

درس ششم : کدام ابزار!!!!

از فراگیر انتظار می رود در پایان این درس:

۱- دستاوردهای MBTI را بداند.

۲- با تست و آزمون MBTI آشنا شود.

تا اینجا با ضرورت خودشناسی و لزوم آن آگاه شدیم و همچنین عناصر شخصیتی و طبایع چهارگانه شخصیت افراد را بیان کردیم. اما سوال این است که آیا باید به همین مقدار بسنده کرد؟ اینکه من بدانم چه طبعی دارم و یا اینکه عنصر اینک که من بدانم چه طبعی دارم و یا اینکه عنصر غالب خودم را شناختم آیا به خود شناسی رسیده ام؟ آیا راه دیگری برای خود شناسی وجود دارد؟

مسئله شما هم با من هم عقیده هستید که این مقدار از خود شناسی کافی نیست! اما چه باید کرد؟

امروزه برای خودشناسی راه ها و ابزارهای زیادی وجود دارد. یکی از این ابزارها آزمون ها هستند.

این روزها تعداد آزمون های شخصیت شناسی که در گوشه و کنار می توانید پیدا کنید کم نیست. در این درس و در فصل دوم این درس نامه می خواهیم مدل تیپ شناسی مایرز و بریگز (MBTI) را به همراه یکی از مدل های نشئت گرفته از آن یعنی مشرب های دیوید کرسی بررسی کنیم.

این آزمون یکی از معتبر ترین و مهمترین تست های خود شناسی است که در اکثر شرکت ها و سازمان ها مورد استفاده قرار می گیرد و از آن به عنوان طالع بینی مدرن یاد می شود.

در این آزمون از چهار فاکتور اصلی انسان سوال می شود و ترجیحات آن مورد بررسی قرار گرفته و تحلیل های مهمی را بیان می کند که در ادامه خواهیم گفت.

چهار فاکتور اصلی شخصیت انسان عبارت است از: ترجیح کسب انرژی - ترجیح دریافت اطلاعات - ترجیح تصمیم گیری - و ترجیح سبک زندگی. این ترجیحات هر کدام دو پاسخ دارد که به صورت دو قطبی یا دایکوتومی است و هر فرد یکی از دو طرف را انتخاب می کند در انتها از ضرب ۴ در ۴ تیپ های ۱۶ گانه استخراج می شود که تمام افراد کره زمین از این تیپ ها خارج نیستند.

در درس نامه فصل دوم از تاریخ و چگونگی تشکیل این آزمون و همچنین نحوه استفاده از آن برایتان خواهیم گفت.

اینکه ما چگونه از MBTI استفاده کنیم و به خود شناسی رسیده و آینده خود را تغییر دهیم همه در فصل دوم درس نامه بیان شده و بزودی برای شما همراهان گرامی ارائه خواهد شد.

و در آخر برخی از نتایج خودشناسی توسط تست MBTI را برای شما بیان می کنیم:

۱- شناسایی رفتار و چگونگی برخورد های افراد

۲- شناخت نقاط قوت افراد

۳- شناسایی نقاط ضعف

۴- شناخت رشته ها و شغل های مناسب با هر تیپ

۵- چگونگی روابط بین فردی و نحوه ی مواجهه با آن

۶- مخاطب شناسی و شیوه صحبت کردن با مخاطب

۷- ...