آنها برای کنار زدن آنچه عمری جلوی روی‌شان بوده، اما خود را از نظرها محو ساخته است، هیجان زده می‌شوند. تیپ‌های شخصیتی نه گانه (اینیاگرام) چشم‌اندازها و مفاهیم جدید و عمیقی را برای ما باز می‌کند. هرچند، کسب چنین آگاهی و دانشی بدون پرداخت هزینه به دست نمی‌آید. بنابراین، چون ما اینیاگرام را شناخته‌ایم، یک‌بار دیگر نمی‌توانیم به عقب برگردیم و در بی‌خبری پیشین خود باقی بمانیم.

مردم در سراسر جهان با وجود داشتن فرهنگ‌های مختلف به تیپ‌های شخصیتی نه گانه (اینیاگرام) پاسخ می‌دهند، زیرا آنها تجارب خود را به درستی در آن منعکس

1- Enneagram  
2- Color blind

می‌بینند. آنها با کمال میل این روش را به عنوان یکی از مهم‌ترین کشفیات زندگی‌شان می‌پذیرند که به آنها کمک می‌کند، تا به آنچه که از قبل به صورت غیرقابل فهم، مبهم، دو پهلو یا بسیار بد و کاملاً آشفته به نظر می‌رسید دهند. اشخاص به محض این‌که به اصول این سیستم خارق‌العاده مجهز می‌شوند، می‌توانند به‌طور شرافتمندانه در فهم عمیق‌تر از خودشان، انسان‌های هم‌شأن و یا همکار خود سهیم باشند. چه کسی می‌داند آن مزایایی که به عنوان فرآوری جدید حاصل می‌شود، آیا قادر به حصول معرفت و فهم تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه (اینیگرام) در طول زندگی خواهد شد یا خیر؟

علاوه بر این، به همان نسبت که استفاده‌های زیادی برای اینیگرام وجود دارد، افرادی وجود دارند که از آن استفاده می‌کنند؛ آنهایی که تحت روان‌درمانی هستند و یا در یکی از برنامه‌های دوازده‌گانه قرار دارند، این روش را به عنوان منبعی باارزش جهت کسب آگاهی و بینش نسبت به دوره کودکی‌شان خواهند یافت و جوابی به این سؤال که چرا همین شخصیتی که هستند، می‌شوند. اهل سلوک، اینیگرام را یک راهنمای قابل اعتماد برای کشف ابعاد عمیق‌تر تجربه انسانی خواهند یافت. بسیاری از ما با استفاده از این روش در روابط صمیمی خود با دیگران، از فهم بیشتر درباره خود و طرف مقابل (همسر، همکار و ....) سود خواهیم برد. تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه (اینیگرام) می‌تواند به ما در فهم این‌که چه چیزی باعث می‌شود طرف مقابل ما (همسر، شریک، همکار و ....) طوری رفتار کند که ما را گیج و سردرگم کند، یاری می‌رساند یا این‌که نشان می‌دهد که چه چیزی برای ارتباط مؤثر و حل تعارض مورد نیاز است. هم‌چنین، فهمیدن آن به ما کمک می‌کند تا پذیرش و همدلی بیشتری در روابطمان و نیز آگاهی و بینش بیشتری در محدودیت‌های زمانی و مکانی و مرزهایی (بایدها و نبایدها) که نیاز به آماده‌بودن دارند، به‌دست آوریم. یادگیری برای فهمیدن طرف مقابلمان (همسر، همکار و ....) بهترین راه برای نگه‌داشتن یک رابطه قوی و پویا است. هم‌چنین، فهم همدلانه خویشتن (نیازها، خواسته‌ها، ترس از ابراز وجود و غیره)، بهترین راه برای حفظ بهداشت روانی خودمان است.

از زمانی که اینیگرام به یک ابزار روان‌شناختی و روحی اساسی تبدیل شد، به همان نسبت کاربردهای عملی بالایی برای کار و تجارت به‌دست آورد، چرا که آگاهی و بینش آن معطوف به هدف می‌باشد. بسیاری از مراکز تجاری و سازمان‌ها، برای افزایش عملکرد کارمندان و در نهایت برای سودآوری خود، اینیگرام را در روش‌های مدیریتی مورد



استفاده قرار می‌دهند. آنها کشف کرده‌اند که می‌توانند از طریق به کار بردن اینیاگرام به عنوان یک ابزار ارتباطی، از وقت‌کشی زیاد و سوءمدیریت‌رهایی‌یابند. شرکت‌ها اینیاگرام را برای استخدام بهترین شخص ممکن برای به عهده گرفتن شغل‌های خاص، آموزش مدیران برای مدیریت مؤثرتر بر کارمندان، برای خدمت به مشتری، شفاف‌سازی تصویر شرکت یا ایجاد توانایی در فروشندگان جهت سودآوری بیشتر، مورد استفاده قرار می‌دهند. در میان کاربردهای متعدد اینیاگرام، انبوه‌سازی، بازاریابی، حل تعارض، تحول مدیریتی را می‌توان به منزلهٔ زمینه‌های مؤثرتر استفاده از آن در دنیای تجارت دانست. سازمان‌های بزرگی از جمله: آموکو، تویوتا، سونی، کداک، خطوط هواپیمایی آل‌ایتالیا و کال.ام<sup>۱</sup> هلند، جنرال موتورز، بویینگ و ... از اینیاگرام استفاده کرده‌اند.

## اینیاگرام چیست؟

تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه (اینیاگرام) عبارت است از یک شکل هندسی که ۹ تیپ اصلی شخصیت، ماهیت انسانی و روابط بین‌فردی<sup>۲</sup> پیچیدهٔ شخص را ترسیم می‌کند. هریک از این تیپ‌ها در ارتباط با دیگران روش خاص خود را دارند؛ مجموعهٔ خاص از ادراکات، اشتغالات ذهنی، ارزش‌ها و دیدگاه‌های فرد به زندگی. ارتباط با هرکس متفاوت، اما قابل فهم است. اینیاگرام به هر کس کمک می‌کند تا بفهمد که ۹ نقطه‌نظر متفاوت، ۹ مجموعهٔ متفاوت از ارزش‌ها، ۹ سبک ارتباطی متفاوت، ۹ روش حل مسأله و الی آخر وجود دارد که تمامی آنها به‌طور مساوی مفید و پایا هستند. تمامی تیپ‌ها عناصری لازم برای کامیابی انسان و جهانی متعادل هستند.

همانند تیپ‌شناسی، اینیاگرام به انسان کمک می‌کند تا الگوهای کلی در رفتار انسان را بازشناسی کرده و آنها را بفهمد. رفتارهای بیرونی، نگرش‌های اساسی<sup>۳</sup>، احساس منحصربه‌فرد شخص از خویشتن خود، انگیزه‌های خودآگاه و ناخودآگاه، واکنش‌های هیجانی، مکانیسم‌های دفاعی، روابط شیئی<sup>۴</sup>، آنچه که بدان می‌پردازیم، توانایی‌های بالقوه و موانع سرراه معنویت ما (و بسیاری چیزهای دیگر)، قسمت‌هایی مهم از الگوی پیچیده‌ای هستند که هر تیپ شخصیتی را شکل می‌دهند. هرچند که اینیاگرام ماهیت انسان را به ۹ تیپ اصلی شخصیت تقسیم کرده است، ولی چندین زیرمجموعه و متغیر

1- KLM

2- Interrelationships

3- Underlying Attitudes

4- Object Relations

نیز در این طبقه‌بندی نه تپ شخصیت وجود دارد. حتی با تمام این تفاوت‌های ناچیز، اینیگرام را نمی‌توان برای تمامی جنبه‌های ماهیت انسان برشمرد. همواره باید به‌خاطر داشته باشیم که اینیگرام نمی‌تواند شما را در یک چارچوب قرار دهد؛ بلکه چارچوبی را که از قبل در آن قرار داشتید (ولی آن را نمی‌شناختید) و راه‌های خروج از آن چارچوب را به شما نشان می‌دهد.

علاوه بر این، هرچند همیشه نظریات مربوط به تپ‌های روان‌شناختی نمی‌توانند تمام چیزها را درباره دیگران به ما بگویند، اما کمک می‌کنند تا تفاوت‌های معنی‌داری را که بسیار مفید هستند، به‌دست آوریم. برای مثال، مردم به‌طور کلی بر این باورند که دیگران به همان صورتی فکر می‌کنند که خودشان فکر می‌کنند؛ آنها اغلب می‌پندارند که دیگران دارای همان انگیزه‌ها، ارزش‌ها و اولویت‌هایی هستند که خود دارند. اگرچه این ادعا به هیچ وجه درست نیست؛ با این وجود، وقتی تپ شخصیتی به‌درستی فهمیده شود، ارتباطات به‌طور فزاینده‌ای مؤثر واقع می‌شوند، زیرا مردم شروع به بازشناخت و ساخت مفهوم گوناگونی و متفاوت بودن فرد انسان‌ها می‌کنند. به این ترتیب ما یاد می‌گیریم به کسانی که شبیه ما نیستند، احترام بگذاریم و با آنها با شفقت و مهربانی و گذشت رفتار کنیم.

## اینیگرام چگونه توسعه پیدا کرد؟

برای اولین بار تپ‌های شخصیتی نه‌گانه (اینیگرام) به‌عنوان یک نماد<sup>۱</sup>، توسط معلم روحانی یونانی-ارمنی جورج ایوانوویچ گورجیف<sup>۲</sup> در حدود اوایل قرن بیستم وارد دنیای مدرن شد. تپ‌شناسی کنونی که به همراه این نماد آمده است، به‌وسیله اسکار ایچازو<sup>۳</sup> مؤسس مدرسه «درک خویشتن» آریکا<sup>۴</sup> در سال ۱۹۵۰ الی ۱۹۶۰ توسعه پیدا کرد. ایچازو برای توسعه اصول بنیادین نظریه اینیگرام، مجذوب فلسفه کلاسیک یونان و عقاید معنوی باستان در عرفان یهودیت و مسیحیت گردید. ایچازو به سال ۱۹۷۰ در شهر آریکا در کشور شیلی<sup>۵</sup> اینیگرام را به تعدادی از دانشجویان آموزش داد. بعضی از این شاگردان از جمله کلودیو نارانجو<sup>۶</sup> که از روانپزشکان برجسته گشتالتی بود، بلافاصله اینیگرام را به ایالات متحده آمریکا برد. در طول تنها چند سال، آگاهی از

1- Symbol

2- George Ivanovitch Gurdjieff

3- Oscar Ichazo

4- Arica

5- Chile

6- Claudio Naranjo

قدرت تیپ‌شناسی این روش بالا گرفت و به سرعت در آمریکای شمالی گسترده شد. در سال ۱۹۷۳، دان ریسو<sup>۱</sup> از نقطه‌نظر روان‌شناسی شروع به توسعه آن کرد و بینش و یافته‌های خود را به آن مجموعه از دانش پایه اضافه کرد. راس هادسون<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۸ به دان ریسو ملحق شد و هر دو تا هم‌اکنون در ارتباط با این سیستم می‌نویسند و آموزش می‌دهند.<sup>۳</sup>

یکی از جنبه‌های اصلی کار ما در اینیاگرام، تلاش در جهت تطابق یافته‌های مان با دستاوردهای روان‌شناسی مدرن بوده است. در کتاب *فهم و درک اینیاگرام*<sup>۴</sup>، نشان دادیم که اینیاگرام با ویژگی خاص خود و جامعیت و ظرافت خود به روان‌شناسی مدرن ملحق گردیده و بینش و بصیرت معنی‌داری به آن داده است. اینیاگرام مشاهدات مربوط به ماهیت انسان را از طریق یکپارچه‌سازی آنچه که پیش از این کشف شده است و نیز از طریق نشان دادن مسیرهای جدید پژوهش، سازمان‌دهی می‌کند. از طریق تراش الماسه (شکافت دقیق) خطوط طولی داخلی روان، اینیاگرام زیرمجموعه‌هایی را به ما نشان می‌دهد که واقعاً آنها را در زندگی روزمره خود می‌یابیم. بسیار جالب این‌که، این سیستم که بر اساس عقاید فلسفی باستان و مشاهدات تجربی بنا گردیده است، بسیاری از یافته‌های *راهنمای طبقات تشخیصی و آماری بیماری‌های روانی*<sup>۵</sup> توسط انجمن روان‌پزشکی آمریکا (چاپ چهارم) را پیش‌بینی می‌کند.

## چه چیز نوع تیپ شخصیتی ما را می‌سازد؟

یکی از اصول اولیه که دربارهٔ اینیاگرام باید فهمید، این است که ما خود را در تمام تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه منعکس یافته بیابیم. از یک نقطه‌نظر، تیپ‌های شخصیتی استعاره‌هایی هستند برای عملکردهای روان‌شناختی گوناگونی که در هر یک از ما به کار می‌افتد (به فصل ۷ مراجعه شود). ما در یکی از این نه تیپ شخصیتی رشد می‌کنیم، زیرا خودآگاه ما عمدتاً در نتیجهٔ وراثت و تجارب دوران کودکی مان رشد یافته است. با

1- Don Riso

2- Russ Hudson

۳- برای کسب اطلاعات بیشتر دربارهٔ تاریخ و انتقال اینیاگرام و در مورد گورجیف، ایچازو و گسترش بیشتر سیستم، به کتاب تیپ‌های شخصیتی، چاپ تجدید نظر شده (صص ۲۶-۱۱) و کتاب حکمت اینیاگرام (صص ۲۶-۱۹) مراجعه کنید. برای مراجعه کنید. از آنجا که این کتاب حاوی کتاب‌شناسی کاملی دربارهٔ اینیاگرام و موضوعات مرتبط است، اطلاعات یادشده در اینجا آورده شده است. صحبت در مورد آموزش‌های اولیهٔ اینیاگرام، به کتاب *درک و فهم اینیاگرام*، چاپ تجدید نظر شده (صص ۶۵-۳۱)

4- Understanding the Enneagram

5- Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders

این وجود، تیپ شخصیتی ما عمدتاً ذاتی (فطری) است و از چیزی که روان‌شناسان آن را خلق و خو یا سرشت<sup>۱</sup> می‌نامند، منتج شده‌است. مادران این را خوب می‌دانند که کودکان کاملاً از هم متفاوت‌اند؛ حتی وقتی هنوز در شکم مادر هستند<sup>۲</sup>. کودک سپس از قدرت سرشت خود به‌عنوان یک روش اساسی برای مواجهه با استرس‌های محیطی، استفاده می‌کند. اما در فرآیند سازگار شدن، کودک به صورت ناخودآگاه انواع مختلف مکانیسم‌ها و ساختارهای روانی را در بازی‌ها به اجرا درمی‌گذارد، که به احساس امنیت او کمک می‌کنند، اما احساس هویت او را محدود می‌کند. به‌عبارتی، رشد شخصیت کما بیش همانند دفاعی علیه محیط اولیه<sup>۳</sup> ما و یک واکنش تطابقی با آن است. هشت نوع دیگر شخصیت (که ما کم و بیش در طول زندگی خود داریم) انرژی‌های بالقوه<sup>۴</sup> دیگر روان ما را نشان می‌دهد و شامل قسمت مهمی از همین کسی که هستیم، است.

### اینیاگرام چگونه به رشد ما کمک می‌کند؟

اما چگونه سیستمی از تیپ‌های شخصیتی به ما کمک می‌کند تا خویشتن خود را آزاد سازیم؟ آیا ما بیشتر از یک تیپ ساده شخصیتی داریم؟ جواب مثبت است. انسان موجودی پیچیده و اسرارآمیز است، اما در واقع، شخصیت ما ابتدا بر اساس الگوها و عادت‌های تکراری است. شخصیت‌های ما تمام روان ما نیستند، اگرچه آنها به‌طور فوق‌العاده‌ایی از این نظر مهم هستند که تأثیر بزرگی در سبکی که دنیا را می‌بینیم و با آن تعامل داریم، می‌گذارند. بنابراین، شخصیت یک نوع فیلتر است که به صورت بالقوه، ما و آزادی‌مان را محدود می‌کند. با نشان دادن ویژگی‌های اصلی و موانع و معایب ساختار روانی، اینیاگرام می‌تواند در جهت آمادگی برای یک جهت‌گیری بسیار عمیق و ارتباط معنوی با واقعیت به ما کمک کند. درست زمانی که بسیاری از مردم به زندگی معنویت-محوری علاقه دارند، بسیاری از ما نیز وقت یا فرصتی برای انجام درست تمرین مراقبه یا مشاهده خود نداریم. برای بسیاری از ما، یک مکتب معنوی مورد اعتماد که بتواند ما را به‌سوی مسیرمان رهنمود سازد، در دسترس نیست.

#### 1- Temperament

۲- دکتر دیوید دانیلز، روانپزشک بازنشسته استنفورد خاطرنشان ساخته است که در طی مطالعه‌ای توسط دکتر الکساندر توماس و دکتر استلاچس در دانشگاه نیویورک، بدون هیچ‌گونه شناختی از اینیاگرام، نه‌الگوی اصلی خلق-وخو به روش‌های تجربی در کودکان به‌طور جداگانه مورد نقد و بررسی قرار گرفتند. این مطالعه بزرگ، مطالعه طولی نیویورک نامیده می‌شود.

اینیگرام می‌تواند از طریق نشان دادن بسیاری از موانع و معایب‌مان همانند نقاط قوت‌مان، به ما در آماده‌کردن خود برای کندوکاو درونی روان‌مان کمک کند. اینیگرام کمک می‌کند تا دلیل وقت گذاشتن‌های معمول روزانه برای مراقبه یا تمرین مفاهیم اصولی معنویت را بفهمیم، به طوری که بتوانیم منابع لازم برای دگرگونی و آزادی را فراهم کنیم.

در فرایند آموزش اینیگرام به هزاران نفر طی سالیان دراز، ما بارها مشاهده کرده‌ایم که کلید تغییر و تحول درونی، با میزان ظرفیت و توانایی ما برای حضور در زمان حال، حضور کامل و عمیق در اکنون و اینجا و درگیر شدن با آن با تمام وجود (ذهن، قلب، بدن) خود میسر است. در حالی که بسیار ساده و شفاف به نظر می‌رسد، اما مانع دشواری در خودآگاهی بیشتر و در هماهنگی بودن با لحظه حال وجود دارد. علت آن این است که شخصیت ما اصلاً دوست ندارد که در زمان حال بماند.

در واقع، شخصیت همیشه ما را در جای دیگری به تصویر می‌کشد، حتی اگر تصور ما از خودمان به صورت انسانی واقعی و عملگرا باشد. افکار کلیشه‌ای ما، واکنش‌های هیجانی، خیال‌پردازی‌ها در مورد آینده و باورهای دیرینه در مورد این‌که اینک ما چه کسی هستیم و این‌که دیگران با ما چه کرده‌اند، هشیاری ما را مکدر کرده و ظرفیت ما را برای بیداری کامل و شناسایی واقعیت، محدود ساخته است. ولی با این وجود، شکستن الگوهای کهنه و قدیمی بسیار مشکل است، زیرا در واقع ما کاملاً از آنها غافل هستیم. ساز و کارهای شخصیت‌مان برای ما نامرئی هستند. بنابراین، ما نیاز به یافتن راهی داریم که به وسیله آن، از وضعیت حقیقی و واقعی خودمان آگاه شویم و نسبت به صدای وسوسه‌انگیز شخصیت، هشیاری داشته باشیم.

شگفت‌انگیز این‌که، همان‌طور که بدون بصیرت و تفکر قادر به آوردن هشیاری در واکنش‌های شخصیت‌مان هستیم، ادراک ما حساس‌تر شده و شروع به کشف قسمت بسیار بزرگی از خودمان می‌کنیم که تعارض‌برانگیز، خود-فرینده یا ترسناک نیست. همان‌طور که نسبت به جنبه‌های مکانیکی شخصیت‌مان (که الگوهای دفاعی، واکنشی و خودکار ما هستند) آگاهی بیشتری پیدا می‌کنیم، کمتر و کمتر تحت کنترل آنها قرار می‌گیریم. با استفاده از عادت‌های شخصیتی‌مان، برای بودن در زمان حال و باقی ماندن در آن، درحین این‌که واکنش‌ها و عادات شخصیتی خود را مشاهده و احساس می‌کنیم، ما به تدریج آماده پذیرش آزادی واقعی و آرامش درونی می‌شویم. در نتیجه، تناقض

اینجا است که: ما به این دلیل اینیگرام را مطالعه می‌کنیم که از چگونگی و نحوه کارکرد شخصیت خود آگاه شویم تا بتوانیم از آن رهایی یابیم.

## هدف واقعی اینیگرام

زمانی که لازم می‌شود تیپ غالب یا واقعی خود را مشخص کنیم، بهتر است که از تیپ‌بندی خود دچار پریشانی نشویم و اهداف واقعی اینیگرام را به‌خاطر بسپاریم. اول این‌که، به یاد آوریم که ما یک اینیگرام کلی داریم که در درون ما است. وقتی که از تیپ خود صحبت می‌کنیم، لازم است تصور کنیم که این تیپ غالب (اصلی) ما و مجموعه‌ای از پیش‌فرض‌ها و هسته انگیزشی ما می‌باشد. تفکر به منظور دانستن، بسیار ارزشمند است و می‌تواند از طریق آگاه کردن ما از آنچه که سائق اصلی یا محوری در برنامه کاری ایگو (خویشتن واقعی) ما است، در رشد ما کمک‌کننده باشد. به عبارت دیگر، ما ویژگی‌های تمامی ۹ تیپ شخصیتی را لحظه به لحظه آشکار می‌سازیم. خلاصه این‌که، ما تمامی ۹ تیپ شخصیتی را دارا هستیم.

دوم این‌که، به‌خاطر بسپاریم، دلیل کسب اطلاع ما از نوع اینیگرام خود، این است که به ما یادآوری می‌کند وقتی به نظاره شخصیت خود می‌پردازیم و توجه ما به واکنش‌ها و اشتغال‌های ذهنی خاص جلب می‌شود، به زمان حال برگردیم. وقتی که دانش خود از تیپ‌های شخصیتی را در این مسیر مورد استفاده قرار می‌دهیم، آنها به جای محصور کردن ما در هویت سابق یا اولیه‌مان، ما را آزاد می‌سازند. به همان نسبت که کشف تیپ شخصیتی مان اهمیت پیدا می‌کند، اشتیاق بیشتری نیز برای مشاهده عملکرد آن پیدا می‌کنیم. در واقع، صرف نظر از این‌که دستاورد ما چیست، کشف تیپ شخصیتی مان تنها ما را با چالش عمیق‌تر و مشاهده جرات‌مندانه خودمان، همان‌طور که واقعاً هستیم، رو به رو می‌سازد. انتقال و دگرگونی بدون شور و اشتیاق جهت حرکت ماهرانه لحظه به لحظه شخصیت مان، نمی‌تواند رخ دهد. تا زمانی که ما یاد می‌گیریم به مشاهده خود بپردازیم، یافتن تیپ خودمان (از طریق اینیگرام یا هر سیستم دیگری) برچسب‌های بیشتری که می‌توانیم از خودمان پنهان کنیم را به ما خواهد داد. و اگر فقط به یافتن تیپ شخصیتی خود اکتفا کنیم و جلوتر نرویم، اینیگرام تنها می‌تواند مانع رشد ما شود.

سوم این‌که، در عمل مشاهده خودمان به‌طور عینی و شفاف، ما را قادر می‌سازد که تا اندازه‌ای از خود رها شویم. زمانی که اجازه می‌دهیم زیبایی و لطافت موجود، ما را لمس کند، در همان لحظه یک احتمال جدید خلق می‌کنیم. ما در اعماق وجودمان

کشف می‌کنیم که خودمان نیستیم یا در تیپ شخصیتی خود نیستیم. وقتی این حقیقت را تجربه می‌کنیم، دگرگونی و تغییر امکان‌پذیر می‌شود. بدون تلاش برای انجام هرکاری جهت تثبیت خود و کسب آگاهی نسبت به زمان حال، کیفیت بیشتری در احساس کارآمدی به وجود می‌آید و شخصیت ما از شکوه و شکایت نسبت به خودمان دست برمی‌دارد. به همان نسبت که ما بیشتر از شخصیت خود رهایی می‌یابیم، ذات یا ماهیت ما ابعاد مختلف خود از قبیل: پذیرش، عشق، اصالت، بخشش، شفقت و مهربانی، شجاعت، شادی، قدرت و هیبت و دیگر تجلیات معنوی انسانی را بیشتر نشان می‌دهد. حرکت به سوی ماورای شناخت صرف ما از تیپ خود، در جهت توانایی دیدن خودمان به همان صورتی که هستیم. ماهیت و ذات، جانشین شخصیت می‌شود و ما کشف می‌کنیم که: می‌توانیم به صورت متفاوتی زندگی کنیم؛ کشف می‌کنیم که می‌توانیم آزاد و رها باشیم.

در پایان، اینیگرام (تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه) می‌تواند یک نقشه ارزشمند تلقی شود که نشان می‌دهد در کجا می‌توان گنج پنهان در اعماق خویشتن را پیدا کرد. خاطر نشان می‌شود که مسیر هر تیپ به سوی خودشکوفایی، یکی از پرمحتواترین و ارزشمندترین دستاوردهای اینیگرام است. اما اینیگرام تنها یک نقشه راهنما است و در صدد این است که ما سفر را آغاز کنیم. فقط با وجود آن می‌توانیم چالش‌ها، ماجراها و یا مخاطرات زندگی روزانه خود را بپذیریم. اینیگرام دروازه معنویت و رهایی، عشق و آزادگی، خود-پذیرشی و خود-شکوفایی را برای ما می‌گشاید. به محض این که ما به سرزمین ناشناخته‌ها پا می‌گذاریم، شروع به بازشناخت خویشتن اصیل و راستین، خویشتنی فراتر از شخصیت و خویشتن ذاتی خود می‌کنیم. البته این خویشتن نمی‌تواند توسط پرسشنامه مورد آزمون قرار گیرد و تنها از طریق زندگی و قرارگرفتن در متن آن است که می‌تواند محک بخورد.

## شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون<sup>۱</sup> (RHETI)

اگر بخواهیم اینیگرام را برای خویشتن‌شناسی یا فهم خود، برای روابطمان یا برای کاربردهای عملی مورد استفاده قرار دهیم، می‌بایست بتوانیم که تیپ شخصیتی غالب خودمان را به درستی (به همان کیفیت تیپ‌های شخصیتی غالب دیگران) ارزیابی کنیم. پرسشنامه موجود در این کتاب، شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون

1- Riso-Hudson Enneagram Type Indicator (RHETI)

(ویراست ۲/۵) است که برای این منظور ابزار مناسبی می‌باشد. آنهایی که از قبل با اینیاگرام آشنا شده‌اند، به‌طور شهودی احساس می‌کنند که این سیستم خوب کار می‌کند. RHETI تلاش می‌کند تا از طریق تحقیق، تیپ‌های نه‌گانه را به‌صورت تجربی مکمل الهام درونی کند. اگر اینیاگرام به‌طور بسیار گسترده شناخته شود، اعتبار شهودی آن به‌وسیله شواهد محکم تجربی اثبات خواهد شد. این پرسشنامه به‌عنوان قدمی به‌سوی اعتبار علمی اینیاگرام به‌صورت یکپارچه، پیشنهاد می‌گردد.

### اعتبار علمی و محدودیت‌های این پرسشنامه با دیگر آزمون‌های روان‌شناختی

هدف نهایی ساخت و گسترش RHETI تنها نشان دادن راهی میانبر به مردم برای تعیین تیپ شخصیتی‌شان نبود. اگر اینیاگرام برای فایده‌عموم و پذیرش علمی تداوم یابد، اعتبار تجربی این سیستم، ضروری و داشتن یک پرسشنامه پایا، لازم است. این فرآیند توسط اولین اعتباریابی مستقل از این آزمون (استاندارد شناخته شده در این زمینه) حمایت شد و با مطالعات اعتباریابی بیشتر و تحولات متعاقب آن، گستره آزمون شتاب خواهد گرفت.

اما پرسشنامه اینیاگرام (یا در واقع، هر پرسشنامه‌ای که به قصد کمک برای کشف تیپ شخصیت‌مان طراحی شود) نمی‌تواند به‌تنهایی، خودآگاهی واقعی و کاملی را ارائه دهد. در بهترین حالت، یک آزمون اینیاگرامی، می‌تواند شواهدی درباره تیپ شخصیتی غالب شما به‌دست دهد. هنگامی که ما حداکثر تلاش خود را برای اجرای آزمون RHETI به‌عنوان ابزاری معتبر و پایا به‌کار می‌بریم، بهتر است بعضی از محدودیت‌های ذاتی در استفاده از آزمون جهت تعیین تیپ شخصیتی را به‌خاطر آوریم.

بعضی از محدودیت‌ها در ماهیت هر آزمونی که به‌صورت خود - سنجی اجرا می‌شود، ذاتی است. هیچ آزمون این‌چنینی نمی‌تواند بدون خطا، یا صد در صد درست باشد. بعد از چندین سال تجربه و آشنایی با ساختار یا سازه آزمون (از طریق مطالعات روان‌سنجی معتبر)، این نتیجه کسب شد، واقعاً غیر ممکن است که ضریب پایایی بیشتر از ۸۵ تا ۹۰ درصد باشد و هرگونه ادعایی از سوی فردی که آن را اجرا می‌کند، شک‌برانگیز خواهد بود. در بخش ضمیمه این کتاب، نتایج یک مطالعه علمی، از اجرای مستقل RHETI توسط دکتر ربکا نیوجنت<sup>۱</sup> به‌عنوان رساله<sup>۲</sup>، دکتری در دانشگاه آکرون<sup>۳</sup> حکایت دارد. مقصود استفاده از این مطالعه، انجام اصلاحات بیشتر در مورد این آزمون

1- Rebecca Newgent  
2- University of Akron



است و امیدواریم که این کار، ما را به سوی مطالعات اعتباریابی بیشتر آزمون RHETI رهنمون سازد. در هر مورد، یافته‌های دکتر نیوجنت بسیار دلگرم‌کننده بوده و RHETI را در محدودهٔ آزمون‌های روان‌شناختی موفق و ماندگار قرار داده است.

اما به‌رغم پایایی کافی در ساختار یا سازهٔ آزمون، هنوز چالش‌های دیگری باقی مانده است. یکی از محدودیت‌های اولیه یا اساسی در هر آزمون شخصیتی بر مبنای خود-سنجی، این است که آزمودنی برای اجرای آزمون تا حدودی خودآگاه می‌شود، با این وجود، این همان چیزی است که نادر است. اغلب بسیاری از مردم به دلیل عدم خودآگاهی، وقتی دربارهٔ نگرش‌ها و رفتارهای خود مورد پرسش قرار می‌گیرند، از پاسخ به این‌که چه چیز دربارهٔ آنها حقیقت دارد، سرگشته یا ناتوان هستند. مشکل عمده، این واقعیت است که هر کدام از ما یک خود-انگارهٔ اصلی از خود داریم که تمام چیزهای مربوط به ما را در بر نمی‌گیرد. برای مثال، ممکن است من بسیار پرخاشگرتر از آنچه نشان می‌دهم، باشم یا ممکن است به همان حساسیت، علاقه‌مندی، قابل‌اعتمادی یا گشاده‌رویی که خود-انگارهٔ من باور دارد، نباشم. یکی از ارزش‌های اینیگرام یاری رساندن به ما برای اصلاح تصورات و برداشت‌های تحریف‌شده دربارهٔ خودمان است. اما تا وقتی که نتوانیم نقاط ضعف خودمان را بشناسیم، خواه در درون خودمان، خواه در یک آزمون، قادر به بازشناسی آنها نخواهیم بود.

همچنین، ماهیت برخی از تیپ‌های شخصیتی آن است که در همانندسازی خود با دیگران دارند. سه تیپ نخستین (تیپ‌های ۳، ۶، ۹) احتمالاً بیشترین مشکل را در این زمینه دارند، چون هویت خود را به همانندسازی با دیگران گره می‌زنند. زندگی آنها وابسته به دیگران است، که این وابستگی از طریق واکنش‌های خیالی یا حقیقی دیگران نسبت به آن‌ها شکل می‌گیرد. در هر دو صورت، چون نمی‌توانند خود را به‌درستی یا آن‌طور که هستند، ببینند، تکمیل پرسشنامه برای‌شان بسیار مشکل است. البته تمامی تیپ‌ها به دلیل خود-فریبی، خود-توجیهی و تمایل به خوب نشان دادن خود، مشکلات دیگری را نشان می‌دهند. این موضوع به‌ویژه زمانی صادق است که آزمون در محل کار (اداره، کارخانه، مدرسه و ...) اجرا شود. مردم احتمالاً وقتی به این طریق پاسخ می‌دهند که باور داشته باشند. پاسخ‌های مردم احتمالاً به گونه‌ای است که فکر می‌کنند از آن‌ها انتظار می‌رود، نه آن‌طور که واقعاً احساس می‌کنند.

البته دیگر آزمون‌های خود-سنجی محدودیت‌ها و خطرات نامحسوس دیگری

دارند؛ ممکن است افراد پرسش‌ها یا تمام صفحات را روزنامه‌وار بخوانند یا از آنها رد شوند و یا احتمال دارد در جمع‌زدن نمرات آزمون دچار اشتباه شوند. گاهی معانی واژگان را نمی‌فهمند و یا نمی‌توانند آنها را بخوانند یا دستورالعمل‌های آزمون را کامل نمی‌خوانند و یا بی‌صبر و حوصله شده و به سؤالات، پاسخ‌های سرسری و دیمی می‌دهند. خطاهای دیگر بسیار ظریف و نامحسوس هستند: درحالی‌که بسیاری از پاسخ‌دهندگان نسبت به دادن پاسخ درست به سؤالات آزمون خودآگاهی ندارند، دیگران ممکن است نوع تیپ شخصیتی خود را به‌خوبی تشخیص داده و بتوانند به گونه‌ای به سؤال‌ها پاسخ دهند که منجر به تشخیص تیپ شخصیتی دلخواه و مورد نظر آنان در آزمون شود. افراد دیگر ممکن است سؤال‌ها را بیش از حد تحلیل کنند و با موشکافی و پرداختن به جزئیات غیرضروری و تمرکز بر روی موقعیت‌های تخیلی ارائه‌شده، گیج شوند و به این نتیجه برسند که هر دو گزینه در مورد آنها صادق است. وقتی که تمامی منابع بالقوه خطا در اجرای آزمون‌های روان‌شناختی را در نظر بگیریم، استفاده از این آزمون‌ها (اعم از RHETI) سؤال‌برانگیز می‌شود.

به‌رغم این مشکلات، RHETI دامنه ۸۲-۵۶ درصدی را برای تعیین تیپ شخصیتی غالب یا اصلی فرد، به‌درستی تشخیص می‌دهد. وقتی کتاب‌های اینیاگرام را به‌دقت مطالعه کنیم و به کارگاه‌های آموزشی اینیاگرام می‌رویم، احتمالاً بیشترین پایایی برای تعیین تیپ غالب به‌دست می‌آید. باین‌حال، بسیاری از مردم دوست دارند که از طریق یک شاخص پایا و درست از تیپ شخصیتی، دست به سفر خودشناسی بزنند. آزمون‌ها می‌توانند حداقل از ۹ تیپ به ۲ یا ۳ تیپ تقلیل یابند. در آخرین تحلیل، یافتن تیپ غالب شما نهایتاً منوط به مشاهده صادقانه خویشتن در طولانی‌مدت یا به صورت مکرر است.

بینش و آگاهی حاصل از طریق آزمون، کارگاه‌های آموزشی، کتاب و یا یک معلم اینیاگرام باید صرفاً به‌عنوان شواهد تأییدکننده در فرآیند خودشناسی مورد استفاده قرار گیرند. احمقانه است توقع داشته باشیم که هر روشی، تنها روش برای کشف تیپ شخصیتی غالب یا اصلی مان باشد. بایستی قبل از این‌که به نتیجه نهایی برسیم مسئولیت دریافت این‌که چه کسی هستیم، همیشه به عهده خود ما است. باید آگاهی و بینش از هر روشی را به همراه تمامی شواهد قابل دسترس را در نظر بگیریم. صحبت با دوستان، مطالعه شرح و توصیف تیپ‌های شخصیتی، حضور در کارگاه‌های آموزشی و دیگر موارد ذکر شده، خویشتن‌نگری در طی یک دوره زمانی مشخص، بهترین راه برای کشف درست و مطمئن تیپ شخصیتی شما می‌باشد.

## تفاوت بین نسخه یا ویرایش اولیه کتاب «کشف تیپ شخصیتی خود» و چاپ سوم یا جدید

هنگامی که چاپ اول و دوم این کتاب برای خوانندگان اینیگرام آماده می‌شد، دریافتیم که مردم عمدتاً کتاب را برای تست کردن خود خریداری می‌کنند و متن تفسیری یا تحلیلی آن بلااستفاده می‌ماند. در همان حال، ما دریافتیم که برای استفاده بهتر کسانی که تازه با اینیگرام آشنا می‌شوند، کتاب نیاز به مقدمه‌ای ساده و جدید جهت معرفی تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه دارد. هم‌چنین، برای ویرایش آخرین چاپ کتاب کشف تیپ شخصیتی خود، علاوه بر تصحیح، اقدام به تغییراتی در متن آزمون کردیم که در نتیجه آن ویراست ۲/۵ آزمون که به نسبت کامل و دقیق بودند، آماده گردید. این ویرایش از نظر علمی مورد مطالعه قرار گرفت و معتبر بود.

با این توصیف، چاپ جدید این کتاب همراه با آزمونی معتبر و مقدمه کامل‌تر، منطقی به نظر می‌رسد. آرزوی ما این بود که در جدیدترین ویرایش این کتاب، خوانندگان بدون مراجعه به مفاهیم پیچیده‌تر و جزئیات ریز و ظریف اینیگرام که در کارهای دیگر خود توصیف کرده بودیم، نیز بتوانند از طریق این کتاب به تمامی نیازهای خود جهت کشف خویشتن خود دست یابند.

در نتیجه، بعضی از مطالب تفسیری را حذف کرده و مقدمه‌های کامل‌تری برای ۹ تیپ شخصیتی را به عنوان مبانی و اصول سیستم، جایگزین آنها کردیم. توصیف‌های مربوط به ۹ تیپ شخصیتی، در آخرین ویرایش با اصلاحات بیش از ۲۵۰۰ لغت جایگزین گردیده است. در ویرایش تازه کتاب، خواننده می‌تواند خودش بیازماید و بلافاصله به بخش توصیف تیپ‌های شخصیتی مراجعه کرده و نکات مهمی که برای شناخت تیپ خود لازم دارد را مطالعه کند. هم‌چنین، مطالب جدیدی را برای پیشبرد بیشتر دانشجویان لحاظ کردیم؛ آنهایی که با دیگر کتاب‌های ما آشنا هستند، از طریق بررسی فصل‌های مربوط به تیپ‌شناسی و سایر قسمت‌ها در این نسخه، رضایتشان جلب گردد.

## ۲. راهنمای استفاده از شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون (RHETI)

فرم کوتاه شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون<sup>۱</sup> شامل ۳۶ عبارت دوگزینه‌ای است<sup>۲</sup>. این یک آزمون با انتخاب اجباری است: لازم است در هر عبارت تنها گزینه‌ای که شما را به‌خوبی توصیف می‌کند، انتخاب کنید. ممکن است احساس کنید که تنها یکی از دو گزینه، یا برعکس، هر دو گزینه خصوصیات شما را به نسبت یکسان توصیف کرده است. با وجود این، بایستی سعی کنید گزینه‌ای را انتخاب کنید که توصیف دقیق‌تری از شما به‌دست می‌دهد.

شما می‌توانید آزمون را به چند روش مختلف اجرا کنید؛ اگرچه ما دریافته‌ایم که درست‌ترین روش اجرای آزمون، روش گذشته‌نگر است، همان‌گونه که در طول زندگی بوده‌اید (به این معنا نیست که شما آزمون را طوری تکمیل کنید که گویی در زمان کودکی هستید، بلکه آن را چنان تکمیل کنید که گویی در زمان نوجوانی هستید).

با زدن علامت X در جدول سمت چپ عبارات، گزینه مطلوب را انتخاب کنید. برای مثال، اگر احساس می‌کنید که عبارت «من پرتقال را ترجیح می‌دهم» برای شما مناسب‌تر از «من سیب را ترجیح می‌دهم» است، شما باید جلو اولین گزینه علامت X بگذارید. البته، ممکن است شما هر دو میوه را دوست داشته یا هیچ‌کدام را دوست نداشته باشید. در این‌گونه موارد، اگر مجبور باشید از بین دو گزینه دست به انتخاب بزنید، کدام را انتخاب می‌کنید؟ بلی، گزینه‌ای را انتخاب کنید که رفتارها و نگرش‌های شما را در طول زندگی، بهتر از گزینه دیگر منعکس می‌کند (برای مثال، اگر در طول زندگی خود سیب را ترجیح می‌داده‌اید، ولی حالا پرتقال را ترجیح می‌دهید، گزینه سیب را انتخاب کنید).

1- Riso-Hudson Enneagram Type Indicator ( RHETI)

۲- نسخه اصلی یا فرم بلند آزمون شامل ۱۴۴ گزینه (که در دست مطالعه و هنجاریابی توسط مترجمان است و به زودی منتشر خواهد شد) و فرم کوتاه شامل ۳۶ گزینه دوعبارتی است که در این کتاب آمده است. برای اطلاعات بیشتر از فرم کوتاه به سایت [www.EnneagramInstitute.com](http://www.EnneagramInstitute.com) یا به آدرس پست الکترونیکی مترجمان [golnavaz@shirazu.ac.ir](mailto:golnavaz@shirazu.ac.ir) و [hchhari@shirazu.ac.ir](mailto:hchhari@shirazu.ac.ir) مراجعه کنید.

این به‌ویژه زمانی حقیقت پیدا می‌کند که شما در حال کار بر روی مسائل روان‌شناختی یا معنویات خود باشید و احساس کنید که در طول زمان تغییر کرده‌اید. اگر به‌صورت معنی‌داری تغییر کرده‌اید، باید حتماً مشخص کنید که قبل از تغییر چه چیز را دوست می‌داشتید. زمانی که به رفتارها، نگرش‌ها و احساس‌های موردی و استثنایی خود فکر می‌کنید، به انتخاب آنها اصرار نورزید، بلکه به تکانش‌های درونی و تمایلات باطنی خود اعتماد کرده و بر اساس آنها عمل نمایید.

مطمئن شوید که در تمامی ۳۶ عبارت آزمون، تنها یکی از دو گزینه را انتخاب کنید، نه هر دو گزینه، یا هیچ‌کدام از آنها را. توجه کنید که علامت  $\times$  را در ستون پاسخ‌ها (الف یا ب) بگذارید. برای کمک بیشتر، یک نقطه‌چین از آخر هر گزینه به جدول قرینه در ستون‌های سمت چپ صفحه کشیده شده است.

ممکن است متوجه شوید که در انتخاب چند عبارت به‌طور خاصی مشکل دارید. عبارات در آزمون RHETI برای افتراق دقیق بین انواع تیپ‌های شخصیتی است و انتخاب یک گزینه نسبت به دیگری، نیازمند توجه دقیق شما در انتخاب گزینه‌ای است که ویژگی‌های واقعی‌تر شخصیت شما را بیان می‌دارد. در بعضی عبارات، ممکن است هر دو گزینه به یک نسبت در مورد شما مصداق داشته باشد. هرچند اگر دقت کنید، درخواهید یافت که یکی از گزینه‌ها نسبت به دیگری، بیشتر در مورد شما مصداق دارد. بنابراین همان گزینه را انتخاب کنید.

به‌یاد داشته باشید که پاسخ «درست» وجود ندارد. تمامی گزینه‌های این ۳۶ عبارت، تلاشی جهت کشف تیپ شخصیتی غالب یا اصلی شما است و اگر بعضی از انتخاب‌های شما واقعاً «غلط» باشند، این نمی‌تواند به نتایج آزمون لطمه زیادی وارد سازد. پاسخ‌های به اصطلاح نادرست احتمالاً به عوامل دیگری به غیر از عوامل تیپ شخصیتی شما برمی‌گردد. به همین دلیل، میزان وانمودسازی نادرست مطالبی که در پاسخ به آزمون ارائه می‌دهند، تقریباً ناچیز است. هرچند برای درستی همه‌جانبه آزمون، لازم است که صادقانه و با تأمل پاسخ دهید، اما گزینه‌ای را انتخاب کنید که نگرش‌ها و احساسات شما را به بهترین وجه ممکن منعکس نماید. در بهترین حالت، بایستی در تمامی ۳۶ عبارت، تنها یکی از دو گزینه را انتخاب کنید؛ با این وجود، اگر به عبارات محدودی برخوردید که به‌طور حتم مطمئن هستید که هر دو گزینه با ویژگی‌های شخصیتی شما مناسب است، بدون هرگونه پاسخی از آن رد شوید. **لطفاً دقت کنید** اگر با عباراتی مواجه شدید که پاسخ دادن به آن مشکل است، آن را سرسری نخوانید و یا از آن بی‌تفاوت رد نشوید. خوب است که با گزینه‌های سخت و مشکل‌کنجار بروید؛

شما تنها می‌توانید از محدود گزینه‌هایی سریع بگذرید که احساس می‌کنید کاملاً نامربوط به شما هستند.

هم‌چنین، لازم است ذکر گردد که شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون (RHETI) سعی در اثبات و تشخیص این‌که از لحاظ ذهنی سالم یا ناسالم هستید، ندارد. تشخیص‌هایی از این قبیل، فراتر از گستره توانایی‌های این آزمون هستند. بنابراین، زمان اجرای آزمون راحت باشید. تمام ۳۶ عبارت آزمون برای دامنه میانی یا متوسط رفتار انسان، مورد سنجش قرار می‌گیرد و برای نشان دادن مشکلات روان‌شناختی طراحی نشده‌است.

ممکن است بخواهید از عبارات مشکل به سرعت رد شوید و بعد از این‌که به کل عبارات آزمون پاسخ دادید، به این نوع عبارات برگردید. یا ممکن است مایل باشید بعد از این‌که به کل سؤالات آزمون پاسخ دادید، یک‌بار دیگر تمامی آنها را مرور کنید. در این صورت، اگر احساس می‌کنید که پاسخ دیگری بیشتر متناسب با شما است، آزاد هستید که پاسخ قبلی را تغییر دهید. به عبارتی، می‌توانید گزینه دیگر را انتخاب کنید. سعی نکنید گزینه‌هایی را انتخاب کنید که نهایتاً به کسب نمره بالاتر در تیپ خاص و دلخواه یا به جز تیپ اصلی خودتان منجر شود. اما ممکن است به دلیل دستپاچگی، مقاومت یا عوامل دیگر، قادر به پاسخ به بعضی عبارات با یک‌بار خواندن آزمون نباشید. اگر چنین است، لطفاً پاسخ‌های خود را مرور کنید.

نیم‌رخ‌ی که از شاخص تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه ریسو و هادسون (RHETI) به دست می‌آورد، عملکردهای روان‌شناختی اساسی شخصیت شما را منعکس می‌کند، تعادلی که بارها و بارها تغییر می‌کند. در حالی که تیپ شخصیتی شما باید ثابت بماند، دیگر عملکردهای شما در طول دوران رشد و یا وقتی که تحت فشار هستید و یا زمانی که تغییر نگرش می‌دهید و الی آخر، تغییر خواهد کرد. اجرای آزمون RHETI در چند نوبت، از این حیث آموزنده است که به شما امکان می‌دهد تا تغییرات ایجاد شده در نیم‌رخ خود را مشاهده کنید. برای مثال، اقدام به تکمیل مجدد آزمون کنید، به گونه‌ای که برای اولین بار که آزمون را اجرا می‌کنید خود را در زمان گذشته فرض کنید؛ سپس رنگ قلم خود را تغییر دهید و آنگاه مجدداً به سؤالات پاسخ دهید. همان‌طور که ذکر شد، آزمون RHETI می‌بایستی نشان دهد که تیپ غالب شخصیت شما ثابت است و نحوه چیدمان نیم‌رخ‌های هشت تیپ دیگر تا اندازه‌ای متفاوت خواهد بود (به فصل ۵ مراجعه کنید).

اگر در تشخیص تیپ غالب خود به دلیل نمره‌های بالا در دو یا چند شاخص (تیپ) خیلی به هم نزدیک هستند، مشکل دارید، ممکن است از این بابت سودمند باشد که