

دانشگاه جامع علمی کاربردی
واحد ارومیه

جزوه درسی:

مبانی ارتباطات انسانی

تنظیم: دکتر شفیق بهرامیان

www.rawabetomomi.blogfa.com

۱۳۹۴

به نام خدا

مبانی ارتباطات انسانی

□ منابع:

- ۱- فرهنگی علی اکبر، مبانی ارتباطات انسانی، تهران: موسسه تهران تایمز، ۱۳۷۳.
- ۲- برکو ری ام. و دیگران، مدیریت ارتباطات، ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۷۸.
- ۳- محسنیان راد، مهدی، ارتباط شناسی، انتشارات سروش
- ۴- معتمدنژاد، کاظم، وسایل ارتباط جمعی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی

□ هدف از ارائه درس مبانی ارتباطات انسانی:

- بررسی شیوه های برقراری روابط بین افراد
- ایجاد توانایی و مهارت ارتباطی در رابطه با دیگران و افزایش اثربخشی ارتباطی
- معرفی روش هایی برای کمک به گسترش ارتباط با دیگران و غنا بخشیدن به آن.
- بازاندیشی در باره ارتباط با خویشتن و نقش آن در افزایش اعتماد به نفس

□ سرفصل های درس مبانی ارتباطات انسانی:

بخش اول:

مقدمه

فصل اول – ارتباطات چیست؟

تعریف ارتباطات، آغاز ارتباط، شرایط برقراری ارتباط، ارتباط با خود، ارتباط با دیگران، ارتباط جمعی یا عمومی، رمزگذاری و رمزخوانی در ارتباطات، ارتباطات به عنوان یک فراگرد، ارتباطات به عنوان یک نظام، میان کنشی بودن فراگرد ارتباطی، ارادی یا غیر ارادی بودن ارتباطات، تعاملی و مرادده ای بودن ارتباطات، عملکردی بودن ارتباطات (وظایف ارتباطات)، ارتباطات موثر.

فصل دوم – ارتباطات به عنوان رفتاری آموختنی:

- نظریه شرطی شدن کلاسیک، نظریه یادگیری وسیله ای یا ابزاری، نظریه یادگیری اجتماعی، آموزش جرات ورزی.
- بازخور و اهمیت آن: نقش بازخور در نفوذ و اثرگذاری بر دیگران، ارزش اطلاعاتی بازخور، تاثیر بازخور بر اصلاح رفتار.
- عوامل اساسی موثر بر رفتارهای ارتباطی: نیاز به همبستگی، نیاز به موفقیت، جزم گرایی، ماکیاولیسم.

ویژگی های اثربخشی (گشودگی، همدلی، حمایتگری، مثبت گرایی، تساوی)، تشابه باهم و تخالف با هم.

فصل سوم – شناخت از خویشن خویش:

خودآگاهی، مفهوم از خود و اصلاح آن.

فصل چهارم – خویشن و ارتباط با دیگران:

چرخه حیاتی یک رابطه از پیوند تا جدایی، تأیید و عدم تأیید، آگاهی از خویشن و از دیگران، پنجره جوهری، فراسوی ارتباط، خودگشودگی و اهمیت آن.

فصل پنجم – تفاهم با دیگران:

مهارت گوش دادن، مهارت همدلی کردن، گسترش توانایی مهارت های گوش دادن و همدلی کردن

فصل ششم – ارتباطات کلامی:

ریشه های زبان و یادگیری آن، ویژگی ها و کاربردهای زبان.

فصل هفتم – ارتباطات غیر کلامی:

نشانه های غیر کلامی و خاستگاه های آن ها، کانال های ارتباط غیر کلامی، رابطه بین ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی، کانال های غیرکلامی (انواع ژست ها، فاصله ها و ...).

فصل هشتم – مدل های ارتباطات:

پیش مدل ارسطو- مدل هارولد لاسول- مدل ارتباطی کلود شنن و وارن ویوور- سیستم های ارتباطی در مدل تسهیل دوسلاپول- مدل ارتباطی ویلبر شرام- مدل دیوید برلو- مدل ارتباطی آندروش، استتس و بوستروم- مدل ارتباطی بکر- مدل وایت- مدل براس وستلی و مالکم مک لین- مدل مک نلی- مدل برن لوند- مدل ارتباطی گربنر

فصل نه – راهنمای ارتباط با شخصیتهای متفاوت

فصل ده – ارتباطات در ۵۴ جمله

بخش دوم

بخش اول

فصل اول – ارتباطات چیست

مقدمه :

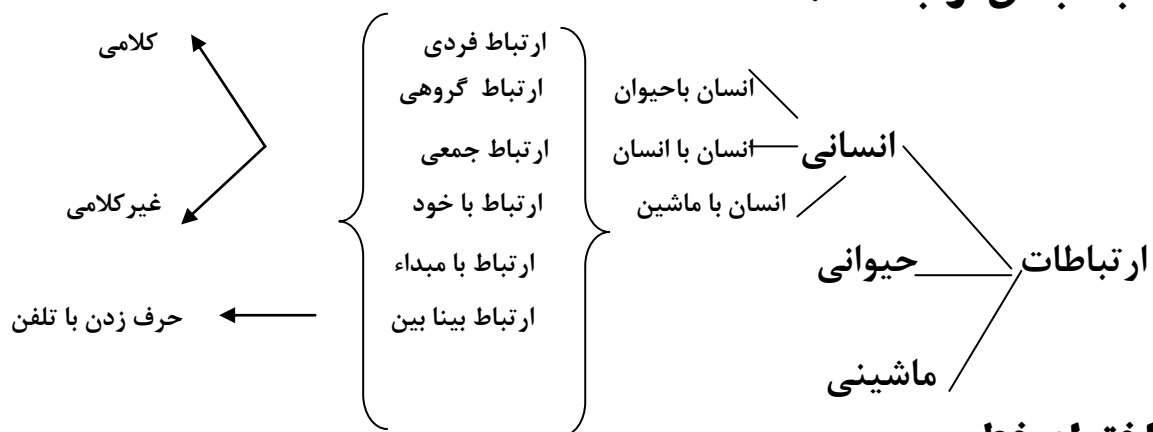
ارتباطات و سیر تحول و تکامل انسان :

در طول تاریخ ارتباط همیشه وسیله انتقال آموخته های انسان از نسلی به نسل دیگر بوده است یعنی «انسان تنها از راه ارتباط توانسته است علوم و تجربیاتش را به نسلهای بعدی منتقل کند این موضوع در تعریف فرهنگ نیز صادق است چرا که اگر ما فرهنگ را مجموع دستاوردهای مادی و معنوی بشر از اول حیات انسان تا حال بدانیم می بینیم که به واسطه ابزارهای ارتباطی است که این دستاوردهای از نسلهای گذشته به ما منتقل شده است و ما نیز با همین ابزارها تجربیات خویش را به آینده گان منتقل می کنیم .

تحول ابزارهای ارتباطی :

با نگاهی به سیر تکامل بشر در می یابیم که ارتباطات اولیه انسان اشاره ای و غیر کلامی بوده است اما این ارتباطات رفته رفته به ارتباطات بیانی تحول پیدا کرده و از ارتباطات بیانی نیز به ارتباطات نوشتاری ، چاپ ، ارتباطات راه دور ، تلگراف و تلفن ، رادیو، سینما ، تلویزیون و ارتباطات نوین امروزی تحول یافته است .

طبقه بندی ارتباطات :



اختراع خط :

اختراع خط به حدی در پیشرفت و تکامل تمدن بشری نقش داشت که آن را آفریننده تاریخ بشر میدانند. به روایتی خط توسط سومریان در حدود ۵۰۰۰ سال قبل اختراع شده است بطوریکه در هزاره های قبل از میلاد مسیح تمدنهای بزرگی چون ایران ، یونان ، مصر ، چین و ... شکل گرفته و بواسطه اختراع خط تاریخ زندگی آنها برای نسلهای بعدی به یادگار مانده است.

ارتباط اولیه انسان از طریق خط چگونه بود ؟

انسانها با توجه به نیازهای خود در اوایل، برای حفظ و انتقال داشته هایشان از کتیبه های سنگی ، دیواره غارها ، الواح گلی ، پوست حیوانات و حتی برگ درختان استفاده میکردند .

ورود کاغذ و آغاز تحول مهم در ارتباطات :

در سال ۱۰۵ قبل از میلاد مسیح توسط مردی چینی بنام " تسی لوآن " کاغذ اختراع شد، اما این در سال ۶۵۰ میلادی بود که استفاده از کاغذ در اروپا رایج شد به این ترتیب انتقال پیامها به راه دور ساده تر شد البته قبل از این نیز انسانها برای انتقال پیام هایشان به مسافتهای طولانی از ابزارهایی چون صدای طبل ، جار زدن ، فریاد زدن ، دود ، پیک های سوار کار تندرو (چاپار) و حتی کبوتران نامه بر استفاده میکردند.

پیدایش صنعت چاپ :

در قرن ۵ میلادی چینی ها چاپ خاصی را بصورت حکاکی روی قطعات چوب اختراع کردند و با مالیدن مرکب بر روی قطعات و چسباندن آن بر روی کاغذ یا پارچه به تکثیر پیام می پرداختند در قرن ۱۱ میلادی مردی چینی بنام « پی چینگ » برای نخستین بار حروف مجزا از هم را بصورت قطعات گلی ناپخته ساخت. در سال ۱۴۲۳ میلادی یک شخص هلندی بنام "کاستر" با الهام از روش چینی ها حروف الفبا را بر روی مکعبهای چوبی حک کرد و بدنبال آن در سال ۱۴۳۶ میلادی "یوهان گوتنبرگ" آلمانی با استفاده از حروف فلزی سربی دستگاه چاپی شبیه دستگاههای امروزی ساخت .

نخستین چاپخانه در ایران :

نخستین چاپخانه در ایران در قرن ۱۷ میلادی در شهر اصفهان که پایتخت صفویان بود به همت مبلغین مسیحی بکار افتاد و نخستین کتابی که در آن چاپ شد انجیلی به زبان ارمنی بود.

اثرات چاپ از نظر ارتباطی :

- ۱- با اختراع چاپ انسان توانست پیامهای خود را بصورت مکتوب و با امکان تکثیر نامحدود و یکنواخت ، سریع و باهزینه کم منتشر کند.
- ۲- گسترش چاپ باعث توسعه ادارات پست در اروپا شد.
- ۳- در اثر چاپ سواد عمومی بالا رفت و مردم از نظرات نویسندگان و رهبران افکار مطلع شد .
- ۴- به منظور ایجاد ارتباط با مردم و اطلاع رسانی به آنها رفته رفته نشریات خبری بوجود آمد؛ بصورتی که در سال ۱۴۸۶ میلادی در فرانسه و پس از آنها در کشورهای چینی ، آلمان ، بلژیک و چک و اسلواکی نشریات خبری منشر شدند .

اولین روزنامه فارسی :

اولین روزنامه فارسی زبان داخل کشور "کاغذ اخبار" نام داشت که توسط میرزا صالح شیرازی در زمان محمدشاه قاجار و در سال ۱۸۳۳ میلادی در تهران منتشر شد .

افزایش با سوادان و ورود آگهی به مطبوعات :

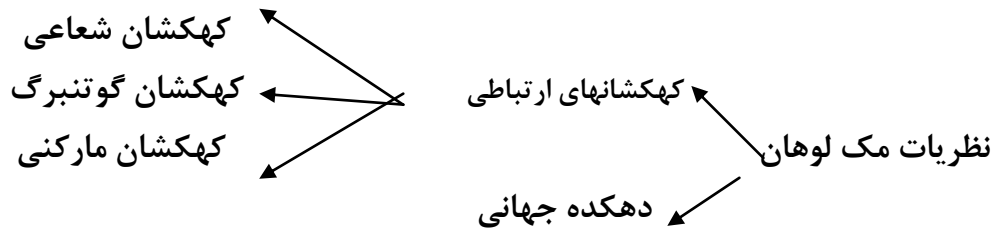
- ۱- افزایش با سوادان باعث افزایش تیراژ روزنامه شد در نتیجه چاپ روزنامه افزایش یافت.
- ۲- با ورود آگهی به نشریات ، مطبوعات در آمد تازه ای پیدا کرد و این باعث رشد کمی و کیفی مطبوعات شد .

۳- گر چه مشکلاتی از لحاظ حمل و نقل باعث شد ایجاد محدودیت در ارتباطات شد اما در نهایت با گسترش شبکه های حمل و نقل چون راه آهن پیامها در سطح بسیار وسیع پخش گردید.

سیر تحول ارتباطات :

۱- ارتباطات الکترونیکی راه دور

۲- ارتباطات ماهواره ای



پیدایش تلگراف و تلفن : در سال ۱۸۳۲ تلگراف توسط "ساموئل مورس" و همچنین تلفن توسط "گراهام بل" در سال ۱۸۷۶ اختراع شد. از نظر انتقال پیام به راه دور این دو وسیله نقش مهمی را ایفا کردند همچنین شیوه خبرگیری در مطبوعات نیز متحول شد.

پیدایش رادیو : در سال ۱۸۸۷ آقای هر تز آلمانی موفق به کشف امواج رادیویی شد و نه سال بعد "گیگلمارکنی" ایتالیایی توانست که دستگاه فرستنده و گیرنده رادیویی بسازد. در سال ۱۹۲۰ نیز با افتتاح اولین ایستگاه رادیویی در انگلستان رادیو وارد زندگی روزانه مردم اروپا شد. در ایران نیز در سال ۱۹۴۰ مطابق با ۱۳۱۹ شمسی اولین فرستنده رادیو شروع بکار کرد.

ورود رادیو ترانزیستوری و ایجاد تحولی مهم در ارتباطات : رادیو ترانزیستوری باعث شد که انسان بتواند با هزینه کم و در همه حال از این وسیله ارتباطی استفاده نماید در حالی که سایر وسایل ارتباط جمعی دارای این مزیت نمی باشند.

اختراع گرامافون برقی و ضبط صوت : گرامافون برقی در سال ۱۹۲۵ بوسیله "توماس ادیسون" اختراع شد دستگاه ضبط صوت نیز در سال ۱۹۴۵ تکمیل شد و بدنبال آن دستگاههای ضبط صوتی کاستی یا نواری به شکل امروزی به بازار آمد و این تحول مهمی در ضبط و پخش پیامهای صوتی و شنیداری بود.

پیامهای تصویری : در زمینه پیامهای تصویری شاید این انسانهای اولیه بودند که با نقاشی بر روی دیواره غارها نخستین قدمها را برداشتند بعدها بتدریج کنده کاری بر روی چوب ، سنگ ، نقاشی بر روی سفال و پارچه و کاغذ رایج شد. بدنبال این در سال ۱۸۲۶ شخصی بنام "نی سه فور نیپس" گویا موفق به ثبت اولین تصاویر از طبیعت شد. (بواسطه دستگاه عکاسی خود) همچنین "ژول ژانسن" و "برادران لومیر" موفق شدند نخستین تصاویر متحرک را با دستگاه سینما توگراف خود ضبط و پخش نمایند .

اولین سینما در ایران: اولین سینما در ایران در سال ۱۹۱۳ همزمان با حکومت قاجار توسط شخصی بنام " اردشیرخان" در خیابان علاءالدوله یافردوسی کنونی آغاز بکار کرد. در سال ۱۹۲۵ نیز بشر توانست سینمای ناطق را بوجود آورد .

پیدایش تلویزیون: پیدایش تلویزیون محصول تلاش دانشمندان زیادی بود از جمله "جورج کری" از آمریکا، "کمپ ول" از اسکاتلند و "پال نیپ کف" از آلمان بود. در سال ۱۹۵۳ نیز تلویزیون رنگی نیز به بازار آمد. اولین فرستنده تلویزیون در ایران نیز در سال ۱۹۵۸ مطابق با ۱۳۳۷ شمسی شروع بکار کرد

ارتباطات ماهواره ای راه دور : شوروی ها با پرتاب ماهواره " اسپوتنیک " در سال ۱۹۵۷ توانستند برای نخستین بار فضا را به تسخیر بشر در آورند. در سال ۱۹۵۸ نیز آمریکا ها " اریبت ۱ " را به فضا پرتاب کردند اما این در سال ۱۹۶۴ بود که بشر توانست بواسطه ماهواره تله استار بازیهای المپیک توکیو را بصورت زنده به تماشا بنشینند. در سال ۱۹۶۹ نیز "یوری گارکارین" توانست که بعنوان نخستین بشر بر روی سطح کره ماه فرود آید. اما پیچیده ترین ارتباطات بشر با سیارات دیگر در آن زمان به هدایت و کنترل ماهواره " وایکینگ ۱ " که در مدار مریخ در حرکت بود برمی گردد. اکنون فضای کره زمین مملو از ماهواره های مخابراتی - نظامی - هواشناسی و امواج تلویزیونی است.

نظریات مک لوهان

قرن ما قرن ارتباطات است : وسایل ارتباط جمعی باعث شده جهان ما کوچکتر، آگاهی ها بیشتر و قدرت نفوذ صاحبان رسانه بیشتر شود. هر نظامی که تعداد بیشتری از وسایل ارتباطی را در اختیار داشته باشد قدرت بیشتری را نیز در دنیا داراست .

آقای مک لوهان چه می گوید : مک لوهان معتقد است که ارتباطات و ابزارهای مورد استفاده آن تاریخ بشر را به سه دوره مجزا تقسیم کرده است:

الف) کهکشان شفاهی :

۱- او می گوید اختراع خط ، صنعت چاپ ، و وسایل ارتباطی الکترونیکی معاصر سرچشمه و اساس دگرگونی های فرهنگی بشر است .

۲- او زندگی قبیله ای در گروههای کوچک انسانی را ناشی از ارتباط شفاهی در دورانهای قدیم میداند.

۳- مک لوهان معتقد است ارتباط شفاهی باعث بوجود آمدن فرهنگ خاص دوره خود شده است یعنی نقل اشعار و افسانه های باستانی و نمایشهای تراژدیک را محصول آن دوره می دانند .

ب) کهکشان گوتنبرگ :

۴- به نظر مک لوهان با بوجود آمدن الفبا و چاپ ، ارتباط شفاهی کمتر شد و حالت فردگرایی ، ملی گرایی، گسترش سواد آموزی ، آموزش رسمی مدرسه ای و صنایع جدید پدیدار شد که در مجموع او به آنها کهکشان گوتنبرگ میگوید.

ج) کهکشان مارکنی:

۵- او معتقد است که در حال حاضر انسان تحت تاثیر وسایل ارتباطی الکترونیک وارد مرحله جدیدی از زندگی اجتماعی خود شده است .

۶- وسایل الکترونیکی به انحصار ارتباط چاپی که فقط حس بینایی رادر مطالعه کتب بکار می گرفت پایان داده است.

۷- رادیو بیان شفاهی و ادراک شنیداری را احیا کرده است .

۸- تلویزیون بخصوص باحالت دیداری و شنیداری خود نوع جدیدی از ارتباط را در جامعه توسعه داده است .

دهکده جهانی : مک لوهان می گوید جامعه بشری اکنون تحت تاثیر وسایل الکترونیکی جدید و ابزارهای ارتباطی پیشرفته درحال تبدیل به " یک دهکده کوچک جهانی " است یعنی ارتباطات باعث شده که انسان با غلبه مکان و زمان با هر نقطه از عالم هستی بتواند درکمترین زمان ممکن ارتباط برقرارکند. بر این اساس دیگر موانع طبیعی و مرزهای سیاسی اهمیت استراتژیک (سوق الجیشی) خود را از دست داده است و نمی تواند مانع برقراری ارتباط میان اقوام و ملت‌های مختلف گردد که این نیز به نوبه خود باعث درهم آمیختگی فرهنگی می شود؛ انسانها با سایر ملت‌ها آشنا می شوند و مسائل و مشکلات جدیدی شکل می گیرد.

مک لوهان معتقد است درجامعه ای که تحت تاثیر وسایل ارتباط الکترونیکی قراردارد طرز زندگی، نظام آموزشی ، ادبیات و هنر ، و بطور کلی همه مظاهر فرهنگ بشری درحال دگرگونی و تحول است .

تعاریف و ارتباطات

تعریف فرهنگ معین از ارتباط: کلمه ارتباط که اکنون به جای لغت "Communication" در ایران بکار برده می شود از مصدر (ربط) و به معنای پیوند ، بستگی ، پیوستگی ، و رابطه، استفاده میشود. شاید ارسطو نخستین دانشمندی باشد که در ۲۳۰۰ سال پیش برای نخستین بار درزمینه تعریف ارتباطات سخن گفته است . او درکتاب مطالعه معانی بیان (ریطور یقا) درباره ارتباط چنین می گوید:

« ارتباط عبارت است از جستجو برای دست یافتن به کلیه وسایل وامکانات موجود برای ترغیب و اقناع (ازدرون راضی کردن) دیگران»

تعریف ویلبر شرام از ارتباط: او میگوید در ارتباط بطورکلی ما می خواهیم با گیرنده پیام خود دریک مورد یا مسئله معین اشتراک فکر و هماهنگی عقیده پیدا کنیم .

تعریف کلود شانون از ارتباط : ارتباط عبارت است از تمام رویدادهایی که از طریق آن ممکن است ذهنی بر ذهن دیگر تاثیر بگذارد .

تعریف کارل هاولند از ارتباط : او درکتاب ارتباطات اجتماعی می گوید " ارتباط عبارت است از انتقال یک محرک از طرف برقرار کننده ارتباط یعنی فرستنده به فردی دیگر یعنی کسی که پیام را می گیرد برای چه منظوری ؟ برای تحریک ذهن گیرنده و تغییر دررفتار او "

اهمیت عناصر ارتباطی در جریان ارتباط : گروهی از دانشمندان در تعریفهای خودعلاوه بر درک معنی حاصل از ارتباط به عناصری که درجریان ارتباط بکار گرفته می شوند توجه ویژه کرده اند: " رابرت گویر " درکتاب فراگرد ارتباط درتعریف چنین می گوید: « ارتباط عبارت از هر رویدادی

که حداقل در بر دارنده چهار عنصر زیر باشد: ۱- تولید کننده ای که ۲- علامت یا سمبلی را برای حداقل ۳- یک دریافت کننده بفرستد و دریافت کننده ۴- درک معنی نماید. «

تعاریف ارتباطات جمعی

ترجمه تحت اللفظی " Mass Commiucation " معادل ارتباطات توده ای است اما این واژه در ایران ارتباطات جمعی معنی شده است .

ارتباط جمعی : انتقال اندیشه ها و اطلاعات و افکار به تعداد فراوانی از افراد در آن واحد

ویژگی های ارتباطات جمعی :

- ۱- تعداد مخاطبان و وسایل ارتباط جمعی نسبتاً زیاد است مثلاً "مخاطبان تلویزیون ، شنوندگان رادیو و یا خوانندگان روزنامه
- ۲- ترکیب گیرندگان بسیار متنوع و نامتجانس است (پیر ، ترک ، مسلمان و ...) این تنوع از دو جهت قابل بررسی است یکی از نظر گروه سنی و دیگری از نظر فرهنگی به همین خاطر در طراحی پیامها باید با توجه تنوع گیرندگان و هنجارها و ارزشهای آنان صورت پذیرد.
- ۳- با ارسال پیام از طریق وسایل ارتباط جمعی نوعی تکثیر پیام بوجود می آید برای مثال در لحظه ای کوتاه پیام یک بازیگر تلویزیون به تعداد مخاطبان آن برنامه تکثیر می شود .
- ۴- توزیع پیام در ارتباط جمعی سریع است برای مثال آژیر وضعیت قرمز در لحظه کوتاهی بین مخاطبان زیاد توزیع می شود فراگیری توزیع در تلویزیون و رادیو بیش از مطبوعات است .
- ۵- در ارتباط جمعی هزینه برای مصرف کنندگان و تولید کنندگان پیام کم است برای مثال تماشای تلویزیون بودن یا شنونده رادیو بودن هزینه ای برای مخاطبان در بر ندارد .
- ۶- در ارتباطات جمعی برعکس ارتباط فردی باز خورد (feed back) پیام با تاخیر صورت می گیرد.

۷- در ارتباطات جمعی پیامها بیشتر سطحی و ناپایدار هستند.

۸- در این نوع ارتباطات پیامها بیشتر برای مصرف در زمان حال طراحی شده است.

اظهار نظر انجمن بین المللی تحقیقات ارتباط جمعی در باره ارتباطات :

منظور از ارتباط روزنامه ، نشریات ، مجلات ، کتابها ، رادیو ، تلویزیون ، آگهی ارتباطات دور از جمله تلفن ، تلگراف ، کابلهای زیر دریایی و پست است همچنین ارتباط چگونگی تولید و توزیع کالاها و خدمات مختلفی که وسایل و فعالیتهای فوق الذکر بر عهده دارند و مطالعات و تحقیقات مربوط به محتوی پیامها ، نتایج و آثار پیام را نیز در بر می گیرد .

تعریف چارلز کولی از ارتباطات: آقای کولی در کتاب مفهوم و معنی ارتباط در سازمانها اجتماعی می گوید: " ارتباط مکانیسمی است که روابط انسانی بر اساس و بوسیله آن بوجود می آید و تمام مظاهر فکری و وسایل انتقال و آنها در مکان و زمان بر پایه ارتباط توسعه پیدا می کند از جمله ارتباط از طریق حالت چهره ، رفتار ، حرکات بدن ، طنین صدا، کلمات و نوشته ها، چاپ ، راه آهن ، تلگراف ، تلفن و تمام وسایلی که اخیراً در راه غلبه انسان بر مکان و زمان ساخته شده است را در بر می گیرد. "

توضیح: آقای کولی در این تعریف تلگراف و تلفن را در کنار راه آهن بعنوان و وسایل ارتباطی معرفی کرده است گرچه راه آهن وسیله نقلیه است اما به توسط آن ارتباط برقرار می شود در واقع بسیاری از وسایل دور و بر ما ماهیت ارتباطی دارند. ما بایک تقسیم بندی ساده می توانیم به آنها وسایل حمل و نقل بگویم و کلمه ارتباط را به سازمانها و تاسیسات و وسایلی که وظیفه انتقال افکار، اخبار و رفتارهای انسانی را برعهده دارند اختصاص بدهیم.

شناخت فراگرد (prosses) ارتباط : اغلب دانشمندان ارتباط را نوعی فراگرد میدانند این واژه به معانی جریان، فرایند و فراشد نیز ترجمه شده است. منظور از فراگرد مراحل وسیری است که جریان ارتباطی در آن اتفاق افتاده، آغاز شده، و شاید به انتها رسیده است. یک برنامه تلویزیونی بر مخاطبان خود تاثیر می گذارد و اثر برنامه ناخودآگاه رفتار را نیز تحت تاثیر قرار میدهد این نشانگر تداوم ارتباط به رغم اتمام اطلاع رسانی است. پدیده ارتباط همواره تغییر میکند اما متوقف نمی شود واز بین نمی رود برای مثال اثر پیام یک اثر هنری (نقاشی) همیشه ودر همه زمانها با مخاطبان خود ارتباط برقرار می کند و حالت گویایی خود را حفظ می کند بعنوان مثال ۵۰ سال قبل از میلاد مسیح " هراکلیتوس " فیلسوف یونانی با بیان این عبارت که یک شخص هرگز نمی تواند دو بار پایش را در یک رودخانه بگذارد چون هم شخص تغییر کرده و آب هم همان آب سابق نیست سعی نموده است مفهوم فرایند و پویایی را تشریح نماید. ارتباط ایستا و ساکن نیست بلکه همواره در حال فعالیت و تعامل است یعنی هر جز بر جز دیگر تاثیر گذاشته و متقابلاً خود نیز تاثیر می پذیرد

چگونگی درک پیام در ارتباط: وقتی که ارتباط برقرار می شود پیامی که حاوی معنی است منتقل میشود اگر گیرنده پیام نتواند بامعنای پیام رابطه ذهنی برقرار کند نمی تواند پیام را درک کند در این وضعیت پیام منتقل نشده است. در کلیه مراحل ارتباطی فرستنده و گیرنده پیام باید در معنای آن اشتراک نظر داشته باشند تا بتوانند منظور خود را به دیگری انتقال دهند و این در صورتی است که فرهنگ مشترک معنایی و زبانی بین فرستنده و گیرنده حاکم باشد.

سمبل (symbole) چیست؟ عبارت از هر چیزی که، دلالت کردن، نمایاندن و جایگزینی دیگری به کار رود.

برای مثال کلمه کتاب نمادی از مجموعه ای از کاغذ های تایپ شده مرتب و جلد و شیرازه میباشد، نمادها می توانند کلامی، ترسیمی و تصویری با نموداری یا نمایشی باشند.

زبان چیست؟ زبان نظامی است مرکب از نمادهای گویش و نوشتاری که بطریقی نسبتاً استاندارد شده توسط یک گروه اجتماعی خاص در جهت فراخواندن معنی بکار می رود، زبان دارای چند کارکرد اساسی است:

۱- ناقل و وسیله اصل ارتباط است.

۲- زبان بازتاب شخصیت فرد و فرهنگ جامعه اوست.

۳- زبان وسیله تفکر است.

فرمولهای چگونگی برقراری ارتباط:

M: معنایی از ارتباط که به ذهن مخاطب متجلی می شود. M: معنای مورد نظر فرستنده

ارتباط $M/M=0$

ارتباط کامل $M/M=1$

ارتباط ناقص بدلیل وجود پارازیت $M/M<1$

$M/M>1$ خلاقیت = ارتباط با خود + ارتباط کامل

ارتباطات چیست؟

ارتباطات معانی متفاوتی نزد اشخاص گوناگون دارد. سه ارتباط *Communicare* از یک سو و بین برداشت می شود. ارتباطات به گونه ای وسیع و گسترده، «تسهیم تجارب» نیز معنی شده است. یعنی این که هر انسانی، تجارب خود را از طریق ارتباطات با دیگر همنوعان خود در میان می گذارد. انسان برای برقراری ارتباط با دیگران، نمادهایی را خلق و مورد استفاده قرار داده است. به کمک این «نمادها» *Symbols*، انسان ها می توانند مستقیم و بی واسطه یا غیر مستقیم و با واسطه، تجارب خود را در اختیار دیگران قرار دهند.

ارتباطات، بیانگر فراگرد ایجاد معنی است. ما از نمادها استفاده می کنیم تا با دیگری ارتباط برقرار کنیم و منظور خود را به او بفهمانیم، اما باید بدانیم که ارتباط تنها زمانی اتفاق می افتد که این نمادها بتوانند معنی مورد نظر ما را در ذهن طرف مقابل ایجاد کنند. لازمه این کار، وجود کدهای مشترک بین ما و طرف ارتباط است. بنابراین ارتباط فقط انتقال پیام ها و نمادها نیست، بلکه ارتباط، شکل گیری معنی در ذهن است. معنی در درون ذهن ما شکل می گیرد و آن چه بین ما و دیگران در هنگام برقراری ارتباط تبادل می شود تنها نمادها هستند. نمادهایی که ما انتقال می دهیم به این امید که معنی مورد نظر ما را در ذهن طرف مقابل مان ایجاد کند.

می توان ارتباط را «فراگرد تفهیم و تفاهم و تسهیم معنی» در نظر گرفت. ارتباط با «تفهیم» *Understanding* سروکار دارد یعنی این که برای طرفین ارتباط باید منظور یکدیگر تفهیم شود. به عبارت دیگر بفهمند که چه می گویند و چه می شنوند. ارتباط نیازمند «تسهیم معنی» *Sharing of meaning* است. انسان ها چیزی را که دوست دارند با دیگران در میان می گذارند و آنها را در چیزی که دوست دارند شریک و سهیم می کنند.

بنابراین در تعریف ارتباطات انسانی باید این مفاهیم اساسی را مورد توجه قرار داد:

(۱) خلق و استفاده از نمادها،

(۲) تسهیم تجارب و دانسته های خود با دیگران،

(۳) فراگرد تفهیم و تفاهم و تسهیم معنی.

برای این که به خوبی بتوانیم ارتباط برقرار کنیم، باید به رابطه بین فرهنگ و ارتباطات توجه داشته باشیم.

• ارتباطات درون فرهنگی و میان فرهنگی: ملیت یکی از مولفه های فرهنگ است. علاوه بر آن، مولفه های دیگری مانند منطقه کشور، مذهب، گرایش سیاسی، طبقه اجتماعی - اقتصادی، جنسیت، سرگرمی، ریشه و سابقه خانوادگی و وضعیت تاهل هم وجود دارند. مرادده های روزانه ما مبتنی بر ویژگی های فرهنگی ما هستند.

ارتباطات و فرهنگ، رابطه مستقیمی با یکدیگر دارند. فرهنگ مشترک، یعنی نظام تعبیر و تفسیر مشترک. فرهنگ پدیده ای ارتباطی است، زیرا فرهنگ از طریق فرایند ارتباط، به صورت کتبی و شفاهی یا کلامی و غیرکلامی مبادله می شود. اگر ما شخص خود را به عنوان سخت افزار در نظر بگیریم، فرهنگ، نرم افزاری است که به ما (سخت افزار) قدرت عمل می دهد. والدین، دوستان، مدرسه و رسانه ها، همه در شکل دهی و پرورش باورهای ما از طریق فرایند ارتباطات موثر بوده اند. ما از رفتارها و عادات افرادی را که با آن ها در محل زندگی خود معاشرت و مصاحبت داشته ایم، تاثیر پذیرفته ایم. این، فرایندی پیوسته و پویاست که از طریق ارتباط انجام می شود.

وقتی ما با فردی که با او علقه فرهنگی داریم مرادده می کنیم، در حقیقت در حال برقراری «ارتباط درون فرهنگی» هستیم. اما وقتی که ما با فردی که با او هیچ علقه فرهنگی نداریم (یا دارای پیوندهای فرهنگی ضعیفی

هستیم) ارتباط برقرار می کنیم، این ارتباط «ارتباط میان فرهنگی» نامیده می شود. وقتی که افرادی با فرهنگ های مختلف در یک مکان با هم زندگی می کنند، مشکلات خاص چند فرهنگی میان آنها بروز می کند.

• **چندفرهنگ گرایی:** «جامعه چند فرهنگی»، از گروه های فرهنگی مختلفی تشکیل شده است. هر کدام از این فرهنگ ها، الگوهای کلامی و غیر کلامی متفاوتی دارند که این امر ناشی از تفاوت موجود در ریشه های فرهنگی آنها است.

اگر می خواهیم با دیگران ارتباط موثری برقرار کنیم، باید بپذیریم که ما یک موجود فرهنگی هستیم، لذا باید فرایندی را که جهت پیوستگی فرهنگی مورد استفاده قرار می دهیم به خوبی بشناسیم و به آن واقف باشیم.

ارتباطات از خویشتن و شناخت خویشتن آغاز می شود

ما به عنوان یک شرکت کننده در فراگرد ارتباطی، چه به عنوان فرستنده و چه به عنوان گیرنده پیام، محدود به نگرش خود از وضعیت حاکم بر خود هستیم و بر اساس برداشتی که از خود و دیگران داریم با آنان ارتباط برقرار می کنیم.

«دین بارنلوند» *Dean Barnlund* معتقد است که ارتباط میان ما و یک فرد دیگر، با توجه به نگرشی که از «شش شخص» وجود دارد شکل می گیرد. این شش شخص عبارتند از:

- ۱) نظری که من در باره خودم دارم.
- ۲) نظری که من در باره فرد دیگر دارم.
- ۳) نظر من در باره این که آن فرد دیگر در باره من چگونه می اندیشد.
- ۴) نظر فرد دیگر در باره خودش چیست.
- ۵) نظر فرد دیگر در باره من چیست.
- ۶) نظر فرد دیگر در باره نظر من نسبت به خودش چیست.

انواع ارتباطات:

ارتباطات می تواند از نوع «ارتباط درون فردی»، «ارتباط میان فردی»، «ارتباط گروهی کوچک» و یا «ارتباط جمعی» باشد:

• **ارتباط درون فردی:** «ارتباط درون فردی»، همان ارتباط با خود است. هر یک از ما ابتدا با خود یک ارتباط درونی برقرار می کنیم. منظور از این ارتباط می تواند حل تعارضات درونی، برنامه ریزی برای آینده، عملکرد عاطفی، ارزیابی خود و دیگران و ... باشد. در ارتباط با خود، فرد خود را محور اصلی بحث و گفتگو قرار می دهد. با این که ارتباط با خود، مبنای تمام انواع ارتباطات است، اما ما کمتر به آن می اندیشیم و کمتر به آن توجه داریم. ارتباط با خود، عملی مداوم و پیوسته و فراگیر در زندگی روزمره همه انسان هاست.

ارتباط میان فردی: این ارتباط بین یک شخص با یک نفر دیگر برقرار می شود. این نوع ارتباط شامل گفت و گو، مصاحبه و مذاکره می شود. هدف از برقراری این نوع ارتباط می تواند حل مسائل و مشکلات خود با دیگران، رفع تضادها و تعارضات، رد و بدل کردن اطلاعات، درک بهتر خود، رفع نیازهای اجتماعی و ... باشد. در این نوع ارتباط، نقش فرستنده و گیرنده مدام جابجا می شود و چون بازخور فوری و بلاواسطه وجود دارد، یک نوع ارتباط تقریباً کامل است که در آن تفهیم معنا به شکل خوبی انجام می شود.

ارتباط گروهی کوچک: این ارتباط بین یک شخص با یک گروه از افراد برقرار می شود. مانند کلاس درس و سخنرانی در مجامع عمومی و یا جلسه اداری در یک سازمان. با این که در ارتباط گروهی کوچک بازخور فوری و بلاواسطه وجود دارد، اما با توجه به بالا رفتن تعداد شرکت کنندگان در فراگرد ارتباط، این نوع ارتباط نسبت به ارتباط میان فردی، پیچیدگی های بیشتری دارد و لازم است که برای انتقال درست معنا، وقت و تلاش بیشتری از سوی طرفین ارتباط صرف شود.

ارتباط جمعی: این نوع ارتباط عمدتاً نهادمند و برنامه ریزی شده و سازمان دهی شده است و از طریق وسایل ارتباطی به صورت غیر مستقیم با تعداد بسیار زیادی از افراد برقرار می شود. مانند پخش برنامه های رادیو و

تلویزیون، انتشار روزنامه سراسری، و نمایش فیلم در سالن سینما. در ارتباط جمعی بر خلاف انواع دیگر ارتباط، بازخورد فوری و بلاواسطه وجود ندارد، و با توجه به زیاد بودن تعداد مخاطبان، برای انتقال درست معنا و جلوگیری از بروز سوء تفاهات، نیاز به مهارت و تخصص بالای ارسال کنندگان پیام دارد.

نکات اساسی در باره ارتباطات :

۱ – ارتباطات با رمز سر و کار دارد: هر ارتباطی با رمز و رمزگذاری پیوسته است. منظور از رمز، هر نوع ترتیب و توالی منظم و یکپارچه ای است که دربرگیرنده نمادها، کلمات، و حروف است که به گونه ای اختیاری برای انتقال مفاهیم و یا ارتباط به کار گرفته می شوند. دو دسته اصلی رمزها، رمزهای کلامی و رمزهای غیر کلامی هستند. رمزهای کلامی شامل کلمات و ترتیب دستوری آنها در زمان به کارگیری است. رمزهای غیر کلامی، شامل رمزهایی است که به کلام ارتباط ندارند و به حرکات بدنی، استفاده از زمان و فضا، لباس، آرایش و ... بستگی دارند.

۲ – ارتباطات یک فراگرد یا جریان مداوم است:

ارتباطات پدیده ای پویا *Dynamic* و مبتنی بر تغییرات است. تمام اجزاء ارتباطی در تغییرند و هیچ کدام به عنوان جزئی ثابت و غیر قابل دگرگونی دیده نمی شوند. لذا برای تجزیه و تحلیل فراگرد ارتباط، لازم می شود که آن را متوقف و به اجزای کوچک تر تجزیه و رابطه بین اجزای آن را مشخص کرد و سپس تاثیر و تاثیر متقابل آن ها را در نظر گرفت.

منظور از «فراگردی بودن ارتباطات» این است که ارتباط غیر قابل برگشت است و شرایط ارتباطی تکرار ناپذیر است. ارتباطات فرایندی است «برگشت ناپذیر»، زیرا هنگامی که پیامی می فرستیم، نمی توانیم آن را بی اثر سازیم. هنگامی که زبان را در دهان می جنبانیم، یا نگاهی معنادار می اندازیم، یا عصبانی می شویم، دیگر نمی توانیم آثار آن را پاک کنیم. عذرخواهی یا انکار ما نیز نمی تواند آنچه را اتفاق افتاده است بی اثر سازد.

همواره یک پدیده ارتباطی از شرایط حاکم بر خود بر می خیزد و بر پدیده های ارتباطی بعدی تاثیر می گذارد. پدیده ها، مانند دانه های زنجیر به هم متصل هستند و هر حلقه، حلقه دیگر را همراه خود می آورد. لذا ارتباطات پدیده ای تکاملی است که از افراد و نظام اجتماعی نشات گرفته و به نوبه خود بر آن ها تاثیر می گذارد. بدین ترتیب از طریق فراگرد ارتباط، انسان ها و نظام های اجتماعی تکامل می یابند، تغییر می پذیرند، خود را با شرایط منطبق می کنند، رشد می یابند، با کهنگی از میدان به در می روند و در نهایت خاموش می شوند.

ارتباطات فرایندی است «پیوسته»، یعنی این که هرگز متوقف نمی شود. همه ما افکار و اطلاعات دریافتی را در هنگام خواب و رویا، تفکر و بیان پرورش می دهیم. مغز ما همواره فعال است و ما همواره در حال برقراری ارتباط هستیم.

۳ – فراگرد ارتباطی نظام گراست:

ارتباطات را می توانیم به منزله یک سیستم یا نظام بدانیم که دارای مجموعه ای از عوامل به هم پیوسته و در حال تعامل با یکدیگر است که به صورت یک کل برای هدف و منظور خاص فعالیت می کنند. اجزاء و عناصر ارتباط که با هم پیوستگی و تعامل دارند عبارتند از: منبع یا فرستنده، پیام، مجرا یا وسیله ارتباط، گیرنده، نظام اجتماعی که ارتباط در آن صورت می گیرد، اختلال یا پارازیت، بازخورد یا پس فرست.

۴ – فراگرد ارتباطی میان کنشی و پویا است:

ارتباطات فرایندی است «پویا»، یعنی این که پیوسته از حالتی به حالت دیگر تغییر می کند. چون دیدگاه ها، توقعات، احساسات و عواطف افرادی که در حال برقراری ارتباط هستند مدام تغییر می کند.

فراگرد ارتباطی بر پویایی رابطه میان انسان ها استوار است. میان کنش در ارتباطات عموماً به تبادل پیام ها اطلاق می شود که میان دو نفر در جریان است که این خود ممکن است به تغییر در پیام ها منتج شود.

میان کنش، زمانی رخ می دهد که یک جریان و رابطه داد و ستدی در بین اجزای فراگرد ارتباط به وجود آید. وقتی دو نفر با هم ارتباط برقرار می کنند، در تمام لحظه های ارتباط و تبادل و میان کنش، هر یک دگرگون می شوند و این دگرگونی، ناشی از تغییر در نگرش ها و تمایلات هر یک از آنها است. هر دو طرف ارتباط تغییر می

پذیرند، هر چند که ممکن است یکی از آنها از خود چنین تغییری را کمتر بروز دهد و سعی در پنهان کردن احساس و رفتار خود کند. دگرگونی، گاه در باورها و نگرش هاست، گاه در احساسات و گاه در رفتارها.

۵- ارتباطات می تواند ارادی باشد یا غیر ارادی:

توجه فرستنده یا گیرنده پیام (ارادی یا غیر ارادی بودن ارسال یا دریافت پیام)، چهار حالت ممکن است به وجود آید:

حالت اول: فرستنده، پیام را به گونه ای ارادی می فرستد و گیرنده نیز آن را به گونه ای ارادی دریافت می کند (مانند بیشتر ارتباطات موثر روزمره).

حالت دوم: فرستنده پیام ممکن است پیام را به گونه ای غیر ارادی بفرستد اما گیرنده آن را به گونه ای ارادی دریافت می کند (مانند استراق سمع).

حالت سوم: فرستنده، پیام را به گونه ای ارادی می فرستد اما گیرنده به گونه ای غیرارادی از خود واکنش نشان می دهد (مانند حواس پرتی در کلاس درس).

حالت چهارم: ممکن است هر دو طرف فراگرد ارتباطی، یعنی فرستنده و گیرنده پیام، نسبت به فراگرد ارتباطی و پیام ارسالی ناآگاه باشند (مانند بی توجهی ما نسبت به لباسی که پوشیده ایم و قضاوت نادرست دیگران در باره ما به خاطر آن لباس).

۶- ارتباطات می تواند تعاملی یا مروده ای باشد:

ما در خلاء ارتباط نمی گیریم بلکه فراگرد ارتباطی در محیط شکل می گیرد و محیط تاثیر می گذارد بر این فراگرد، و بر درک آن چه بین خود رد و بدل می کنیم و بر سطحی که ارتباط می گیریم. محیط و شرایط اجتماعی که در آن قرار داریم، نگرش و رفتار ما را تغییر می دهد و در نتیجه ما با دیگران با توجه به وضعیت و شرایط حاکم، به گونه ای متفاوت ارتباط برقرار می کنیم.

کنش و واکنش های ما در مقابل یکدیگر در چارچوب نظام اجتماعی و شرایط فیزیکی حاکم بر ما است. مثلاً آن چه ما با برادر و خواهر خود در خانه در میان می گذاریم با آن چه در محل کار می گوئیم متفاوت است. همچنین باورها و نگرش های ما با ورود به محیط کار و دانشگاه تغییر می کند و بر نحوه ارتباط ما با دیگران تاثیر می گذارد. نگرش ما در کلاس فیزیک با نگرش ما در مجلس ترحیم یک عزیز از دست رفته متفاوت است. لذا ارتباط ما با دیگر انسان ها، به یک شکل و شیوه نیست و با هر کس و در هر شرایطی، به گونه ای منحصر به فرد، ارتباط خود را شکل می دهیم.

ارتباطات فرایندی است «تعاملی»، زیرا پیوسته با خود و دیگران در تماس هستیم. اطرافیان نسبت به سخنان و اعمال ما واکنش نشان می دهند و ما نیز در برابر سخنان و اعمال دیگران، واکنش نشان می دهیم و به پاسخگویی می پردازیم. بنابراین چرخه ای از کنش و واکنش ها، مبنا و اساس فعالیت های ارتباطی ما قرار می گیرند.

چون محیط فیزیکی و شرایط اجتماعی که در آن قرار می گیریم، نگرش و رفتار ما را تغییر می دهد، در نتیجه ما با دیگران به گونه ای متفاوت ارتباط برقرار می کنیم. به عبارت دیگر ارتباط ما با دیگران موقوف به وضعیت و شرایط حاکم بر ماست.

ما نه تنها با خود در حال کنش مداوم هستیم، بلکه با محیط خود نیز کنش ویژه ای داریم. ما آن شده ایم که فرهنگ، نظام های اجتماعی، محیط جغرافیایی، و ویژگی های فردی ما آن را خواسته اند و یا مجبور به پذیرش آن ها شده ایم. اگر این شرایط دگرگون شوند ما نیز دگرگون شده و ناچار به سازش و انطباق با این دگرگونی ها می شویم. بر خلاف آن چه خیلی از انسان ها تصور می کنند که آزادند، واقعیت این است که انسان تابعی از محیط جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی خویش است و همین محیط ها هستند که به هستی و رفتار او معنا می دهند.

ما نسبت به برخی از افراد احساس نزدیکی بیشتری می کنیم و در برقراری ارتباط با آنها راحت تریم. «نزدیکی» در ارتباطات بین اشخاص، بر پایه محیط جغرافیایی یکسان، محیط اجتماعی یکسان، محیط فرهنگی یکسان و نزدیکی نگرش ها اتفاق می افتد.

خرده فرهنگ های محلی، قومی، نژادی، زبانی و مذهبی نسبت به یکدیگر احساس نزدیکی بیشتری می کنند و لذا بین آن ها ارتباط موثرتری اتفاق می افتد. همچنین افرادی که دارای مشاغل و نقش های مشترک هستند با هم راحت تر ارتباط می گیرند. چون در بین افرادی که از خرده فرهنگ های همسان و یا خرده نظام های اجتماعی یکسان هستند، ادراکات مشترک، نگرش های یکسان و نیز کدهای مشابه (برای رمزخوانی و رمز گشایی) وجود دارد.

ارتباطات، فرایندی «محتوایی» (زمینه ای) *Contextual* است، زیرا ارتباطات وابستگی زیادی به کل تجربه انسانی ما دارد. پیچیدگی ارتباطات، ما را وادار می کند تا دانش و مهارت های لازم را برای برقراری ارتباط کسب کنیم و با محیط هماهنگ گردیم. نوعی که ما با مادر خود صحبت می کنیم با نحوه حرف زدن ما با دوستان مان تفاوت دارد. در بعضی جلسات مودبانه سخن می گوئیم ولی در موقع صحبت با مکانیک ماشین یا با مغازه دار سر کوچه لحن مان غیررسمی تر می شود. گاهی هم حرفی نمی زنیم و کلمه ای را بر زبان نمی آوریم اما با حرکت دادن اعضای بدن خود، منظور و مقصودمان را به دیگران می رسانیم.

ارتباطات مرادده ای است، زیرا:

- ۱- ارتباطات در درون محیط فرهنگی و اجتماعی اتفاق می افتد.
 - ۲- ارتباطات درک ما را از واقعیت شکل می دهد.
 - ۳- ارتباطات درک ما را با درک دیگران در هم می آمیزد.
- ارتباطات وسیله ای است که با آن به فراسوی خویشتن خویش می رویم و به قلمروی دیگران پای می گذاریم و دنیایی را که در آن زیست می کنیم در می یابیم.

۷- ارتباطات عملکردی (یا مبتنی بر وظیفه) است:

ارتباطات انسانی، وظایفی را بر عهده دارد که می باید به آن ها عمل کرده و هدفی را جامه عمل بپوشاند. مهمترین وظایف ارتباطات انسانی عبارتند از:

- ۱- *وظیفه پیوستگی*: به کمک ارتباطات ما به دیگران می پیوندیم و خود را با دگرگونیهایی که به وجود می آورد سازگار می کنیم. ارتباط موجب ایجاد یا افزایش یا از بین رفتن یا کاهش پیوستگی میان طرفین ارتباط یا اشخاص می شود.
- ۲- *وظیفه اطلاعاتی یا استدراکی*: ارتباطات موجب افزایش اطلاعات یا افزایش درک از طرف مقابل ارتباط می شود. ما با دیگران ارتباط برقرار می کنیم تا تغییری در اطلاعات آنها به وجود آوریم و یا خود را با آن ها سازش داده و یا آن ها را به سوی انطباق با خود بکشانیم.
- ۳- *وظیفه تاثیرگذاری*: به کمک ارتباط می خواهیم نگرش ها، باورها، ارزش ها و یا رفتار دیگران را تغییر دهیم. ما با دیگران ارتباط برقرار می گیریم تا نگرش ها، باورها، ارزش ها و رفتار آن ها را تغییر دهیم. یعنی سعی در تاثیر گذاری یا نفوذ در دیگران داریم تا تغییرات دلخواه خود را در آنان ایجاد کنیم. دیگران نیز چنین می کنند.
- ۴- *کارکرد تصمیم و تصدیق*: به کمک ارتباط می خواهیم تصمیم درست تر و بهتری بگیریم. همچنین تصمیمات موثر خود را درک کرده و خود را با آن ها انطباق دهیم. به کمک ارتباط می خواهیم تصمیم های گذشته را تصدیق یا رد کنیم.

موثر بودن ارتباط

برای این که بدانیم آیا ارتباط موثر بوده است یا نه، ابتدا باید مقصودمان از برقراری ارتباط روشن باشد. سپس ببینیم که تا چه اندازه در رسیدن به این مقصود موفق بوده ایم.

مقصود ما از ارتباط حداقل یکی از این پنج مورد است:

(۱) درک: اولین مشکل در ارتباط این است که پیام درست درک نشود. اگر دریافت کننده پیام منظور ما را درست درک کند و متوجه شود، به اولین مقصود خود در ارتباط دست یافته ایم. برای این که مطمئن شویم منظور ما درست درک شده است، در ارتباطات میان فردی از بازخورد کمک می گیریم و دوباره توضیح می دهیم تا مشکل حل شود.

در ارتباطات گروهی کوچک، از راه بحث گروهی، ارایه مثال و تشبیه و بیان دوباره و خلاصه مطلب سعی می‌کنیم منظورمان را بفهمانیم. در ارتباطات سازمانی، از راه برگزاری جلسه، ارسال یادداشت و نامه کتبی، ارتباطات غیر کلامی و گردش اطلاعات، سعی می‌شود تا موضوع درست درک و فهمیده شود. در ارتباطات جمعی، چون بازخورد مستقیم وجود ندارد، برای این که میزان درک بالا رود سعی می‌شود تا از ارتباط گران (مجربان، بازیگران و...) دارای مهارت و توانایی ارتباطی بالا استفاده شود. همچنین با سازماندهی اخبار و اطلاعات و تفسیر و تعبیر آن‌ها، سعی می‌شود که میزان درک افزایش یابد.

۲) لذت و مسرت: یکی دیگر از هدف‌های ما از برقراری و توسعه ارتباط با دیگران، ایجاد شرایط مناسب‌تر زیستن با هم و پایه‌گذاری زندگی خوش‌تر و بهتر در رابطه با دیگران است. بسیاری از روابط ساده و کوتاه‌مدت در زندگی، مانند سلام و احوالپرسی، به همین منظور صورت می‌گیرد. شرکت در میهمانی‌ها، عروسی‌ها، عزاها، و غیره در زمره این روابط اند. از طریق این گردهمایی‌ها و مجالست‌ها، ما سعی می‌کنیم با دیگران پیوند بیشتری پیدا کرده و از زندگی خود لذت بیشتری ببریم.

درجه‌ای که ما ارتباطات را لذت بخش می‌دانیم، کاملاً بستگی به احساسی دارد که ما از فرد مقابل خود داریم. اگر فرد مقابل را دوست داشته باشیم، ارتباط برای ما با معنی و لذت بخش خواهد بود و از طولانی شدن آن خسته نمی‌شویم. برعکس اگر فرد مقابل برای ما ناخوشایند باشد، می‌خواهیم هر چه سریع‌تر ارتباط را خاتمه داده و خود را خلاص کنیم. (اگر به طور مکرر ارتباط با کسی را ناخوشایند یافتیم، به تدریج از دامنه ارتباطی ما با او کاسته خواهد شد و سعی در گریز و یا در صورت اجبار کوتاه کردن ارتباط خود با او خواهیم کرد.)

۳) نفوذ در نگرش‌ها: در بسیاری از وضعیت‌های ارتباطی، آن‌چه برای ما خیلی اهمیت دارد، اثرگذاری بر مخاطب و نفوذ در نگرش‌های اوست. ما علاقه مند هستیم که نگرش او را در مورد مسئله مورد نظر دگرگون کرده و با آن‌چه خود می‌اندیشیم یکسان سازیم.

۴) گسترش روابط: برای برقراری ارتباطات اثربخش، نیاز به فضای روانی مثبت و قابل اتکا و اعتماد وجود دارد. اگر فضای ارتباطی نامناسب باشد، حتی بهترین پیام با ماهرانه‌ترین شیوه ارسال پیام، نمی‌تواند موجب شکل‌گیری یک ارتباط موثر و اثربخش شود. برخی از دشواری‌هایی که در روابط انسان‌ها پدید می‌آید و به شکست در برقراری ارتباط می‌انجامد، نتیجه سوء تفاهم‌ها است. عوامل زیادی مثل خستگی مفرط، عصبانیت، سراسیمگی یا اغتشاش روانی باعث بروز سوء تفاهم و شکست در ارتباط می‌شوند.

مثال: رای دهندگان ممکن است نسبت به نماینده خود بدبین شوند که او به قول‌های خود و آن‌چه وعده داده بود، وفا نکرده و به آن‌ها عمل نخواهد کرد. او فقط می‌خواست انتخاب شود و شد. همسر جوان ممکن است به شوهر خود بدبین شود و تصور کند که تمام وعده‌هایی را که در دوران نامزدی داده بود فراموش کرده است و دیگر آن آدم قبلی نیست. استاد ممکن است نسبت به دانشجویانش بدگمان شود که چرا به امتحان میان‌ترم نیامده است و بیماری را بهانه کرده در حالی که در همان زمان او را در حیاط دانشکده دیده و عذر بیماری او بی‌پایه و اساس است.

۵) کنش یا عمل: یکی از اهداف ارتباط، برانگیختن مخاطب به عمل است. تمام پیامدهای ارتباطی که به آن‌ها اشاره شد (درک، لذت و مسرت، تاثیر بر نگرش‌ها، و گسترش روابط)، در صورتی حائز اهمیت هستند که در زمان و مکان معین به کار گرفته شوند. لذا مواردی وجود دارند که «عمل» عامل مهمی برای موفقیت و اثربخشی ارتباطات است. فروشنده‌ای که با تعریف از جنس خود می‌خواهد نگرش شما را نسبت به جنس مثبت کند در واقع قصدش این است که شما جنس را بخرید. در تبلیغات سیاسی نیز هدف نهایی تبلیغ‌گر این است که شما در زمان مقرر عمل مورد نظر او (مثل شرکت در انتخابات، یا پیوستن به تظاهرات و...) را انجام دهید و هدف او به تغییر نگرش شما محدود نمی‌شود.

فصل دوم - ارتباطات به عنوان رفتاری آموختنی

رفتار ارتباطی، مانند رفتارهای اجتماعی دیگر، کاملاً آموختنی است و افراد با مهارت ارتباطی بالا از مادر زائیده نمی شوند. اما این کار (آموختن رفتار ارتباطی) چگونه صورت می گیرد؟ اگر در اطراف خود دقت کنیم افراد زیادی را با خصوصیات ارتباطی مختلف می بینیم. بعضی ها کم حرف و بعضی ها پر حرف هستند. بعضی ها کسل کننده و خشک هستند اما بعضی دیگر بسیار گرم و صمیمی. روش های ارتباطی این افراد با یکدیگر متفاوت است. اما چرا و چگونه این رفتارها شکل می گیرند؟ در این مورد سه نظریه وجود دارد:

(۱) نظریه شرطی شدن کلاسیک: بسیاری از واکنش های انسانی، حالت شرطی به خود می گیرند. برای مثال شما می آموزید که در مقابل فردی که او را دوست دارید واکنش عاطفی نشان دهید. بعد از مدتی حتی با شنیدن نام او (که فقط یک کلمه است و نه خود او)، در شما یک حالت مثبتی پدید می آید. زیرا یک تجربه خوشایند با آن اسم همراه است و شما با به خاطر آوردن آن اسم، آن تجربه را در ذهن خود زنده می کنید.

(۲) نظریه یادگیری وسیله ای یا ابزاری: یادگیری ابزاری یا وسیله ای، بر پایه اصل «پشتیبانی» یا «تقویت» شکل می گیرد. مثلاً تحقیق روی کودکان شیرخوار نشان می دهد که اگر وقتی آن ها سر و صدا (آواهای کودکان)، به راه می اندازند به آن ها پاداش (مثلاً شیر مادر، نوازش یا لبخند) داده شود، سر و صدای بیشتری می کنند. اما اگر در برابر سر و صدای آن ها عکس العملی نشان داده نشود، پس از مدتی سر و صدای آن ها هم کم می شود. لذا عامل «تقویت» یا «پشتیبانی» بر رفتارهای ارتباطی اثر می گذارد، یعنی بعضی از رفتارها را جرح و تعدیل و بعضی دیگر از رفتارها را به کلی خاموش می کند. برای مثال، در وضعیت های اجتماعی خاص، اشخاص سعی می کنند تا حد ممکن مودب بوده و (حتی به قیمت زیر پا نهادن حقیقت) نسبت به دیگران با نزاکت رفتار کنند. حال اگر فردی متوجه شود که دیگران این نوع رفتار او را تحمل بر تزلزل، ناتوانی و غیر قابل اعتماد بودن او می کنند، در صدد برمی آید که رفتار خود را تغییر دهد. لذا سعی می کند رک بودن و صراحت را فدای مودب بودن نکند و به جای نشان دادن یک رفتار کنترل شده بر اساس احساسات درونی خود واکنش نشان دهد. حال اگر بدین ترتیب دیگران او را فردی منطقی، دلسوز، صادق و صمیمی تلقی کنند، رفتار ارتباطی جدید او تقویت می شود. یعنی رفتار قبلی خاموش می شود و رفتار جدید جایگزین آن می شود. هر یک از ما روزانه صدها واکنش از خود نشان می دهیم که برخی از آن ها تقویت شده و تعدادی نیز در نقطه مقابل نهی می شوند. تقویت یک رفتار، این تضمین را می دهد که آن رفتار باز هم تکرار خواهد شد.

تقویت، به اشکال گوناگون مطرح می شود. لبخند، نوازش و صداهای ملایم از سوی بزرگترها، عوامل تقویت کننده برای آواهای نوزادانه است. تقویت برای یک بزرگسال ممکن است لبخند، تماس چشمی، تمجید و ستایش، روی موافق نشان دادن، دادن امتیاز، پول، پذیرش اجتماعی یا ترفیع شغلی باشد. شنیده شدن توسط فرد یا افرادی که برای ما اهمیت دارند، خود عامل تقویت بسیار قوی می باشد. والدینی که بسیار گرفتارند و فرصت پرداختن و گوش دادن به فرزندان خود را ندارند و به اشتیاق فرزندان در این مورد پاسخ مثبت نمی دهند، عامل تقویت را سرکوب می کنند. آنان به تدریج تلاش فرزندان خود را در برقراری ارتباط خنثی می سازند. این فرزندان در بلندمدت در اکثر زمینه ها اشتیاق به ارتباط را از دست داده و درون گرا یا ارتباط گریز می شوند.

در حقیقت این که ما به خوبی شنیده شویم و یا مورد توجه قرار گیریم، بزرگ ترین تقویت است. این یک دشواری عمده است که اکثر ما شنوندگان خوبی نیستیم و یا به سخنان دیگران توجه چندانی نداریم. سخن گفتن، به مراتب، بیشتر افراد را برمی انگیزد تا فقط شنیدن. بنابراین در گفتگوهای گروهی کوچک، آنانی که بیشتر سخن می گویند رضایت بیشتری از خود نشان می دهند و آنهایی که مشارکت کمتری داشته و کمتر سخن می گویند رضایت کمتری خواهند داشت.

رفتارها در حالات مختلف نتایج گوناگونی را به وجود می آورند. رفتارهایی که در برخی وضعیت ها و حالات مناسب می باشند، ممکن است در وضعیت و حالات دیگر نامناسب باشند. یک سیاستمدار حرفه ای که با رقیب خود به مناظره نشسته است و در این مناظره از منطق قوی، پیام های کلامی محکم و تهاجمی و پیام های غیر کلامی شدید استفاده می کند و رقیب خود را در موضع انفعالی شدید قرار می دهد و بر او می تازد، شاید مورد توجه

اطرافیان‌ش قرار گیرد و به خاطر کارهایش تقویت شود، اما اگر همین شخص همین رفتار را در یک نشست مربوط به حل تعارض از خود بروز دهد نه تنها تقویت نمی‌شود بلکه مورد شماتت اطرافیان قرار می‌گیرد و او را به طرف خاموشی سوق می‌دهند. در این وضعیت جدید او می‌باید روح همکاری را به گروه القاء کند و از هر چیز که موجب عدم همکاری و تفرقه می‌شود بپرهیزد. مناظره و مباحثه کردن و نیز مشکل‌گشایی و حل تعارض هر دو نیازمند مهارت‌های ارتباطی هستند، اما هر کدام از آن‌ها به نوع متفاوتی از رفتار نیاز دارند.

تا حد زیادی، تمام یادگیری اجتماعی ما، به تشخیص وضعیت و واکنش صحیح ما در برابر آن وضعیت وابسته است.

۳) یادگیری اجتماعی: نظریه یادگیری اجتماعی بر این نکته تاکید دارد که لزوماً نباید رفتارهای ما تقویت شوند تا ما آن‌ها را تکرار کنیم، بلکه ما می‌توانیم بسیاری از رفتارها را به سادگی و فقط با مشاهده آن‌ها از دیگران فرا بگیریم. لذا در این نظریه، نقش مشاهده و اثر دیگران بسیار زیاد است.

بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، بسیاری از روش‌های ارتباطی ما، زمانی که بسیار خردسال بوده ایم شکل گرفته است. این شکل‌گیری از طریق الگوبرداری و یا تقلید می‌باشد. والدین عموماً اولین و بهترین الگوی ما می‌باشند. خواهران و برادران، بستگان، دوستان، همسایگان و معلمان بهترین منابع تقلیدند. خواندن و شنیدن داستان‌ها، دیدن فیلم‌ها، تماشای برنامه‌های تلویزیونی نیز منابع تقلید هستند. شیوه‌ای که ما خشم خود را به دیگری منتقل می‌کنیم، اغلب از والدین خود آموخته ایم. الگوسازی و الگو برداری در طول حیات ما به پطش می‌رود و هرگز توقفی در آن وجود ندارد. برای مثال، شیوه‌ای که دانشجویان در محوطه دانشگاه لباس می‌پوشند و سخن می‌گویند به میزان زیادی از دانشجویان دیگر تقلید شده است. در دنیای کار و حرفه، بیشتر کارکنان الگوی خود را از رئیس خویش می‌گیرند. ما معمولاً الگوی خود را از کسانی دریافت می‌کنیم که احساس می‌کنیم بیشترین اقتدار را دارند و در زندگی ما نقش برجسته‌ای را ایفا می‌کنند.

رسانه‌های گروهی به میزان قابل توجهی الگو ارایه می‌دهند. علاوه بر رسانه‌های گروهی، گروه‌های مرجع مثل هنرمندان، ورزشکاران، سیاستمداران، شخصیت‌های تلویزیونی و سینمایی نیز در ارایه الگو نقش عمده‌ای را به عهده دارند.

سوالاتی که ممکن است مطرح شود این است که تفاوت رفتارهای ارتباطی زنان و مردان آیا اکتسابی است یا بر اساس سائقه‌های درونی و جنسی؟ نظریه پردازان معتقدند که بسیاری از تفاوت‌های رفتاری بین زن و مرد فراگرفتنی است و در سال‌های اولیه زندگی آنان شکل می‌گیرد. این شکل‌گیری بر اساس تقویت و الگوبرداری است. تعداد زیادی از روان‌شناسان و نظریه پردازان ارتباطی بر این عقیده‌اند که بیشتر بانوان، سازگار، غیرجسور، خجالتی و وابسته به دیگران پرورش داده شده‌اند. به آنان چنین آموخته‌اند که جسارت و رفتار جسارت‌آمیز، رفتاری غیرخانمانه است و نباید از خود نشان دهند. به عبارت دیگر، برای آنان نه پرخاشگری بلکه رفتاری غیر جسورانه پسندیده است.

آموزش جرات ورزی:

میان رفتار پرخاشگرانه که از طریق آن شخص به دنبال زیر پا نهادن حق دیگران است و رفتار توام با جسارت یا جرات ورزانه که به وسیله آن شخص طالب احقاق حق خویشتن بدون زیر پا گذاشتن حق دیگران است تفاوت وجود دارد. جسارت یا رفتار جرات ورزانه، بیان مناسب احساسات، عقاید و باورهای یک شخص به گونه مستقیم، صمیمی و دور از ملاحظات است. در حال حاضر در بیشتر کشورهای پیشرفته، کلاس‌ها و دوره‌های کوتاه مدت و بلند مدت جرات ورزی و دیگر مهارت‌های ارتباطی وجود دارد که با هدف سرمایه‌گذاری روی نیروی انسانی سازمان‌ها این دوره‌ها برگزار می‌شوند.

مشاوران روش‌های مختلفی را در آموزش جرات ورزی به کار گرفته‌اند. برخی مشاوران، از روش‌های «رفتار درمانی» و بعضی دیگر از روش «نمایش رفتاری» استفاده می‌کنند. در روش‌های «رفتار درمانی»، به آموزش مهارت‌های ارتباطی مانند اقناع و ترغیب، رویارویی، و اصلاح رفتارهای کلامی می‌پردازند. روش «نمایش رفتاری» عبارت

است از نوعی تمرین ایفای نقش که از طریق آن، فرد مورد نظر به نمایش یا تمرین آن دسته از نقش‌های ویژه می‌پردازد که بخشی از زندگی او را تشکیل می‌دهند و باید به گونه‌ای توأم با جرات و جسارت مطرح شوند. از جمله دلایل بروز رفتارهای غیر جرات‌ورزانه، احتراز از تعارض، اضطراب و عدم توافق است. از سوی دیگر، عزت نفس و رضایت هر انسان به کمک روش‌های ارتباطی مبتنی بر جرات‌ورزی افزایش می‌یابد.

بازخور و اهمیت آن

بازخور می‌تواند بر رفتار و الگوی عملکرد ما تاثیر بگذارد. بازخور باعث تقویت برخی از رفتارها و خاموشی بعضی دیگر از رفتارها می‌شود. در بیان اهمیت بازخور می‌توان به مواردی که در ادامه می‌آید اشاره کرد:

۱) نقش بازخور در نفوذ و اثرگذاری بر دیگران:

در روابط میان فردی، بازخور می‌تواند به صورتی ظریف بر نتایج رابطه بین دو طرف ارتباط تاثیر گذارد. مثلاً بی‌توجهی مخاطب به گفته‌های فرستنده پیام پس از مدت کوتاهی او را به سمت خاموشی سوق می‌دهد. در مصاحبه یا گفت‌وگوهای دوستانه، با نشان دادن بازخور مثبت (با ذکر کلمات یا عباراتی مانند «خوب»، «درست» و نیز نشانه‌های غیر کلامی مثل تکان دادن سر و ادای آواهایی همچون «ها،ها»، «هوم،هوم» و غیره) می‌توان به میزان زیادی طرف مقابل خود را برانگیخت و با تقویت گفته‌های او، او را به سخنگویی بیشتر و مبسوط‌تر تحریک کرد. در مصاحبه‌ها، یک تکان ساده سر اعجاز می‌کند.

ما به عنوان فرستنده پیام انتظار چنین پاسخی را از شنوندگان پیام خود داریم و آنها را عامل تقویت می‌دانیم. اگر این پاسخ‌ها را دریافت نکنیم، ارزیابی ما از دریافت‌کنندگان پیام منفی خواهد بود.

ارایه بازخور، یک جنبه اساسی هر ارتباط دوسویه است. ارسال بازخور، یک رفتار فراگرفتنی است. اگر شما متوجه شوید که بازخور فرستاده شده، نامطلوب و یا غیر قابل انتظار است، رفتار ارتباطی خود را اصلاح خواهید کرد تا بدین ترتیب بازخور مورد انتظار خود را دریافت کنید. به عبارت دیگر، ما به عنوان دریافت‌کننده پیام، هم باید نوعی بازخور از خود نشان دهیم و هم باید نسبت به پاسخ طرف مقابل به بازخورمان، حساس و آگاه باشیم. موافقت با کسی که با ما صحبت می‌کند و تشریح گفته‌هایش، به مشارکت بهتر او در ارتباط می‌انجامد. در گروه‌های کوچک، یک سوم گفت‌وگوها به بازخور اختصاص می‌یابد و بیشتر این بازخورها معطوف به پشتیبانی یا تشریح صحبت‌های قبلی است.

۲) ارزش اطلاعاتی بازخور:

جهت‌گیری ما از مسایل و پدیده‌ها، تا اندازه زیادی بستگی به ارزیابی ما از خودمان دارد. بازخور، منبع مهمی از اطلاعات در مورد «خود» است. هر یک از ما برداشت تقریباً ثابتی از خود داریم. بخشی از این برداشت، از طریق بازخوری که از دیگران دریافت می‌کنیم شکل می‌گیرد. اینکه دیگران ما را چگونه شخصی ارزیابی می‌کنند بر نگرش ما راجع به خودمان تاثیر می‌گذارد.

فردی که از رفتار رییس ما بانه برخی از مدیران گله و شکایت دارد با دستیابی به سمت مدیریت، کم‌کم تغییر حالت می‌دهد و خود همان کاری را می‌کند که پیشتر از آن بیزار بود. او با دستیابی به این سمت، طبعاً تابع نگرش‌ها و بازخورهای دیگران می‌شود و آنان با توجه به قدرتی که او به دست آورده است بازخوری متفاوت از آن چه پیش‌تر بود به او می‌دهند و او ناخودآگاه تابع آن بازخور می‌شود و رفتار می‌کند.

می‌توان گفت بازخور اثر مستقیمی به سطح «عزت نفس» یا «حرمت به خود» دارد. این «عزت نفس» یا «حرمت به خود»، عنصر اساسی «برداشت از خود» است. اگر دانش‌آموزی در حد میانی کلاس خود باشد و توسط معلم یا دوستان به او بازخوری متفاوت از حد میانی داده شود و مثلاً او را در رده بالای کلاس جای دهند، کم‌کم خود را واقعا به آن جا می‌کشاند.

۳) تاثیر بازخور بر اصلاح رفتار:

وقتی ما بازخور منفی از افراد اطراف خود دریافت می‌کنیم، این بازخور ما را مضطرب کرده با اضطراب و دستپاچگی بیشتر عمل می‌کنیم. در مقابل با دریافت بازخور مثبت، جرات و اعتماد به نفس ما فزونی می‌یابد و با قدرت و اعتماد به نفس بیشتر عمل می‌کنیم. در سخنرانی‌ها و یا در زمان اداره جلسات، بازخور منفی می‌تواند

موجب گسستگی کلامی و به هم ریختگی سازماندهی سخنرانی سخنران شود. او در عین این که نکات فراوانی می داند و آماده کرده است، دچار نوعی از هم پاشیدگی کلامی می شود. با ظهور بازخور منفی، سخنران با علایمی مانند بلند کردن صدا، عصبیت، ترس از صحنه، تماس چشمی و حرکات بدن ناراحتی خود را نشان می دهد. در واقع او تحت تاثیر بازخور منفی که دریافت کرده، به این مرحله می رسد و چنین علایمی را از خود نشان می دهد.

هر چند ممکن است بازخورهای منفی باعث گسستگی و ناراحتی موقتی شوند، اما در شکل گیری و تکامل مهارت های ارتباطی ارزشمندند. در یک کلاس درس، دانشجویان را دو به دو سازماندهی کردند و به آنان آموزش دادند که در صورت بروز هر گونه اشتباه یا رفتار نامناسب ارتباطی، به طرف مقابل خود تذکر لازم را داده و از ملاحظه کاری جدا خودداری کنند. ارزیابی انجام شده در پایان کلاس، نشان دهنده پیشرفت قابل ملاحظه کلاس بود. دانشجویان این تجربه را بسیار سخت و کسالت آور توصیف کردند اما آن را سازنده و آموزنده دانستند، زیرا بسیاری از عادت های ناپسند ارتباطی خود را تصحیح و رفتاری بهتر را جایگزین آن کرده بودند. آنان چنین اظهار داشتند که وقتی طرف مقابل بلافاصله عیوب آن ها را گوشزد می کرد در ابتدا برافروخته و ناراحت می شدند و در دل کینه ای نسبت به او احساس می کردند، اما بعد از چند تجربه پذیرفتند که این کار لازم و برای آن ها سودمند است.

البته بازخور منفی زمانی می تواند به گونه ای اثربخش به اصلاح ارتباطات و روابط بین اشخاص بیانجامد که گیرنده پیام احساس ایمنی کرده و بر این باور باشد که طرف مقابل از اظهار صفات نامطلوب او قصد توهین یا صدمه زدن به او را ندارد و قصد اصلی او از اظهار آن، اصلاح و خیرخواهی است. با اندک نگرانی و احساس ناامنی یا تصور توهین در مقابل بازخور منفی، شدت عمل نشان داده می شود و خطر گسستگی فراگرد ارتباطی وجود دارد. در ارتباطات سازمانی، متخصصان عقیده دارند که با اصلاح مکانیسم بازخور و استقرار شرایط مناسب برای ارائه درست و به موقع آن در سازمان ها، میلیاردها ریال منفعت نصیب سازمان ها می شود. یکی از بهترین و مطمئن ترین راه های وصول به کارایی بیشتر در میان کارکنان، دادن بازخور به موقع و درست از عملکرد آنان است.

انگیزش و پاداش و ارتباطات

هر رفتار انسانی مبتنی بر یک منطق است و در آن منطق، پاداشی نهفته است. این پاداش می تواند کاملاً مادی باشد و یا رضایت درونی فرد را تامین کند. اشخاصی که دارای نگرش های یکسان بوده یا تشابهات مشهودی دارند، در مقایسه با کسانی که تشابهات کمی نسبت به هم دارند، در هنگام ارتباط بیشتر به تقویت یکدیگر می پردازند.

در زمان برقراری هر رابطه ای، بعضی پاداش ها را دریافت می کنیم و یک سری هزینه هایی را نیز متحمل می شویم. پاداش ها عبارتند از، لذت (*pleasure*)، رضایت (*Satisfaction*)، و خوشی (*Gratification*) که ما از وقوع رابطه می بریم. هزینه ها عبارتند از عواملی که شامل احساسات منفی می باشند، و خستگی و کسالت و اضطراب ناشی از رابطه را نیز در برمی گیرند.

در تمام روابط میان فردی، ما به دنبال نتایج مثبت از طرف فرد مقابل خویش هستیم و نتایج رابطه با افراد مختلف را با هم مقایسه می کنیم که کدام یک بیشتر و بهتر است. درگیری در هر رابطه میان فردی، خود به خود موجب تضعیف روابط دیگر می شود. بدین معنی که وقتی شما عمیقاً در یک رابطه میان فردی وارد شدید، وقت کمتری برای روابط دیگر خواهید داشت و آن روابط رو به ضعف می گذارند. در زندگی روزمره ما هر روز صدها رابطه مختلف در سطوح گوناگون شکل می گیرند. برخی از روابط تقویت شده و روز به روز از قوت بیشتری برخوردار می شوند و برخی دیگر به تدریج به سمت کم رنگ شدن گرایش پیدا می کنند و آن قدر پیش می روند تا کاملاً محو شوند.

از حدود چهار دهه پیش صاحب نظران ارتباطات روی رابطه میان «پاداش و ارضاء نیازها» تاکید کرده اند و آن را در شکل گیری رفتارهای ارتباطی بسیار موثر دانسته اند. بر این اساس، افراد به خاطر ارضاء یک نیاز و یا دریافت پاداش، رفتار ارتباطی خاصی از خود نشان می دهند. لذا اگر ما بتوانیم انگیزه های حاکم بر اشخاص را

بشناسیم، خواهیم توانست رفتار ارتباطی آنان را پیش بینی کنیم. چهار عامل اساسی موثر بر رفتارهای ارتباطی افراد عبارتند از: نیاز به همبستگی، نیاز به موفقیت، میزان جزم گرایی، و ویژگی ماکیاولی.

(۱) نیاز به همبستگی:

یکی از عواملی که در رفتار ارتباطی اشخاص اثر انکارناپذیری دارد، نیاز آن ها به همبستگی یا نیاز بودن با دیگران است. نیاز به همبستگی عبارت است از خواست و آرزوی استقرار روابط دوستانه با دیگران و ماندن در این وضعیت تا آن جا که ممکن است. بیشترین پاداشی که بر اساس نیاز به همبستگی به وجود می آید، از همراهی و مصاحبت است. از این رو اشخاص سعی می کنند که در ارتباطات میان فردی بیشتر حالت دوستانه و توافق داشته باشند تا حالت عدم توافق و خصمانه. اشخاص با نیاز بالا، از نظر نیاز به همبستگی، دارای ویژگی های زیر می باشند: آرزو و رغبت زیادی برای پذیرش و تایید از سوی دیگران دارند. گرایش به هم سوئی و همنوایی نسبت به خواسته ها و هنجارهای دیگران دارند، زمانی که دوستی و پیوند با آن ها برایشان مهم باشد. اگر این دیگران، اندک فشاری در جهت اعمال خواسته های خویش وارد آورند، آنان به زودی تسلیم شده از خواسته و هنجار خود چشم پوشی می کنند. نسبت به احساسات دیگران علاقه زیاد و بی شائبه ای نشان می دهند.

رفتارهای ارتباطی آن ها کاملاً با کسانی که از نظر این نیاز در سطح پایینی قرار گرفته اند تفاوت دارد. برای مثال افراد با نیاز همبستگی بالا نسبت به دیگران نزدیکتر می نشینند، اغلب لبخند بر گونه دارند، به هنگام گفت و گو با دیگران نسبت به کسی که سخن می گوید بیشتر سر تکان می دهند، موافقت خود را به روشنی ابراز میدارند و در مقابل خود را مشتاق پذیرش موافقت طرف مقابل خویش نشان می دهند. بیشتر از حرکات دست و بازوان همراه با نشانه های غیر کلامی استفاده می کنند. در مجموع افراد با نیاز همبستگی بالا، بازخور غیر کلامی بیشتری از خود نشان می دهند. و اگر از اعتماد به نفس بالایی برخوردار باشند، تمایل زیادی در ارایه بازخورهای کلامی نیز داشته و از رفتارهای عاطفی بیشتری نسبت به دیگران استفاده می کنند.

اشخاص با نیاز همبستگی بالا در دنیای کار به دنبال فرصت هایی هستند که بتوانند به نیاز خود پاسخ دهند. از این رو آنان ترجیح می دهند در محل کار با دیگران باشند و از کار در محلهای خلوت و دور از دیگران پرهیز می کنند. آنان از درجه مشارکت بالایی در کار نسبت به دیگران برخوردارند و بیشتر درگیر امور عمومی می شوند. این افراد در حالاتی که نیاز به حمایت شخصی و توافق است بسیار خوب عمل می کنند. در مقابل افراد با نیاز کم همبستگی، به آرامش و تنهایی بیشتری نیاز دارند و علاقه دارند در محیط هایی کار کنند که خود به تنهایی از عهده انجام امور برآیند و کمتر به دیگران وابسته باشند. مدیر سازمان با درک این نکات می تواند کار مناسب را به افراد واگذار کند و آنان را در جهت رضایت شغلی سوق دهد.

نیاز به همبستگی با ترتیب و توالی تولد فرزندان دارای همبستگی معنی داری است. در تک فرزندان یا فرزندان اول این نیاز نسبت به فرزندان خانواده های چند فرزند و یا فرزندان آخر و دوم و سوم به شدت بیشتر مشاهده می شود.

حالات و شرایط اضطراب انگیز نیز، به شدت یافتن این نیاز کمک می کنند. درد، همراه می طلبد و انسان، شرایط دشوار را راحت تر با دیگران تحمل می کند، زیرا احساس می کند که دیگران هم با آن ها بوده و در نامایمات و دردها با آنان شریک می باشند. فرد مضطرب در انتظار افراد مضطرب دیگر است و ترجیح می دهد که آنان را در کنار خود داشته باشد.

(۲) نیاز به موفقیت:

دومین عاملی که بر شیوه ارتباطی افراد تاثیر می گذارد، نیاز آنان به موفقیت است. نیاز به موفقیت عبارت است از نیاز به نمایش درآوردن شایستگی های خود و به دست آوردن نوعی اعتبار و صلاحیت در پرتو آن. انگیزه نیاز به موفقیت، یک عامل اصلی شکل دهی شخصیت انسانهاست. افراد از نظر میزان نیاز به موفقیت با یکدیگر متفاوتند و این تفاوت به عنوان یکی از مهم ترین عناصر اجزاء شخصیت مطرح است. نیاز به موفقیت هم در سطح فردی و هم گروهی و جمعی مورد بررسی قرار گرفته است. در سطح فردی، افراد با نیاز به موفقیت بالا، خواهان برتری، رسیدن به معیارهای بالا، چه در کسب و کار و چه در ورزش و چه در حیات علمی خود می باشند. ولی در

عین حال، آنان علاقه مند و متوجه عکس العمل ها و پاسخ هایی می باشند که دیگران به آنها و رفتار آنها می دهند. سه ویژگی اساسی افراد با نیاز به موفقیت بالا به شرح زیر است:

اول این که آنان می خواهند شخصا مسئول انجام موفقیت آمیز وظایفی که به آنان محول شده است باشند. دوم این که آنان به میزان ملایمی به خطر جویی اعتقاد دارند و به میزان قابل توجهی واقع بینانه هدف های خود را شکل می دهند. چالش در امور، برای آن ها مسئله ای عادی است و از آن پرهیز نمی کنند. سوم این که آنان خواهان بازخور فوری و مشخص انجام امور خود از طرف دیگران می باشند. آن ها می خواهند بدانند که کار را چگونه انجام داده اند و به چه میزان موفق بوده اند. از این رو آنان اغلب به مشاغلی (مانند فروش) روی می آورند که نتیجه آن ها به سرعت نمایان می شود. این افراد از مشاغلی چون تحقیق و توسعه روی گردانند، چرا که نتیجه چندان محسوس و ملموس نمی باشد و بسیار با فاصله از انجام عمل حاصل می شود.

از نظر رفتارهای ارتباطی، ویژگی افراد با نیاز بالای به موفقیت، عمدتاً با تلاش فراوان در جهت شکل دهی به اعتماد به نفس بالای خود نمایان می شود و این افراد سعی می کنند تسلط خود را به طرف مقابل به منصفه ظهور برسانند، در عین این که در همان زمان سعی در جلب توجه دیگران نسبت به خود و رفتارهای خود دارند. آنان در گفت و گوهای دوجانبه یا چند جانبه بیشتر سخن می گویند و کمتر گوش می دهند، به ویژه زمانی که هدفی برای رسیدن مطرح باشد. در آن صورت آن ها کمتر به دیگران مجال سخنگویی می دهند و خود به گونه متکلم وحده عمل می کنند. بین اعتماد به نفس و نیاز به موفقیت رابطه وجود دارد. هر اندازه اعتماد به نفس در کسی تقویت شود می توان امیدوار بود که او نیاز به موفقیت بیشتری خواهد داشت.

۳) جزم گرایی:

بر اساس نتایج مطالعه در باره «گشودگی فکری» و «تجبر فکری»، هر انسانی دارای یک نظام «باور - ناباوری» است. این نظام، حاصل جمع باورها و ناباوری های او نسبت به دنیای مادی و اجتماعی خویش است. شخص کاملاً «جزم گرا» یا «متعصب»، دارای مجموعه ای از باورها و ناباورهای کاملاً شکل گرفته و بسته است، او به هیچ وجه آن ها را تغییر نمی دهد و دگرگونی آنها را بسیار ناگوار می داند. این مجموعه مرکزی از باورهاست که چارچوب رفتاری او را شکل می دهد و نه بردباری او در برابر باورها و نظرات دیگران. بستگی بیش از اندازه به باورهای خود و عدم پذیرش هر گونه دگرگونی در آن «جزم گرایی» است. از نظر کارشناسان علوم رفتاری، افراد جزم گرا را می توان با هر نوع نظر و باوری دید و از نظر جزم گرایی، تفاوتی بین یک آزادیخواه یا یک محافظه کار یا مستبد وجود ندارد، هر شخصی با هر نوع باور و دیدگاهی، در صورتی که در عقیده خود پافشاری کند و آمادگی پذیرش باورها و دیدگاه های دیگر را نداشته باشد، دارای شخصیتی جزم گراست.

اما چه چیزی برخی از مردم را نسبت به دیگران جزم گراتر می کند؟ جزم گرایی رفتاری فراگرفتنی است و این آموختن، مبتنی بر نگرش ها و باورهای والدین است. «گشودگی فکری» و «جزمیت» دو حد نهایی در روی یک پیوستار می باشند که میان آن دو درجاتی وجود دارد. این درجات می توانند زیاد و یا در برخی موارد کم باشند. افراد در طول زندگی شان ممکن است از درجه ای به درجه ای دیگر کشیده شوند. مثلاً جوانان دانشجو با ورود به دانشگاه و پوشیدن کسوت دانشجویی، سال به سال نسبت به گذشته خود از جزمیت کمتری برخوردار شده و با «گشودگی فکری» بیشتری به مسائل پیرامونی خود می نگرند.

جوهر «گشودگی فکری» و «تجبر فکری» در «ظرفیت تشخیص دادن اطلاعات از منبع اطلاعات و ارزیابی اطلاعات بر اساس شایستگی آن است». تمام اطلاعاتی که انسان دریافت می کند، دارای طبیعتی دوگانه است: اطلاعات مربوط به «موضوع» و اطلاعات مربوط به «منبع ارتباط» (شایستگی های او و درجه اعتبار و اعتماد به او). برای افراد با درجه جزمیت بالا، بسیار دشوار است که این دو قسم اطلاعات را، مجزا و منفک از یکدیگر مورد داوری قرار دهند. آنان بیشتر به فرستنده پیام توجه دارند تا محتوای پیام. به عبارت دیگر، آن ها بیشتر به گوینده مطلب توجه دارند تا آن چه گفته می شود.

اشخاص با درجه جزم گرایی بالا، نه تنها دشواری چشمگیری در ارزیابی باورها و نگرش های مخالف خود دارند، بلکه تحمل و شکیبایی شنیدن یا اندیشیدن به آن ها نیز برایشان دشوار است. باورها یا نگرش های مخالف

با نظام باور آن‌ها، برایشان تهدیدآمیز بوده و آنان را وادار به عکس‌العمل‌های شدید و گاه غیر منطقی می‌کند. مقاومت در برابر تغییر، از ویژگی‌های بارز افراد «جزم‌گرا» است. هر اندازه درجه جزم‌گرایی بیشتر باشد، مقاومت در برابر عقاید مخالف شدیدتر خواهد بود. در این حالت، دشواری عمده‌ای در برابر برقراری ارتباط با شخص جزم‌گرا پدید می‌آید. اصولاً ارتباط با افراد جزم‌گرا بسیار سخت است. هر اندازه پیام و فرستنده پیام با نگرش‌ها و باورهای گیرنده پیام در تعارض باشد، مقاومت او بیشتر شده، فراگرد ارتباطی از مسیر متعارف خارج و با دشواری‌های متعددی رو به رو می‌شود. این دشواری نه تنها در سطح فردی بروز می‌کند، بلکه در سطح گروهی و جمعی هم مطرح است.

۴) ماکیاولیسم:

چهارمین متغیری که بر رفتار ارتباطی انسان‌ها اثر شگرف می‌گذارد، میزانی از نفوذ و سلطه است که او بر طرف مقابل خود در یک ارتباط دارد و آن طرف را وادار به انجام خواسته‌های خود می‌کند. دو طرف ارتباط، هر یک اثر و نفوذی بر دیگری دارند. هر اندازه این نفوذ در یک طرف ارتباط بیشتر باشد، می‌تواند طرف مقابل خود را بیشتر به سمت آن چه می‌خواهد سوق دهد. میزان نفوذ، مهارتی انکارناپذیر است و از عوامل مختلفی شکل می‌گیرد. با بالا رفتن میزان نفوذ در یک فرد، دیگران در چنگ او درمی‌آیند، و آن‌را که او می‌خواهد انجام می‌دهند و آن‌می‌شوند که او توقع داشته است. اصطلاحاً گفته می‌شود که افراد دارای توانایی زیاد برای نفوذ و سلطه بر دیگران، دارای شخصیت «ماکیاولی» هستند. افراد دارای شخصیت ماکیاولی، زمانی که مجبور به عدم پیروی از رفتار مورد نظر خود شوند، از خود واکنش‌های عاطفی کمتری نشان می‌دهند و بی‌تفاوتی رفتاری از خود نشان می‌دهند. کودکان دارای شخصیت بالای ماکیاولی، تصور نمی‌کنند که در بازی باید به طرف مقابل خود وفادار باشند. در مواردی که لازم است افراد با ویژگی ماکیاولی بالا تغییر جهت داده و وضعی بر خلاف باورهای خود بگیرند، دشواری‌چندانی نداشته و به راحتی تغییر جهت می‌دهند، در حالی که افراد با ویژگی پایین ماکیاولی، چنین نمی‌کنند و دچار ناراحتی و واکنش‌های شدید می‌شوند. افراد با ویژگی ماکیاولی بالا، بیشتر به سلطه و نفوذ بر دیگران می‌پردازند، بیشتر به برد تمایل نشان می‌دهند، بیشتر دیگران را متقاعد می‌کنند و کمتر متقاعد می‌شوند. توجه اساسی آن‌ها به چیزی که در دست دارند یا کاری که باید انجام دهند است نه چیز دیگر. به عبارت دیگر، آن‌ها به وظیفه‌ای که برایشان مطرح است به شدت گرایش دارند و می‌خواهند بدان جامه عمل ببوشانند. آن‌ها را می‌توان «خونسرد» (*Cool*) قلمداد کرد.

درمقابل افراد با ویژگی پایین شخصیتی ماکیاولی، به عنوان «حساس» (*Soft Touches*) و پرسروصدا نامگذاری شده‌اند. آنان در وهله نخست در مقابل نفوذ اجتماعی، بیشتر مستعد هستند. آن‌ها بیشتر به خواسته‌های دیگران ترتیب اثر داده و آن‌ها را اجابت می‌کنند. آنان به گونه‌ای عاطفی درگیر مسائل شده و سعی در جلب رضایت طرف مقابل خود دارند. این خود یک دلیل بارز باخت مکرر آن‌ها در بازی به افراد با ویژگی‌های ماکیاولی بالا و بی‌توجهی به این باخت است. افراد کمتر ماکیاولی گرایش اجتماعی دارند اما گرایش افراد ماکیاولی بالا، گرایش «وظیفه‌مداری» است.

در مطالعات مربوط به ارتباطات، به ویژگی شخصیتی «ماکیاولیسم» توجه ویژه‌ای می‌شود زیرا افراد با میزان بالایی از این خصوصیت شخصیتی، کاملاً متفاوت و متمایز از افراد دیگر رفتار می‌کنند. به ویژه در یک رابطه چهره به چهره و یا رابطه‌ای که از نظر ساختاری ملایم‌تر بوده و از چفت و بست کمتری شکل گرفته باشد. منتقدان «ماکیاولیسم» آن‌را «فرصت‌طلبی» (*Opportunism*) نامگذاری می‌کنند و دوستداران آن، آن‌را به «واقع‌گرایی» (*Realism*) نسبت می‌دهند.

افراد با شخصیت «ماکیاولیسم» بالا، در روابط چهره به چهره ظاهراً موفق‌ترند. به ویژه زمانی که درگیر چانه‌زنی (*Bargaining*)، مناظره و متقاعدسازی با دیگران می‌شوند. از این رو می‌توان گفت آنان در نفوذ در نگرش‌های دیگران و در واداشتن افراد دیگر به کنش یا عمل موفق‌ترند.

استعداد و مهارت بالای افراد با ویژگی شخصیتی «ماکیاولیسم» در تفکر خلق‌الساعه و حاضر جوابی ستودنی است. آنان این توانایی را دارند که بلافاصله پاسخ نسبتاً مناسبی به سوال طرف مقابل خود بدهند و بدون

توجه به حضور دیگران و سر و صدا و عوامل بازدارنده دیگر، بیان‌دیشند. چنین به نظر می‌رسد که آنان همواره پاسخ مناسبی برای هر سوال دارند.

با توجه به ویژگی‌های یاد شده می‌توان گفت مدیران در انتخاب افراد برای مشاغلی که به چنین مهارت‌ها و صفاتی نیازمندند، می‌باید بسیار دقیق باشند. فردی که برای مذاکره و مناظره با عده‌ای دیگر انتخاب می‌شود، می‌باید از ویژگی‌های بالای ماکیاولیسم برخوردار باشد و گرنه در کار خود توفیق چندانی نخواهد یافت. برعکس در اموری که به تفاهم و صداقت نیاز بیشتری است، این افراد ناموفق خواهند بود.

برخی از مطالعات نشان داده‌اند که ویژگی «ماکیاولی» نیز آموختنی است. کودکان از والدین خود آن را فرا می‌گیرند و با اجرای آن‌ها به گونه‌ای نامحسوس و غیر عمدی از سوی والدین به کودکان پاداش داده می‌شود و در مراحل بعدی کودکان آن را از گروه همالان یا گروه‌های همتراز و رسانه‌های جمعی می‌آموزند.

تشابه با هم

«تشابه با هم»، دربرگیرنده تشابه موجود از نظر ظاهری و شخصیتی بین طرفین ارتباط است. تشابه ممکن است متکی به صفات متعددی مثل سن، جنس، مذهب، تحصیلات، تمایلات سیاسی، پایگاه اجتماعی و اقتصادی و غیره باشد.

اثر بخشی ارتباطات میان فردی، در صورت وجود تشابه اعضا با یکدیگر بیشتر است. ارتباط موثر بیشتر زمانی پدید می‌آید که طرفین ارتباط تشابه بیشتری با هم داشته باشند. هر اندازه آنها به هم شبیه‌تر باشند و یا ویژگی‌های مشابه بیشتری با یکدیگر داشته باشند، مفاهیم بیشتری را با یکدیگر در میان می‌گذارند و مفاهیم یکدیگر را بهتر درک می‌کنند.

ما با کسانی که وجوه تشابه زیادی با ما دارند راحت‌تر می‌توانیم ارتباط برقرار کنیم و در صورت شکل‌گیری فراگرد ارتباط، اثر بخشی آن به مراتب بیشتر از حالتی است که این تشابهات وجود ندارد. پزشک با پزشکان ارتباط بهتری برقرار می‌کند تا با افراد دیگر. دانشجو با دانشجویان دیگر و اصفهانی با اصفهانی‌های دیگر ارتباط اثر بخش تری را پدید می‌آورند.

هر اندازه تشابه بین افراد بیشتر باشد، آنان با گشودگی بیشتر با یکدیگر ارتباط حاصل می‌کنند. زیرا هر اندازه ما شبیه دیگران باشیم با آنان احساس نزدیکی کرده، راحت‌تر و گشوده‌تر با آنان رابطه خود را استوار می‌کنیم. در نتیجه، می‌توان گفت ما در برابر کسانی که احساس می‌کنیم همچون خود ما هستند بیشتر «خودگشایی» یا «افشای خود» می‌کنیم. آنانی هم که با ما تشابه بیشتری دارند، اشتیاق بیشتری به «خودگشایی» خویش نزد ما دارند.

همدلی نیز به هنگام تشابه زیاد بین طرفین ارتباطی بیشتر می‌شود و با کاهش تشابه کم می‌شود. ما موقعی می‌توانیم مانند دیگری بیندیشیم و چون او احساس کنیم که شبیه او باشیم. همدلی زمانی پدید می‌آید که دو انسان با نزدیکی و تشابه زیادی نسبت به هم قرار گرفته باشند.

معمولاً ما علاقه مندیم از فردی حمایت کنیم که شباهت بیشتری با ما داشته باشد. افراد شبیه به ما، حمایت‌گر نظر و احساس ما هستند و ما نیز در مقابل آنان خود را چنین موظف می‌بینیم. زمانی که ما با اشخاصی همانند هستیم، احساس مثبت‌گرایی بیشتری نسبت به خود می‌کنیم.

ما از فراگرد ارتباطی در شرایط همانند، لذت بیشتری از حالت غیر همانند می‌بریم. ما افرادی را که چون ما هستند بیشتر از افرادی که از ما دورند دوست داریم. در حالت طبیعی، زندگی کردن و بودن با افراد همانند، نوعی تأیید و تأکید بر خود است.

چون افراد مشابه یا همانند، با ما مساوی هستند، فضای ارتباطی فیما بین، فضایی مساوی شده است، به گونه‌ای که به راحتی و با آزادی داد و ستد اطلاعاتی انجام می‌شود. در چنین حالتی هر دو طرف درگیر در فراگرد ارتباطی، احساس می‌کنند چیزی برای در میان نهادن با دیگری دارند.

فصل سوم - شناخت از خویش خویش

ارتباطات از خویشتن آغاز می شود و ما در وهله اول با خود ارتباط برقرار می کنیم. ارتباط بین دو نفر، با نگرش فرد به خود آغاز می شود. «خود»، در ارتباطات اهمیت ویژه ای دارد. این نقش در شرایط و اوضاع مختلف مطرح و ایفا می شود.

اولین قدم در شکل دهی و شکل گیری مهارت های ارتباطی ما، آگاهی از خویش و توانایی های خویشتن است. ما در بیشتر موارد بر اساس سخنان دیگران، سعی در مهار کردن عواطف و احساسات خود داریم و نمی توانیم آزادانه احساسات خود را بروز دهیم. این حالت در فرهنگ های مختلف، متفاوت است. هر فرهنگ، به تناسب ارزش ها و آداب و رسوم خود، به این مسائل می پردازد. مثلا گریه یک مرد در برخی از فرهنگ ها بسیار نامناسب و نکوهیده است، در حالی که در فرهنگ دیگر، عمق لطافت روح مرد را نشان می دهد و بسیار ارزشمند است.

افراد از کودکی، از طریق فرهنگ و شرایط حاکم به تدریج می آموزند که بسیاری از عکس العمل های احساسی و عاطفی نامناسبند و باید اصلاح شوند. لذا بسیاری از احساسات و عواطف وارد بر خود را کنترل می کنند. برخی از ما چنان در این نادیده گرفتن احساسات خود مهارت پیدا می کنیم که کم کم دیگر نمی توانیم احساسات خود را بشناسیم و تعریف کنیم. لذا نسبت به خود و احساسات خود بیگانه می شویم.

«بازشناسی خود» از نظر سلامت روانی بسیار اهمیت دارد و به نوبه خود، در توان ارتباطی ما با دیگران تاثیر به سزایی می گذارد. بازشناسی خود، کلید اساسی بسیاری از رفتارها و موفقیت های اجتماعی است. «آبراهام مازلو»، روان شناس صاحب نام، بر این باور است که انسان ها می باید آن چیزی بشوند که باید بشوند. او سلسله مراتبی از نیازهای انسان ها شکل داده است که تمام نیازهای نامحدود انسانی را در چند طبقه به قرار زیر تقسیم بندی کرده است.

اولین دسته از نیازها، نیازهای جسمانی (*Physical*) است. این نیازها هسته مرکزی دوام و بقاء جسمانی هر انسان است. هر انسان باید بخورد و بنوشد تا زنده بماند. نیاز جسمانی، با نیاز به امنیت و ایمنی تعقیب می شود. به محض سیر شدن شکم و رفع نیازهای جسمانی، نیاز ایمنی مطرح می شود. این نیاز از ابتدای خلقت با انسان بوده است. دو نیاز «جسمانی» و «ایمنی» را نیازهای اولیه می گویند. چرا که بودن و نبودن آن ها موجب بودن یا نبودن آدمی می شود.

پس از این نیازها، «نیازهای اجتماعی» مطرح می شوند. نیازهای اجتماعی با پذیرش اجتماعی، یعنی دوست داشتن و مورد توجه قرار گرفتن همراه است. نیاز اجتماعی، در واقع، با زیستن در جمع، کم و بیش ارضاء می شود.

فراتر از نیازهای اجتماعی، نیاز «حرمت به خود» است. هر انسانی تصویری از خود دارد و نیاز دارد که این تصور در او به درستی شکل گیرد. او دلش می خواهد همه او را نسبت به انجام امور انسانی توانا و ذی صلاح بدانند. در حد نهایی هرم سلسله مراتب نیازها، نیاز به «خودبایی» یا «خودشکوفایی» قرار دارد. منظور از این نیاز، نیاز به کشف توانایی های خود و به کار گرفتن آن ها است. روان شناسان معتقدند که هر چه «خودآگاهی» بیشتر باشد موجب «خودشکوفایی» بیشتر می شود.

زمانی که ما به خود پردازیم و بر خویشتن خویش وقوف یابیم، عامل کنترل، عاملی درونی شده و دیگر، عوامل بیرونی نمی توانند در حد زیاد ما را کنترل کنند.

آگاهی از خود، بر رفتار ارتباطی ما نیز تاثیر می گذارد. افرادی که خود را می شناسند و به خودآگاهی رسیده اند، با راحتی بیشتری می توانند به تشریح خود و خواسته های خود، چه به صورت کلامی و چه غیر کلامی پردازند. گریه و خنده آن ها مبین خواسته های آنهاست. کلام آنها با آهنگ مخصوصی به دل می نشیند. اعضای بدن، ترس آن ها را منتقل می کند. آن ها به همین گونه در مقابل دیگر احساسات عمل می کنند. ناامیدی، لذت و شادمانی آن ها، همه و همه، از طریق اندام و اعضای بدن آن ها و حرکات این اعضا نشان دادنی است.

تحقیقات نشان می دهند که بسیاری از انسان ها دشواری قابل ملاحظه ای در ابراز و بیان احساسات خود دارند. احساساتی چون غم، ترس، اضطراب و تنهایی در بسیاری از انسان ها به دشواری به دیگران منتقل می شوند

و به ویژه برای مردان مشکل است که آن‌ها را تشریح کنند. مردان در بسیاری از جوامع، بر اساس فرهنگ حاکم، از این بیم دارند که احساسات ناخوشایند خود، مثل ترس و اضطراب و حتی غم، را بیان کنند. اما انتقال این احساسات از طریق ارتباطات به دیگران، از نظر روان‌شناسی کاملاً طبیعی است و به سلامت جسمی و روانی فرد کمک می‌کند. روابط میان فردی می‌تواند این احساسات را بالنده کند و به تدریج ما را در بیان احساسات مان یاری کند تا درست‌تر و بهتر بتوانیم آن‌ها را به دیگران انتقال دهیم.

بسیاری از بزرگسالان که در کودکی آموخته‌اند که احساسات خود را مخفی کرده و در برخورد با دیگران آن را انکار کنند، تلاش در بازشناسی خود دارند. هر کس می‌تواند راه‌ها و روش‌هایی را انتخاب کند که به آگاهی بیشتری از خویشتن برسد. هر کس می‌تواند متمرکز بر اندام، احساسات، عواطف و زمانی که در آن قرار گرفته است بشود. ما می‌توانیم به احساسی بیندیشیم که نسبت به چیزی پیدا کرده‌ایم، و بر آن عمیق شویم و آن را آن‌طور که حس می‌کنیم ببینیم، نه آن‌گونه که دیگران انتظار دارند. ما می‌توانیم مسئولیت دیدگاه‌ها و رفتارهای خود را خود پذیرا شویم و دیگران را مسئول رفتارهای خود ندانیم. مادام که دیگران را مسئول رفتار و کردار خود می‌دانیم از خود و توانائی‌های خود دور شده‌ایم.

خودآگاهی اساس یک ارتباط موفق است، هر چند فرهنگ حاکم، تاکید بر خودکنترلی داشته و کمتر به خودگشودگی و ابراز نظر و رفتار واضح و گشوده توجه دارد. کنترل بیش از اندازه، موجب اجتناب از ارتباطات شده، فرد به تدریج درونگرا می‌شود. از سوی دیگر، خودکنترلی زیاد، موجب پدیدار شدن حالات و روحیات تهاجمی شده و فرد بیشتر به ارتباطات تهاجمی روی می‌آورد که خود موجب از هم گسستگی‌های ارتباطی شده و از سوی دیگر به منازعه و مناقشه کشیده می‌شود.

فردی که عمیقاً به خودکنترلی کشیده شده است، از ارتباطات و تشریح وضعیت خود اجتناب می‌ورزد و ترجیح می‌دهد کمتر با دیگران بیامیزد و سعی در پنهان کردن احساسات، عواطف و عقاید خود می‌کند. این‌گونه افراد یا از ارتباطات گریزانند و یا این‌که به ارتباطات تهاجمی جهت ایجاد و برقراری سلطه بر دیگران روی می‌آورند. آنان ارتباطات را بهترین وسیله برای ارضاء نیازهای تهاجمی خود می‌دانند و از آن طریق، به مهار کردن دیگران می‌پردازند.

برای این‌که بهتر عمل کنیم و ارتباط بهتری با دیگران داشته باشیم، می‌باید بیاموزیم که چگونه خویشتن را بشناسیم و به توانایی‌های خود وقوف کنیم. خودکنترلی مانند کنترل شدن توسط دیگران، به خود تشریحی و آماده شدن برای خودگشودگی لطمه وارد می‌کند. در نتیجه ممکن است چنین احساس کنیم که در برابر افرادی که می‌باید با آنان ارتباط برقرار کنیم چندان حساس و علاقه‌مند نیستیم و ارتباط با آنان برای ما اهمیت زیادی ندارد. حالت شدید این وضع، ممکن است در مورد کسانی که باید در مقابل دیگران به سخنرانی یا ازایه مطلب اقدام کنند، منتج به بی‌توجهی به مخاطبان و حتی نسبت به موضوع شود که این خود از نظر ارتباطی نادرست است. این وضع به ارتباط لطمه زیادی می‌زند و ما را در مقابل دیگران تهاجمی و حتی بی‌ادب جلوه می‌دهد.

مفهوم از خود (Self-concept)

«مفهوم از خود» تمام ادراکات جسمانی، اجتماعی و روانی فرد در مورد خودش است. دو جزء تشکیل دهنده «مفهوم از خود» عبارتند از:

- ۱) تصویر به خود (Self-image): عبارت است از تصویری که فرد از خود دارد. یا به عبارت دیگر این‌که فرد، چه فکری در مورد خود می‌کند، چگونه آدمی است.
- ۲) حرمت به خود (Self-esteem): احساسی است که ما نسبت به خود داریم و این‌که چه میزان خود را و وضعیت خود را می‌پسندیم.

«تصویر به خود»، جایگاهی را که فرد خود را در آن قرار می‌دهد در برمی‌گیرد و در بین طبقات مختلف آن طبقه را که در آن قرار گرفته است و نقشی را که به عهده دارد مشخص می‌کند. تصویر به خود ما، در اصل بستگی به تقسیم و طبقه‌بندی دیگران دارد. دیگران ما را بر اساس نقش طبقه‌بندی می‌کنند؛ شوهر، پدر، رئیس، زن، همسر، دانشجو، کارمند، کارگر و غیره. برخی ما را بر اساس مشخصات و تفاوت‌های شخصیتی طبقه‌بندی می‌کنند.

کنند؛ زیرک، شاد و خنده رو، خجالتی، عصبی، خرافی، بی توجه، با اشتیاق و غیره. گاه ما را بر اساس مشخصات جسمی تقسیم بندی می کنند؛ چاق، لاغر، زیبا، زشت، استخوانی و ... هر یک از این موارد و طبقه بندی هایی که شده است افراد را در جایگاه خود قرار می دهد و از آن ها «تصویر به خود» ویژه آن طبقه را می سازد. بیشتر مردم در طبقه بندی دیگران به عامل خانواده توجه دارند و این که فرد مجرد است یا متأهل. پس از وضعیت خانوادگی، شغل و وابستگی های مذهبی مورد توجه بوده است.

نقشی را که ما ایفاگر آن هستیم، مستقیماً بر رفتار ارتباطی ما اثر می گذارد. ایفای نقش والدین (پدر یا مادر) در ارتباطات با ایفای نقش فرزند یا کارمند یا رئیس تفاوت بارزی دارد. نقش خاص، لباس خاص، رفتار خاص و توجه خاص را می طلبد. آن چه فرد می گوید، آن گونه که می گوید، به آنان که پیام می دهد و زمان و دفعات، همه و همه، بستگی به نقشی دارد که فرد ایفا می کند.

«حرمت به خود»، چگونگی احساس ما در مورد خودمان است. به میزانی که ما خود را دوست می داریم. شما ممکن است «حرمت به خود» را با دیگران در میان بگذارید و اجازه دهید آنها هم احساس خوشایند شما را درک کنند. مثلاً از این که شما به تازگی مقاله ای را در یک نشریه معتبر چاپ کرده، یا این که نام خود را در روزنامه در میان قبولی های دانشگاه پیدا کرده اید. شما با شادمانی و افتخار آن را با دیگران در میان می گذارید.

«حرمت به خود» ما بستگی تام و تمام با موفقیت ها و شکست های ما دارند. اگر شما نگرشی مثبت و دوست داشتنی در مورد خود داشته باشید، می گویند شما دارای «حرمت به خود» بالایی هستید و به شما «حرمت به خود» بالا» اطلاق می کنند. اگر برعکس شما دارای نگرش منفی و ناخوشایندی نسبت به خود باشید، به شما «حرمت به خود پایین» می گویند. «حرمت به خود» ما، چه پایین و چه بالا، به سهولت توسط دیگران هنگام برقراری ارتباط، قابل مشاهده و شناخته شدنی است. باید در نظر داشت رفتار ارتباطی آن ها با ما نیز کاملاً بر «حرمت به خود» ما تاثیر می گذارد. اگر فرد مقابل، ما را فردی زیرک، ساعی و قابل اعتماد بداند به تدریج در برخورد با او، این ویژگی در «حرمت به خود» ما بروز می کند.

فراگرد مفهوم از خود

اگر کسی از شما بپرسد که کیستید، شما ممکن است به شیوه های گوناگون پاسخ دهید. پاسخ شما بستگی به وضعیت ها و حالت های خاص دارد: از یک سو پاسخ شما بستگی دارد به فرد مقابل و احساسی که در آن لحظه بخصوص دارید (مثلاً اگر شما در یک مصاحبه استخدامی شرکت کرده و به امید استخدام در آن شرکت باشید، در پاسخ به سوال مصاحبه کننده سعی می کنید توانایی ها و مهارت های خود را ارائه کنید و تحصیلات و تجربه خود را به او انتقال دهید. اما اگر موقعیت، یک برخورد دوستانه و صمیمانه باشد، پاسخ شما کاملاً متفاوت است و در این حالت سعی می کنید بیشتر احساس خود را به فرد مقابل منتقل کنید تا تجارب و تحصیلات و توانایی های خود را. از سوی دیگر پاسخ شما بستگی دارد به موقعیتی که در آن قرار دارید (مثلاً آن گونه که شما خود را در کلاس نشان می دهید، کاملاً متفاوت از مجلس مهمانی یا بازی فوتبال است).

با توجه به این که «مفهوم از خود»، با توجه به وضعیت ها و حالت های مختلف، دائماً در حال دگرگونی است، لازم است بدانیم که «مفهوم از خود» در اصل چگونه شکل می گیرد.

در اصل «مفهوم از خود» توسط رفتار دیگران نسبت به ما و رابطه ای که با ما دارند شکل می گیرد. «تصور از خود» ما، به گونه ای که شرح داده شد، نتیجه طبقه ای می باشد که ما را در آن قرار داده اند. «منزلت از خود» ما بستگی به آن دارد که آیا مورد تایید و تشویق قرار می گیریم و یا آن که برعکس مورد تنبیه و پرهیز واقع می شویم، و برای چه.

از لحظه ای که متولد می شویم، رفتاری را که دیگران با ما می کنند، بر وجود ما اثر می گذارد و ما را بر آن می دارد که از خود، مفهوم و تصویری پدید آوریم. کودکان به شدت دل به گفته های دیگران می بندند و به آنان و حرف هایشان اعتماد می کنند. آنان تجربه کمی دارند و تصور می کنند هر آن چه می شنوند درست است. به ویژه ارزیابی والدین (چه کلامی و چه غیرکلامی) در شکل گیری «مفهوم از خود» و به عبارت بهتر در «خود فرہیختگی» آنان نقش برجسته ای دارد.

«خود فرهیختگی»، گرایشی است به سوی شدن از آن چه دیگران انتظار آن را از کسی دارند. همه ما بخشی از زندگی مان، به خاطر دیگران و با توجه به خواسته های آنهاست. اما این در افراد مختلف متفاوت است و این که افراد که باشند و چه تاثیری در زندگی ما داشته باشند بخش عمده ای از زندگی و روش های ما برای زیستن، به نزدیکان و دوستان و افراد تاثیرگذار بر ما تعلق دارد. آن چه آن ها می خواهند، کم و بیش در ما شکل می گیرد و آگاهانه یا ناخودآگاه آن ها را به اجرا در می آوریم و از آن ها دفاع می کنیم.

دانش آموزشی که پذیرفته اند از آن ها انتظار بیشتر و بهتری می رود، در عمل چنین کرده و نشان داده اند که دانش آموزشی توانا هستند. ما به شدت می کوشیم به گونه ای رفتار کنیم که سازگار با انتظارات دیگران باشد. دختر کوچکی را در نظر آورطد که در خانه برای ساکت بودن و عدم شیطنت بسیار ستوده می شود، در دبستان توسط معلم به علت سر به زیر بودن و پذیرفتن همه حرف های معلم بی کم و کاست مورد تشویق قرار می گیرد و محدودیت های فرهنگی را در مورد عدم صحبت بلند در حضور دیگران کاملاً رعایت کرده و بارها توسط افراد دور و نزدیک از این جهت تشویق شده است. نتیجه در بیشتر موارد این است که او دوشیزه یا بانوی جوانی خواهد شد که از صحبت کردن در مقابل جمع، بسیار می هراسد و به هر قیمت شده سعی می کند از سخنرانی در برابر یک جمع نسبتاً کوچک بپرهیزد. علی رغم داشتن اطلاعات وسیع و گسترده در بسیاری از زمینه ها در مجالس و محافل دوستانه و فامیلی ساکت بنشیند و به خانمی خجالتی و تودار معروف شود. در مقابل پسر کوچکی را در نظر آورید که از همان اوان کودکی توسط والدین یا دوستان خانوادگی خود برای جسارت و شهادت خود در سخنگویی و بیان نکات جالب، ستوده می شود. در مدرسه معلمان او را برای نکته سنجی های به موقع و اظهار نظرهای مکرر و بیان عقاید خود در تمام احوال مورد تشویق قرار می دهند. در مهمانی ها و نشست های دوستانه و خانوادگی، او را به خاطر مباحثه ها و مجادله هایش با هم سن و سال های خود می ستایند. نتیجه در بیشتر مواقع این خواهد شد که او در بزرگسالی مرد جوانی جسور و سخنگو خواهد شد که به راحتی در مقابل همه سخن خواهد گفت و از ابراز عقاید خود هراسی نخواهد داشت.

اصلاح «مفهوم از خود»

اگر ما آرزومند دگرگونی در «مفهوم از خود» خویش برای بالا بردن توانایی های ارتباطی با دیگران باشیم، دست کم دو مرحله ضروری به نظر می رسد: اول می باید به خود وقوف داشته باشیم و سپس نگرش مثبتی نسبت به خود داشته باشیم و این نگرش می باید در مورد دیگران نیز باشد. به عبارت دیگر پس از وقوف نسبت به خود با نگرش مثبتی نسبت به خود و دیگران بیندیشیم. لذا در ابتدا ما باید خود، خود را دریابیم و توانایی درک بهتر احساسات خود را داشته و نسبت به تفکرات خود با حساسیت بیشتری روبرو شویم.

همه ما تا حدی به برخی از احساسات و عواطف خود وقوف داریم و برخی از جنبه های آن ها نسبت به بقیه برای ما شناخته شده تر است. اگر ما «حرمت به خود» پایینی داشته باشیم، احتمالاً به آن قسمت از جنبه های خود که ضعیف تر است و دارای مشکل بیشتری با آن می باشیم توجه کرده، تمرکز خود را بر آن ها می گذاریم. اگر از «حرمت به نفس» بالایی برخوردار باشیم، احتمالاً به نارسایی های خود کمتر توجه کرده، بیشتر به جنبه های مثبت خویش می نگریم. هر یک از ما، بی شک، در مقابل صفات مثبت، دارای صفات منفی نیز می باشد، انسان بی عیب وجود ندارد. هر آدمی، کم و بیش دارای نقاط ضعفی است. آن چه برای ما مهم است و ما را در برخورد و رابطه با دیگران موفق تر می کند، وقوف به هر دو جنبه است. هم نقاط قوت و هم نقاط ضعف خود. هر دو با هم. بی توجهی به هر یک از آن ها موجب نارسایی های ویژه ای می شود.

هیچ کس به اندازه خود ما، خودمان را نمی شناسد و به توانایی ها وقوف ندارد. این بسیار مهم است که ما مهم ترین منبع و مرجع در دسترس خود را، به درستی به کار گیریم و نگذاریم که این توانایی و آگاهی به هرز و هدر رود. اگر بخواهیم «مفهوم از خود» خود را دگرگون کنیم، می باید تلاش کنیم تا بر این باور باشیم که هم خود ما واجد ارزش بوده و دوست داشتنی و پذیرفتنی هستیم و هم طرف مقابل ما از ارزش والایی برخوردار است و پذیرفتنی و دوست داشتنی می باشد. لازم است ما از نگرش های منفی و بحران زا هم در مورد خود و هم دیگری خودداری کنیم. لازم است که به این باور برسیم که هم خود ما و هم دیگری دارای ظرفیت های مناسب و توان بالا

برای موفق شدن و قرار گرفتن در وضعیت دوست داشتنی و پذیرفتنی هستند و هر دوی ما در خور احترام بالا می‌باشیم. لازم است خود را از اضطراب، عدم امنیت، بدبینی و بدگمانی و نیز حالات تدافعی به دور بداریم. هدف ما می‌باید در جهت ایجاد و استقرار روابط معنی‌دار و ارزشمند با خویشتن و دیگران باشد.

نوشتن خاطرات:

از نوشتن خاطرات می‌توان دو استفاده اساسی کرد:

۱) خاطره نویسی می‌تواند به گسترش «خودآگاهی» بیانجامد. چرا که زمینه را برای «آرزیابی از خود» و «خودفهمی» مهیا می‌سازد.

۲) نوشتن خاطرات می‌تواند زمینه‌های مناسب را برای بیان احساسات و عواطف خویشتن آماده سازد. نوشتن خاطرات به ما این مجال را می‌دهد که با خود ارتباط درستی داشته و به ما این توان را می‌بخشد که بتوانیم مهارت‌های اولیه را جهت ارتباط با دیگران کسب کرده و با توان بیشتری به این امر خطیر بپردازیم.

فصل چهارم - خویشتن و ارتباط با دیگران

زندگی از نحوه ارتباط انسان ها نشات می گیرد و بدون ارتباطات زندگی معنی ندارد. اما گاه انسان ها فقط در کنار هم قرار می گیرند و گرنه با یکدیگر زندگی نمی کنند. بدون ارتباطات، اگر مجاورت و کنار هم بودن هست، فقط از نظر فیزیکی و جغرافیایی است و گاه حتی آمیختن نفس ها نیز بیانگر وجود زندگی با یکدیگر نیست. آمار فزاینده طلاق در بسیاری از جوامع، نشان دهنده این واقعیت است که انسان های زیادی فقط در کنار هم هستند و نه با هم. انسان ها به کمک ارتباطات، با یکدیگر رابطه برقرار می کنند، آن را حفظ کرده و توسعه می دهند. اما گاه با گذشت زمان، ارتباطات به توسعه روابط کمی نمی کند و حتی آن را تیره و تار می سازد و به تخریب روابط منتهی می شود. برای روشن شدن موضوع، به نظریه «چرخه حیاتی روابط انسانی» می پردازیم.

چرخه حیاتی روابط انسانی

هر روزه با صدها انسان برخورد می کنیم، انسان هایی که ممکن است دوستان نزدیک و صمیمی ما شوند و یا برعکس بلافاصله از ما دور شوند و یا ما از آن ها فاصله می گیریم. «مارک نپ» *Mark Knapp*، مراحل مختلف آغاز تا پایان یک رابطه تحلیل کرده است. این مراحل از مرحله ایجاد یا تولد یک رابطه شروع می شود و در نهایت رو به زوال نهاده و به طرف افول و جدایی حرکت می کند. معمولاً روابط بین انسان ها کم و بیش این مراحل را طی می کند و دیر یا زود با ضعف و یا شدت به هر یک از این مراحل می رسد. برای برخی از انسان ها رابطه خیلی دیر به مرحله جدایی می رسد و یا ممکن است این جدایی به صورت ظاهری هرگز خود را نشان ندهد و جدایی لاجرم با مرگ یکی از آن دو فرا رسد. در برخی موارد ممکن است پس از مرگ نیز به گونه ذهنی این رابطه ادامه داشته باشد و یکی از طرفین با یاد دیگری رابطه را حفظ کند.

مارک نپ در کل ده مرحله را در روابط بین مردم تفکیک کرده است:

که پنج مرحله آن مربوط به پیوند و پنج مرحله دیگر مقوله جدایی را تشریح می کند.

در جهت پیوند

پنج مرحله پیوند در روابط بین مردم عبارتند از:

*مرحله آغاز *Initiating* *مرحله آزمودن *Experimenting* *مرحله چفت و بند *Intensifying*

*مرحله کامل کردن یا ادغام *Integrating* *مرحله پیمان بستن *Bonding*

*مرحله آغاز: شامل اولین تلاش ها برای ایجاد رابطه و گفت و گو با شخصی است که تازه با او روبرو شده ایم.

کلماتی مانند «سلام!»، «حال شما چطور است؟»، «هوا امروز سردتر از دیروزه!»

در طول این فراگرد، ارتباطات معمولاً محتاطانه و تا حد بسیار زیادی قراردادی است. سخنانی که جنبه تعبیر و تفسیر داشته باشد و یا جهات ارزشی و ادراکی فرد را مورد توجه قرار دهد کمتر مطرح می شود.

*مرحله آزمودن: مرحله ای است که در آن سعی می شود از طریق موضوعات مشخص مکالمه ای، اطلاعاتی

در مورد نحوه تفکر و نگرش طرف مقابل به دست آورد. معمولاً پرسش های زیادی از طرف مقابل می کنیم و بیشتر سعی در شنیدن داریم تا در سخن گفتن. مثلاً «از کجا می آیی؟»، «اهل کجا هستید؟»، «تحصیلات شما چیست؟»، «نظر شما در باره ادامه تحصیل زنان در دانشگاه چیست؟». در این مرحله، به طور مداوم در جستجوی زمینه های مشترک با طرف مقابل ارتباط می باشیم تا از این راه، با او به تفاهم و توافق بیشتری برسیم. در این مرحله طرفین یکدیگر را می آزمایند و سبک و سنگین می کنند و زمینه را برای مرحله بعدی فراهم می کنند. بیشتر روابط در جامعه، در این مرحله توقف می کنند و جلوتر نمی روند، فقط تعداد کمی به مرحله بعدی می رسند.

*مرحله چفت و بند: با پدیدار شدن دگرگونی های فراوان در رفتارهای ارتباطی، چه کلامی و چه غیرکلامی،

این مرحله بین طرفین رابطه - که اکنون با یکدیگر نزدیک تر شده اند - شکل می گیرد. مشاهده دوستان و یا زوج هایی که به تازگی رابطه شان وارد این مرحله شده است و در اماکن عمومی مودبانه و خجول کنار یکدیگر نشسته و گفتگو می کنند، اغلب بسیار جذاب و فرح بخش است. نشستن و ایستادن نزدیک و کنار هم، دست یکدیگر را در

دست گرفتن و تماس های چشمی بیشتر، از علایم قابل ملاحظه در این مرحله است. در این مرحله، درجه بیشتری از گشودگی در باره خود و خانواده خود وجود دارد، مثلاً صحبت در باره خاطرات تلخ و شیرین دوران تحصیل یا مسافرت با والدین. هر یک از مراحل نام برده شده، سخت تحت تاثیر فرهنگ و عوامل حاکم بر آن هستند. در فرهنگ های محافظه کار، افراد کمتر به خصوصیات منفی خود می پردازند و سعی بیشتری در پنهان کردن نقاط ضعف خود دارند. به عکس در فرهنگ های رادیکال، این کار با سهولت بیشتری انجام می شود.

***مرحله کامل کردن یا ادغام:** زمانی تحقق می یابد که دو انسان به یکدیگر به عنوان زوج بنگرند. در این مرحله هر یک از طرفین رابطه سعی در پرورش و نشان دادن خواسته ها، علایق و نگرش های خود در جهت توافق طرف مقابل دارد. تلاش بر این است که خود را با او کاملاً یگانه جلوه دهد و نشان دهد که هر چه را طرف مقابل می پسندد و می پذیرد، او نیز می پسندد و می پذیرد. آنان یک روح اند در دو کالبد. هنگام صحبت کردن واژه ما را بیشتر به کار می برند مثلاً می گویند: «خانه ما»، «محل ما» و ... و یا با رد و بدل کردن برخی از اشیاء مورد علاقه بین خود، این مرحله را به ظهور می رسانند. وقتی آنان تشخیص می دهند که طرف مقابل به چه چیزهایی علاقه دارد، سعی در جلوه دادن خود در آن جهت می کنند و آن صفت خویش را تقویت کرده و صفات دیگر خود را پنهان کرده سعی در تضعیف آن ها در رابطه با شخص مورد نظر می کنند.

***مرحله پیمان بستن:** مرحله ای است بیشتر رسمی و مبتنی بر مراسم و آیین های مرسوم. ممکن است به شکل مراسم نامزدی یا ازدواج یا برادرخواندگی و خواهرخواندگی و هر نوع پیمان محکم و لازم الاجرا در روابط بین اشخاص درآید. به وسیله این پیمان، طرفین رابطه، از حمایت و پشتیبانی اجتماعی و یا سازمانی برخوردار شده، به اتکای آن مزایایی به دست می آورند. با انجام پیمان، طرفین می پذیرند که از قوانین و مقررات و هنجارها و ارزش هایی که بر رابطه آن ها حاکم است پیروی کنند و آن ها را زیر پا نگذارند. پس از این، دیگر این رابطه نمی تواند دلخواه باشد، زیرا نیرویی در پشت آن قرار گرفته که طرفین را وادار به تداوم رابطه می کند.

در جهت جدایی

روابط بین اشخاص ممکن است در هر یک از مراحل یاد شده، قبل از پیمان بستن، توقف کند و هرگز به مرحله پیمان بستن، که صمیمانه ترین مرحله است، نرسد. حتی صمیمانه ترین روابط که به مرحله پیمان بستن نیز رسیده اند، در معرض خطر بوده و در جهت تخریب و جدایی قرار می گیرند. مرحله پیمان بستن تا جدایی کامل نیز پنج مرحله است که به قرار زیر می باشد:

***مرحله افتراق Differentiating** *مرحله محدود کردن Circumscribing *مرحله بی روح شدن و

توقف رابطه Stagnating *مرحله پرهیز از یکدیگر Avoiding *مرحله جدایی Terminating

***مرحله افتراق:** زمانی به وقوع می پیوندد که دو طرف رابطه یا یکی از آن ها احساس کند که رابطه او با دیگری، او را کاملاً محدود و در چارچوب معینی محبوس کرده است و از این رو تصمیم می گیرند که خود را از این قید برهانند. در چنین وضعیتی آن ها به تفاوت های یکدیگر و یا نقاط مورد اختلاف با یکدیگر بیشتر می اندیشند تا به وجه اشتراک که در گذشته برایشان از اعتبار بیشتری برخوردار بود. سعی می کنند اختلافات را شناسایی و عینی کنند و تا آن جا که می شود به رخ یکدیگر بکشند. هر یک می خواهند به راه خویش روند و آن چه خود می خواهند انجام دهند نه آن را که طرف مقابل دوست دارد و می خواهد که طرف توجه قرار گیرد. فضای حیاتی محدودی برای خود احساس می کنند و می خواهند به آن وسعت دهند. به عبارت دیگر آن ها به دنبال هویت و شخصیت و یا فردیت خویش هستند. مهم ترین دگرگونی ارتباطی، افزایش موارد منازعه و مناقشه میان آن هاست. به اندک چیزی از کوره درمی روند و با حالتی پر خاشگرانه به یکدیگر می تازند. از یکدیگر ایراد می گیرند و منتظر بهانه اند که طرف مقابل اشتباهی کند تا او را بر اثر آن اشتباه کاملاً در فشار قرار دهند. دیگر تحمل یکدیگر را ندارند و همه چیزهای خوب گذشته چهره زشتی به خود می گیرند.

***مرحله محدود کردن:** در این مرحله، طرفین رابطه، دفعات ارتباط خود را کاهش داده و صمیمیت آن را کم می کنند. دیگر اشتیاق زیادی برای ارتباط با طرف دیگر نشان نمی دهند، و اگر اجباراً با هم ارتباطی داشته باشند از صمیم دل نیست، بلکه بیشتر ایفای وظیفه و نقش است تا آن چه دل می خواهد. در میان زوج ها از گفت و گو در

برخی موضوعات مثل پول و گذران زندگی و احساس جنسی پرهیز می شود، چرا که این مسائل منتج به گفت و گو و مشاجره و منازعه می شود. در این مرحله، رابطه به گونه ای محسوس و حتی بیش از مراحل اولیه آشنایی، به سمت رسمیت گرایش پیدا می کند. گاه با چنان حالتی رسمی با یکدیگر ارتباط می گیرند که گویی برای اولین بار است که یکدیگر را می بینند.

***مرحله بی روح شدن و توقف رابطه:** این مرحله، بیانگر تخریب و تباهی رابطه است اما طرفین بنا به عواملی سعی در حفظ و گاه پیوند مجدد آن دارند. عواملی مانند اعتقادات مذهبی و نهی آن از جدایی، عامل اقتصادی و مالی که زیبایی را متوجه طرفین می کند، یا به خاطر فرزندان و زندگی و آینده آن ها. در این مرحله، پیام های کلامی و غیر کلامی بیشتر به گونه ای هستند که عموماً میان اشخاص بیگانه رد و بدل می شود و هیچ رنگی از محبت و جاذبه و گذشت در آنها نیست. دیگر در مورد خود رابطه اندیشه ای نمی شود.

***مرحله پرهیز از یکدیگر:** مرحله ای است که در آن می کوشند با ابزار گریز، از بار غم و درد رابطه ای که باعث ناراحتی می شود بکاهند. یا می توان گفت مرحله ای است که طرفین رابطه با گریز از یکدیگر سعی می کنند ناراحتی های خود را کاهش دهند و اغلب جدایی جسمی انجام می گیرد. یعنی طرفین سعی می کنند به یکدیگر نزدیک نشوند و یکدیگر را نبینند. این کار در مورد زوج ها به سختی صورت می گیرد زیرا آن ها مجبورند در یک خانه زندگی را بگذرانند. مرحله پرهیز در روابط میان همسایگان و یا همکاران اغلب خیلی بسیار زیاد و به سهولت انجام می گیرد. آن ها پس از بروز یک اختلاف عمده یا بحث شدید از یکدیگر جدا شده و از روبرو شدن با یکدیگر پرهیز می کنند و یا اگر به اجبار با هم روبرو شوند به حداقل ارتباط اکتفا می کنند.

***مرحله جدایی:** مرحله آخرین در هر رابطه ای میان اشخاص یا حداقل میان دو نفر است. روابط میان اشخاص دیر یا زود به جدایی می انجامد، به تعبیری هر رابطه ای در نهایت به جدایی کشیده می شود. گاه بسیار زود و گاه بسیار دیر. جدایی ممکن است پس از یک گفتگو یا مکالمه کوتاه صورت پذیرد و یا پس از یک عمر زندگی مشترک و صمیمانه. معمولاً هر اندازه که رابطه دیرپا و با معنی و یا ارزشمند باشد به همان میزان، جدایی دشوارتر و سخت تر و دردناک تر خواهد بود. پیام های فاصله و متلاشی شدن ارتباط در این مرحله رد و بدل می شوند و این پیام ها معمولاً به خوبی بیانگر آن چه میان آن دو گذشته یا می گذرد می باشد. مثلاً «دیگر نمی خواهم رویت را ببینم» یا «برایت احترام قائلم اما دیگر دوستت ندارم». این پیام ها کاملاً جدی بوده و در نهایت به جدایی منجر می شوند.

راحتی که «نپ» تقسیم بندی کرده است شاید بیشتر در روابط زن و شوهر ها مشاهده شود، اما این نظریه در تمام روابط موجود میان انسان ها قابل بررسی است. دو مرد یا دو زن به عنوان دوست، همکار، همسایه، شریک و غیره همواره در معرض مراحل مختلف این نظریه هستند.

تأیید و عدم تأیید

در ارتباطات انسانی می باید تفاوت میان «محتوای پیام» *Message content* و «رابطه میان ارتباط گیرندگان» را در نظر داشت و این دو را دو مفهوم جدای از یکدیگر به حساب آورد.

هر پیامی دارای محتوایی است، حال اطلاعاتی را که می دهد درست باشد یا نادرست، ارزشمند باشد یا غیر ارزشمند، قابل اعتماد باشد یا غیر قابل اعتماد. اما هر پیام به نوعی نیز قابل تفسیر است و باید در نظر داشت که گیرنده پیام، آن را به چه نحوی تعبیر و تفسیر می کند. با در نظر داشتن این دو مفهوم، رابطه میان افراد مورد توجه قرار می گیرد. مثلاً مادری که نگران بازی کودک سر به هوای خود در پارک است، ممکن است به او چنین بگوید:

– «دقت کن که با دوچرخه به این و آن نرنی و آهسته بران که زمین نخوری.»

این پیام را با پیام دوم که هم اکنون خواهد آمد مقایسه کنید:

– «باز هم تند برو و به این و آن بزن تا من مثل دفعه قبل عصبانی شوم و حسابت را برسم.»

هر دو پیام از نظر محتوا یکی (و یا لاقلاً نزدیک به هم) هستند، اما از نظر رابطه میان مادر و فرزند کاملاً متفاوت می باشند. مادر می خواهد که فرزندش با دوچرخه تند نرود و دقت کند تا نه زمین بخورد و نه این که به دیگران آسیبی وارد کند.

هر پیامی، ولو بسیار اتفاقی و سریع، که بین دو نفر رد و بدل می شود و مسبوق به سابقه ای نیست از این قاعده مستثنی نیست. در خیابان به فردی برخورد می کنید و ناخودآگاه به او تنه ای زده اید. بلافاصله دست به سینه نهاده و معذرت می خواهید. مفهوم ادب و نزاکت را در یک رابطه کاملاً تصادفی منتقل می کنید. «هر لغت مبتنی بر ادب و نزاکت میان دو نفر، هر نوع تغییر صدا به جهت احترام گذاشتن و یا اهانت به فردی، فروتنی یا خودنمایی، بیانگر رابطه میان دو انسان است.»

بنابراین، زمانی که ما ارتباط برقرار می کنیم، به چیزی کاملاً فراتر از یک تعامل کلامی یا غیرکلامی ساده می اندیشیم. هر شخص، پیام یا پیام هایی را انتقال می دهد و می خواهد بگوید که دیگری را چگونه می بیند و رابطه خود را با او چگونه تنظیم کرده است و در اکثر مواقع نیز توقع دارد آن چه از دیگری می خواهد از طریق پیام دریافت دارد. شاید یکی از رضایت بخش ترین پاسخ هایی که ما از طرف مقابل خود دریافت می کنیم، «تأیید کامل» باشد. «هر رفتاری که منتج به ارزشمندی بیشتر فرد از خود شود، در فراگرد ارتباط موجب رضایت خاطر بیشتر آن فرد از آن ارتباط می شود.» «تأیید» برای هر فرد در زندگی اجتماعی از ارزش بالایی برخوردار است. در تمام سطوح جامعه انسانی، انسان ها با توجه به ظرفیت ها و توانایی های خود، یکدیگر را به روش های مختلف، مورد تأیید قرار می دهند

افرادی که در جامعه انسانی خود، مورد تأیید قرار نمی گیرند با توجه به شدت و ضعف آن، شدیداً احساس ناراحتی و یاس می کنند و پذیرش این وضعیت برای آن ها بسیار دشوار است و گاه دردآور است. اگر این اتفاق - یعنی عدم تأیید - چندین بار رخ دهد، به تدریج فرد دچار تردید نسبت به رفتارها و توانایی های خود شده، حالت یاس و درد او را به واکنش هایی خاص سوق می دهد. به ویژه اگر این عدم تأیید از سوی کسانی باشد که از برخی جهات برای فرد حائز اهمیت و ارزش بوده و در زندگی حرفه ای یا شخصی او نقش برجسته ای را ایفا کنند. «عدم تأیید»، یکی از مهم ترین آسیب های عکس العمل های بین اشخاص است. اشخاصی که به طور مداوم از سوی دیگران مورد عدم تأیید واقع می شوند ممکن است حتی هویت خود را مورد سوال قرار دهند و در وجود خود شک کنند.

برای آگاهی بیشتر راجع به ماهیت «تأیید - عدم تأیید» در ابعاد گوناگون ارتباطات انسانی، می باید یک سوال کاربردی را مطرح کرد: «چه قسم از واکنش ها، بیشترین حد «تأیید» یا «عدم تأیید» را در بر می گیرند؟ یا به عبارت دیگر، می توان پرسش را این گونه مطرح کرد که «از ارتباط با چه کسانی بیشترین لذت را می برید و برعکس از ارتباط با چه کسانی، کمترین لذت را به دست می آورید؟» در پاسخ به این سوال، دو دسته جواب کاملاً متمایز از هم وجود دارند: «پاسخ های تأیید کننده» و «پاسخ های تأیید نکننده».

○ **پاسخ های تأیید کننده:** در راس فهرست پاسخ های تأیید کننده، «شناسایی مستقیم» قرار می گیرد. این شناسایی عبارت است از تأیید یا پذیرش آن چه شما می گوئید به طریق کلامی یا توسط پاسخ های کلامی. پس از آن، «بیان احساس مثبت» است که فرد احساس خود را مبنی بر موافقت با آن چه گفته شده است به دیگری منتقل می کند. نوع دیگر پاسخ تأیید کننده، «پاسخ روشن کننده» است. در این جا، طرف مقابل ارتباط، سعی در دریافت علایم روشن کننده در محتوای پیام ارسال شده توسط فرستنده پیام می کند، مثلاً می گوئیم: «ممکن است خواهش کنم که رابطه خود را با فلانی بیشتر مورد توجه قرار دهید؟» و وقتی که فرد مقابل، پاسخ مساعد می دهد در واقع او آن چه شما گفته اید تأیید می کند. «پاسخ حمایت کننده»، نوعی دیگر از پاسخ های تأیید کننده است. پاسخ حمایت کننده، آسایش، تفاهم، اطمینان و قوت قلب به همراه می آورد. مثلاً: «من می دانم که شما چه احساسی دارید.»

○ **پاسخ های تأیید نکننده:** پاسخ های تأیید نکننده، به صورت های مختلف دیده می شوند:

۱) «پاسخ های زودگذر» یا «در معرض تغییر سریع»: در این جا فرد یا افراد، تعبیر پیشین شما را در ابتدا تصدیق کرده بلافاصله در محاوره تغییر جهت می دهند. مثلا: شما می پرسید: «آیا استاد امروز زیاد درس داد؟»، و او در پاسخ می گوید: «نه چندان، آیا هوا تمیزتر از دیروز نشده؟». که این نوع پاسخ دادن خوشایند شما نخواهد بود.

۲) «پاسخ های غیر شخصی» *Impersonal responses* یا «پاسخ های خشک»: بیشتر با عدم استفاده از اول شخص (در ساختار دستور زبان) می آیند. مثلا: «یک کسی بیشتر وقت ها یکی دیگر را عصبانی می دید.»
 ۳) «پاسخ نفوذناپذیر» یا «بی اعتنا»: در این جا، فرد مقابل را با بی اعتنایی و عدم توجه روبرو می کنند، یعنی به او نه توجه و شناسایی کلامی می دهند و نه غیر کلامی. این گونه وانمود می شود که بود و نبود او یکسان است و میان او و نقش دیوار تفاوتی نیست.

۴) «پاسخ بی ربط یا نامربوط»: زمانی که طرف مقابل، پاسخ بی ربط یا نامربوط به پرسش یا پیام شما می دهد، او می تواند موضوع را کاملا عوض کند و به چیز دیگری جز آن چه مورد نظر شما بوده است، پردازد. مثلا در پاسخ سوال شما که پرسیده اید «امروز کلاس چه طور بود؟» می گوید: «آقای احمدی تا حالا تلفن نزده است. فکر می کنی فراموش کرده؟» و بعد سخن درازی پیرامون فراموشی آقای احمدی و مشکلات فراموشی او مطرح می شود.

۵) «پاسخ قطع کننده یا گسلنده»: یعنی قبل از این که شما پیام خود را ارسال دارید، رابطه شما را با طرف مقابل ارتباطی قطع می کند و به شما اجازه اتمام جمله و ارسال پیام را نمی دهد.

۶) «پاسخ بی ارتباط یا پریشان»: این وضع زمانی رخ می دهد که او به طور مداوم از جملاتی پریشان و بی ربط و پرت، سازمان نیافته و ناتمام استفاده کند.

۷) «پاسخ های ناسازگار» یا «بی تناسب»: این نوع پاسخ ها، پیام های کلامی یا غیر کلامی تعارض برانگیز را پدید می آورند. مثلا: «البته تصمیم با شماست! صلاح مملکت خویش خسروان دانند»، و این جملات از نظر غیر کلامی با لحنی تلخ و خشمگین توأم هستند. گیرنده پیام در این حالت ممکن است سردرگم و دچار تعارض شود که آیا باید تصمیم را اتخاذ کند و یا به خود مخاطب واگذارد.

بنابراین ملاحظه می شود که تفاوت های عمده ای بین پاسخ های تأیید کننده و پاسخ های غیر تأیید کننده وجود دارند. پاسخ های تأیید کننده معمولا پذیرش، حمایت و شناسایی طرف مقابل را دربردارند و پاسخ های غیر تأیید کننده انکار، و تضعیف شخصیت و عدم شناسایی فرد مقابل را به همراه خود دارد. به هر حال، تأیید یا عدم تأیید یکی از مهم ترین، قابل توجه ترین و رایج ترین موضوعات ارتباط بین اشخاص است که مسئله تاثیرگذاری و نفوذ در دیگران را به دنبال دارد. از همین رو است که رشته های مختلف روان شناسی اجتماعی، علوم سیاسی، مدیریت و تبلیغات شدیداً به آن علاقه مندند و به آن از زوایای مختلف نگاه می کنند.

در یک فراگرد مستمر ارتباطی، بدون شک هر انسانی گاه به پیام های تأیید کننده و گاه به پیام های غیر تأیید کننده روی می آورد. حتی مثبت ترین انسان ها در فراگرد ارتباطی صرفاً به ارسال پیام های تأیید کننده نمی پردازند. آن چه در «ارتباطات موثر» حائز اهمیت است، این است که بدانیم چه وقت باید پیام های تأیید کننده ارسال و چه زمانی پیام های غیر تأیید کننده ارسال داریم. به عبارت بهتر، در این موارد، شرایط بهترین راهنمای ما جهت ارسال پیام است. اشخاصی که دارای مهارت ارتباطی بالایی هستند، در بیشتر مواقع، حتی در سخت ترین شرایط، از پیام های تأیید کننده استفاده می کنند و با مهارت در فراگرد ارتباطی خود با دیگران، از این پیام ها بیشتر بهره می جویند تا از پیام های غیر تأیید کننده.

همان طور که قبلاً اشاره شد، تصور کلی ما از خودمان، تا حد زیادی از طریق بازخوری که از پدیده های اطراف مان به دست می آوریم شکل می گیرد. همچنین اشاره داشتیم که ادراک ناصحیح، موجب بروز دشواری های ارتباطی میان انسان ها می شود. در واقع تفاوت زیادی بین ادراک ما و ادراک دیگران وجود دارد و همین موضوع، کار ارتباط را دشوار می کند.

تحقیقات نشان می دهند که ما رفتار خود را بر اساس وضعیت و شرایط حاکم بر خود بروز می دهیم. بنابراین برای شناخت رفتار یک انسان بهتر است شرایط حاکم بر او بررسی شود. در سال های اخیر پژوهش های زیادی در باره خصوصیات رفتار و ابعاد کاربردی آن در مسائل سازمانی و ارتباطات انجام شده است. یکی از این پژوهش ها، توسط دو روان شناس معروف به نام های «جوزف لوفت» *Josef Luft* و «هری اینگهام» *Harry Ingham* انجام شده که از آن الگوی معروف «پنجره جوهری» *Johari Window* به دست آمده است.

پنجره جوهری

الگوی «پنجره جوهری»، راهی است که به کمک آن همبستگی بین مسائل درون فردی و بین اشخاص نشان داده می شود. تصویر زیر نشان دهنده پیوند فرد با اشخاص دیگر در چهار خانه است، که این چهار خانه، هر یک، خانه ای از یک پنجره بزرگ است. اندازه هر خانه نشان دهنده آگاهی (خود فرد یا دیگران) از رفتار، احساسات و انگیزه های خود است. بر خلاف اندازه پنجره بزرگ اصلی، خانه های «پنجره جوهری» تغییر می کنند و بر اساس شرایط حاکم، بزرگی و کوچکی هر یک از چهار خانه مشخص می شود.

	شناخته برای خود	ناشناخته برای خود
شناخته برای دیگران	(۱) منطقه گشوده	(۲) منطقه کور
ناشناخته برای دیگران	(۳) منطقه پنهان	(۴) منطقه ناشناخته

شکل (۱) پنجره جوهری

خانه (۱) یا منطقه گشوده *Open area*، نشان دهنده گشودگی عمومی فرد نسبت به جهان است و نمایانگر اشتیاق او برای شناخته شدن توسط دیگران می باشد. این قسمت شامل جنبه هایی از شخصیت فرد است که توسط او و توسط دیگران معلوم است. این قسمت مهم ترین و ارزنده ترین بخش برای ارتباط بین اشخاص است. با گستردگی آن، فرد توان آن را می یابد که توسط دیگران شناخته شده و آنان نیز با شناخت بهتر از او به او نزدیک شده، فراگرد ارتباطی شکل دلپسندی می گیرد.

خانه (۲) یا منطقه کور *Blind area*، شامل آن دسته از ویژگی های خود است که دیگران آن را مشاهده می کنند و به راحتی آن را درمی یابند ولی برای خود فرد قابل دسترس نیست. شاید شما در محاوره و گفت و گو عادت دارید ناخواسته و غیر عمدی به دیگران مجال ندهید و کاملا بخواهید شرایط را در اختیار خود بگیرید یا شما خود را کاملا جدی می دانید اما دوستان شما برعکس شما را بسیار بذله گو و شوخ طبع می دانند و این گفته یک یا چند نفر نیست، بلکه همه شما را این گونه می بینند.

یا به عبارت دیگر، شما ممکن است خود را بسیار توانا و دارای اعتماد به نفس بدانید، در حالی که چنین نیست و دیگران از شما رفتارهای عصبی فراوان می بینند. شما خود توجهی به آن ها ندارید ولی دیگران به خوبی آن ها را درک می کنند. منطقه یا خانه کور می تواند دربرگیرنده هر یک از محرک های «ارتباط غیر عمدی» باشد.

در خانه سوم، منطقه پنهان *Hidden area*، شما کسی هستید که احتیاط لازم را معمول می دارید. این خانه از چیزهایی پدید آمده است که شما ترجیح می دهید آن ها را نزد خود نگه دارید و به دیگران منتقل نکنید. یا آن چه در این جا اتفاق می افتد این است که شما سعی در گشودن راز دل خود نمی کنید و نمی گذارید دیگران پی به ضمیر درون شما ببرند و تجربه شما را در مورد خاصی دریابند. مثلا راجع به درآمد، مشکلات خانوادگی، احساس شما در مورد فرد یا افراد بخصوص یا آن چه می اندیشید و آن را خاص خود می دانید. لذا این خانه، مبین کوشش های شما در قبال محرک های ارتباطی و محدود کردن آن هاست که دیگران به راحتی نتوانند بدان پی ببرند.

خانه (۴)، منطقه ناشناخته *Unknown area* است. خانه چهارم کاملا ناشناخته است، هم برای شما و هم برای دیگران. این منطقه شامل آن دسته از خصوصیات شماست که هرگز کشف نشده اند، نه برای شما و نه برای دیگران. این منطقه شامل آن خصوصیتی است که در ضمیر ناخودآگاه فرد نقش بسته اند و یا عبارتند از توانایی های ناشناخته فرد.

چهار خانه «پنجره جوهری» به یکدیگر وابسته اند: هر تغییری در یک خانه باعث ایجاد دگرگونی در خانه های دیگر می شود. چنان چه شما بخشی از آن چه در منطقه پنهان است آشکار کنید، آن را جزئی از خانه گشوده خواهید کرد. به عبارت دیگر، با آشکار کردن قسمتی از ویژگی های پنهان خویش به قسمت گشوده خواهیم افزود و زمینه را برای ارتباط بهتر و موثرتر هموار خواهیم کرد. در این حالت به بخش گشوده افزوده و از قسمت پنهان کاسته می شود. زمانی که دوستی از رفتارهای ناشناخته برای شما می گوید و شما را نسبت به رفتار خودتان آگاه می کند، از قسمت کور کاسته و به قسمت گشوده افزوده می شود.

این ممکن است در تمام موارد خوشایند نباشد. مثلا این که به شخصی عصبی گفته شود که او عصبی است، ممکن است نه تنها کار او را بهبود نبخشد، بلکه برعکس او را بیشتر عصبی کند و با دشواری بیشتر به فراگرد ارتباطی روی آورد. از آن جا که ممکن است افشای گشودگی یک احساس یا ادراک نابجا موجب لطمه و صدمه زیادی به دوستان شما شود، توصیه می شود در افشای منطقه کور دوستان خود، صبر بیشتر و بصیرت چشمگیرتری از خود نشان دهید.

برای ایجاد ارتباط بهتر و رسیدن به نقطه تفاهم، باید منطقه گشوده را به میزان قابل توجهی گسترش داد. این اتفاق نمی افتد مگر این که بهتر خود را شناخت و ترتیبی داد که دیگران نیز به خوبی ما را بشناسند و پی به تجارب و توانایی های ما ببرند. شناخت بیشتر و بهتر از خود در ارتباط با دیگران، موجب مناعت و فزونی منزلت و مرتبت و خودپذیری می شود. اگر شما در مورد خود و دیگران اطلاعاتی نسبتا قابل توجه کسب کنید، خود و آن ها را بهتر می شناسید و می توانید پنجره جوهری خود را بهتر شکل دهید. یک پنجره گسترده و یا به عبارتی تکامل یافته، ممکن است به شکل زیر نشان داده شود:

	شناخته برای خود	ناشناخته برای خود
شناخته برای دیگران	گشوده	کور
ناشناخته برای دیگران	پنهان	ناشناخته

تصویر ۲ - پنجره جوهری تکامل یافته

فراسوی ارتباط

یک راه برای یافتن اطلاعات بیشتر در مورد خود و دیگران، توجه به «فراسوی ارتباط» *Metacommunication* است. فراسوی ارتباط یعنی ارتباط در مورد خود ارتباط. این مفهوم، مربوط به سطوح رابطه فرد با محیط و شرایط فراگیری است که با آن برخورد دارد. برای مثال، اگر شما به مادر خود در مورد یکی از نزدیکان خود بگویید: «به او بگویید که فقط به کار لعنتی خود فکر کند و به من کار نداشته باشد!» و مادر در پاسخ بگوید: «کاش تو این قدر ناسزا نمی گفتی، تو در این مورد روزه روز بدتر می شوی و من تا حالا چیزی به تو نگفته ام. من این اخلاق را دوست ندارم.» در این وضع، اگر دقت کنید، او فقط به خواسته شما پاسخ نداده است، بلکه به روش ارتباط شما ایراد گرفته است. محتوای ارتباط او، خود ارتباط است.

مثال بارز و قابل فهم دیگر در مورد «فراسوی ارتباط»، وضع حاکم بر کلاس هایی است که دانشجو ارایه مطلب می کند (کنفرانس می دهد). او وقتی مطلب خود را بیان کرد، عده ای از دوستان به اصطلاح ایرادات کار او را بیان می کنند و یا به نقد کار او می پردازند. مثلا یکی می گوید: «مثل های خوبی را در سخنرانی آوردید»، دیگری می گوید: «مفهوم قدری مبهم و گنگ بود، بهتر بود قدری از لغات و اصطلاحات غیر تخصصی استفاده می کردید».

ممکن است دیگری بگوید: «حرکات و طنین صدا با لغات و کلمات هماهنگی نداشتند»، و امثال این‌ها. در این صورت ملاحظه می‌کنید که همه در مورد خود ارتباط و نحوه آن با شما گفت و گو می‌کنند. فراسوی ارتباط همواره واضح و صریح نیست و در برخی موارد به صورت جانبی و غیر واضح در کلمات و بحث‌های بین افراد مشخص می‌شود. و شاید در زمان‌هایی مطرح شود که اساساً لازم به نظر نمی‌رسد و یا این که منتظر آن نیستیم.

اما اگر «فراسوی ارتباط» در یک موقعیت خوب و پشتیبانی‌کننده صورت بگیرد، مردم را یاری خواهد کرد تا به روش‌های ارتباطی خود آگاه شوند و مکانیسم ارتباط عملی خود با دیگران را دریابند و ارتباطات موثر را شناسایی کنند و به اصلاح اشکالات موجود در ارتباطات خود بپردازند. مثلاً ممکن است یک پدر هنگام گفت و گو با پسر خود دریابد که او سیگار می‌کشد و آن گاه با روشی کاملاً دوستانه، بدون آن که حالتی از سرزنش و رگه‌ای از امر و نهی در آن باشد، از او بخواهد که: «تو می‌توانی مرا از ضررهای سیگار کشیدن آگاه کنی؟» در بیشتر موارد فرزند پی به اشتباه خود می‌برد و به ترک سیگار می‌پردازد. وقتی این مسئله چنین بیان می‌شود و رنگی از امر و نهی و رفتار خصمانه در آن دیده نمی‌شود، تاثیر زیادی بر طرف مقابل می‌گذارد و ارتباط موجود بین طرفین اصلاح شده و حتی گسترش می‌یابد.

خودگشودگی یا خود افشاگری

«خودگشودگی» یا «خود افشاگری»، اصطلاحی است که در بیشتر موارد برای توجیه توانایی فرد در عرضه و ارائه خود در برقراری ارتباط با دیگران به کار می‌رود. تعریف جاری «خودگشودگی» یا «خود افشاگری» بسیار وسیع است و شامل هر اظهاری است که فرد در مورد خود و توانایی‌ها و شخصیت خود می‌کند. پژوهشگران بر این باورند که «خودگشودگی» شامل آن دسته از اظهاراتی است که فرد به گونه‌ای آگاهانه و اختیاری با دیگران در مورد خود در میان می‌گذارد. «خودگشودگی» یا «خود افشاگری»:

– می‌تواند بی‌خطر و دور از شرایط تهدیدآمیز باشد. مثلاً فردی احساس خود را در مورد یک فیلم یا یک داستان و کتاب بگوید و یا این که بخواهد اظهار کند که چه اندازه به کتاب یا شعر علاقه دارد و یا این که چه میزان مطالعه می‌کند.

– می‌تواند دشوار و در برخی موارد تهدیدآمیز باشد. مثلاً این که به شخصی بگوییم که خودخواهی و خودستایی او ما را به شدت ناراحت می‌کند و نمی‌گذارد که ما به او نزدیک شویم. و یا این که شخصی بخواهد بگوید که او در مورد استفاده نامشروع از اموال دولتی چندان سختگیر نیست و خود بارها از وسایل دولتی به نفع خود و کسان خود استفاده کرده است.

اهمیت خودگشودگی

«خودگشودگی» به دلایل زیادی، مهم است. وقتی که ما در مورد خود، احساسات و ادراکات خود سخن می‌گوییم، به شناخت بیشتری از خود می‌رسیم و آگاهی بیشتری از خویش و تمایلات خویش پیدا می‌کنیم. «خودگشودگی» به «خودبالندگی» منتج می‌شود. چنانچه افراد دیگر بازخوری از رفتار ما به ما بازگردانند، ما از برخی مسائل و مشکلاتی که با آن روبرو هستیم اطلاع می‌یابیم و به اشتباهات خود پی می‌بریم. اگر ما «خودگشوده» نباشیم، دیگران نمی‌توانند بازخور مناسب و صحیحی به ما بدهند.

۱- «خودگشودگی» موجب شناخت بهتر خویش می‌شود: برای این که خود را بهتر شناخته و به سوی خود گسترده‌تری و تعالی‌گرایش پیدا کنیم، می‌باید به «خودگشودگی» روی آوریم. برای این که بتوانیم ارتباط بهتری با دیگران برقرار کنیم، می‌باید اول خود را بشناسیم و به توانایی‌ها و ناتوانی‌های خود آگاهی بیابیم. با این آگاهی، توانایی ما در ایجاد فضای مناسب ارتباطی با دیگران مهیاتر می‌شود و می‌توانیم به تفهیم و تفاهم بیشتری برسیم.

۲- «خودگشودگی» موجب «خودبالندگی» می‌شود: اگر به «پنجره جوهری» بازگردیم می‌بینیم که «خودگشودگی» به ما به راحتی اجازه می‌دهد که اندازه منطقه گشوده خود را گسترش دهیم. گسترش این منطقه به کاهش مناطق سه‌گانه دیگر می‌انجامد و ما را توانا می‌سازد که با آگاهی بیشتر به مسائل پیرامون خود بپردازیم. این خود به تکامل و بالندگی ما منجر می‌شود.

در گفت گو در مورد لباس یا یک کتاب مورد علاقه با دوست خود، ممکن است دریابیم که او هم با ما هم عقیده است و علاوه بر این با کندوکاو نسبی ممکن است به این نتیجه برسیم که او نه تنها در مورد لباس و کتاب با ما یکسان است، بلکه در برخی موارد دیگر مانند توجه به زبردستان، اخلاق حرفه ای، صداقت و درستی هم با ما هم عقیده است. با وقوف به این متوجه می شویم که اگر بخشی از ادراک خود را با دیگران در میان بگذاریم آنان نیز متقابلاً ممکن است که چنین کنند و به شخصیت و خصوصیات آنان پی خواهیم برد. چیزی که تا این زمان برای ما ناشناخته و مبهم بود و نمی توانستیم بر آن تکیه داشته باشیم. در این عمل، ما به کاهش خانه «کور» و افزایش خانه «گشوده» کمک کرده ایم. این خود موجب بالا رفتن آگاهی و توانایی ما در مورد خود و دیگران شده و خصوصاً به بالندگی ما می انجامد.

۳ - خودگشودگی موجب بهتر شدن روابط ما با دیگران می شود: «خودگشودگی» که موجب گشودگی رفتاری و شخصیتی ما می شود، اغلب موجب «خودگشودگی» دیگران نیز می شود. یعنی آنان با ملاحظه «خودگشودگی» رفتاری و شخصیتی ما در بیشتر مواقع به گشودگی خود می پردازند. به این ترتیب، ما همگی نسبت به هم گشوده و باز رفتار می کنیم و این خود موجب بالا رفتن دانش ما در باره خود و دیگران می شود. بیشترین درجه «خودگشودگی» اغلب در برابر دوستان و افرادی است که با آنان نزدیکی بیشتری احساس می کنیم. «خودگشودگی» ما را توانا می سازد که روابط خود را با دیگران عمق بخشیده و آن را به سوی غنی سازی سوق دهیم. در مقابل، ناتوانی در «خودگشودگی»، منجر به تضعیف و یا در شدیدترین حالت، منجر به مرگ رابطه بین انسان ها می شود.

۴ - خودگشودگی، موجب شکل دهی نگرش مثبت بیشتر در مقابل خود و دیگران می شود: «خودگشودگی» نه تنها به بالندگی شخصیتی و رفتاری فرد می انجامد و او را در برابر دیگران از نظر ارتباطی تواناتر از پیش می کند، بلکه موجب شکل دهی نگرش مثبت بیشتری در مقابل خود و دیگران می شود.

هم «خودگشودگی» مثبت و هم «خودگشودگی» منفی، توأماً می توانند موجب نگرش مثبت در مورد خود و دیگران شوند. اگر ما اطلاعات مثبت در مورد خود را به دیگران منتقل کنیم، و به عبارت دیگر به گونه ای مثبت خود را بازگشائیم، ما لذت و احساس لذت خود را با دیگران در میان نهاده ایم و آنان را در لذت خود سهیم کرده ایم. زمانی که ما به دیگری در مورد امیدها و آرزوهای خود و رویاهایی که در سر می پرورانیم، سخن می گوئیم، وقتی که ما لحظات شاد و امیدبخش زندگی خود را با دیگران در میان می نهیم، و زمانی که ما تجارب و خاطرات قابل توجه و هیجان انگیز خود را مجدداً به خاطر می آوریم و دیگران را با خود در آن ها سهیم می کنیم، احساس شادمانی بیشتر و قدرت بیشتری در خویشتن می کنیم و دیگران آن را تقویت می کنند. آنان با پشتیبانی و تقویت خود از احساسات و تجارب ما، ما را به وجد می آورند و حالت خوشایند و امیدوارکننده ای به ما می دهند.

«خودگشودگی» منفی نیز می تواند به نگرش مثبت در مورد خویشتن و دیگران که با ما در ارتباط هستند کمک شایان توجهی کند. زمانی که ما توان آن را می یابیم که ویژگی های منفی و ناتوانایی های خویش را به دیگران بازگو کنیم و به آنان بگوئیم که شکست ها و اشتباهات ما چیست و کمبودهای ما چگونه بروز کرده اند و وقتی که آنان نیز کم و بیش چنین کنند، درمی یابیم که همه خطاپذیر هستیم و همه در زندگی خود اشتباهاتی داشته و ناتوانی های زیادی داریم. درمی یابیم که هیچ کس بی اشتباه و خطاناپذیر نیست. در می یابیم که انسان کامل و بی عیب وجود ندارد. این جاست که ما به دیگران نزدیک می شویم. احساس می کنیم که دیگر نمی توانیم دیگران را سرزنش کنیم که چرا چنین کرده و چنان نکرده اند و این خود به نگرش مثبت در مورد کل انسان ها می انجامد.

مواجهه با خود گشودگی

با توجه به اهمیت «خودگشودگی»، چرا در بیشتر موارد ما از گشودن خویش در نظر دیگران هراسان هستیم و از انجام آن دوری می کنیم؟ عموماً می توانیم بگوئیم که اشخاص از گشودن خود از آن رو نگرانند و از آن ابا دارند که نگرشی منفی نسبت به خود و در بیشتر موارد نگرش منفی تر نسبت به دیگران دارند. به عبارت دیگر و ساده

تر، آنان ارزش آن چنان بالا و والایی برای خود قائل نیستند، یا آن که آنان به دیگران اعتماد نداشته و نمی توانند به آنان متکی شوند و در برخی مواقع هر دوی این موارد بر رفتار انسان ها حاکم می شوند.

خطر خود گشودگی

بسیاری از انسان ها بر این باورند که «خودگشودگی» خطری برای آنان و زندگی آنان با دیگران در بر دارد. آنان از این در هراس اند که طرف مقابل از گشودگی رفتاری آنان سوء استفاده کند و آن را چون حربه ای بر علیه شان به کار گیرد، یا اساسا آنان گفته ایشان را درک نکنند.

اغلب فقدان نگرش و احساس مثبت نسبت به خود و دیگران انسان را بر این می دارد که بیشتر بسته بیندیشد و کمتر خود را در مقابل دیگران بگشاید و عمل «خودگشودگی» را به درستی انجام دهد.

ترس از وضعیتی که برای انسان غیر قابل کنترل باشد و او نتواند اوضاع را مطابق میل خود شکل دهد و نیز عدم اعتماد به دیگران می تواند موجب عدم پذیرش و وضعیت «خودگشودگی» در مقابل دیگران شود و فرد را در لاک خود فرو برد به طوری که مطرح شدن با دیگران را نپذیرد. گاه چنین اتفاق می افتد که این ترس از دیگران و عدم اعتماد به آن ها مداوم شده و به تدریج جزئی از عادت و در نهایت شخصیت فرد می شود.

ممکن است برخی از انسان ها در اوان کودکی و جوانی آن گونه بار آمده و تربیت شده باشند که نباید خود را نزد دیگران بگشایند. آنان چنین آموخته اند که «خودگشودگی» به زیان انسان تمام می شود. این قسم برخوردارها موجب پدید آمدن دشواری هایی در «خودگشودگی» می شود. والدین ما به ما آموخته اند و یا می آموزند که «خودگشودگی مثبت» خودستایی و لاف زدن است و باید از آن بپرهیزیم. چون در دیگران احساس ناخوشایندی در مورد ما ایجاد می کند. از خود گفتن و خود را ستودن در واقع نوعی بی ادبی است و ارزش فرد را در جامعه و در مقابل دیگران بسیار پایین می آورد. دیگران که در زندگی ما مطرح اند و به عنوان «دیگران موثر» در زندگی ما ایفای نقش می کنند، در مقابل «خودگشودگی منفی» ما به گونه ای منفی در دیگران واکنش ایجاد می کنند. آنان به محض شنیدن نکات منفی در مورد ما از زبان خود ما احساس بدی می کنند و واکنشی خوب از خود نشان نمی دهند. از این شرایط پیامی که دریافت می کنیم این است که نمی باید خود را بگشائیم و آن چه در خود داریم به دیگران منتقل کنیم.

هر اندازه به سنین کودکی نزدیک تر باشیم، امکان «خودگشودگی» بیشتری در ما وجود دارد و هر قدر پا به سن می گذاریم و به اصطلاح تجربه می اندوزیم، فرا می گیریم که نمی باید خود را بگشائیم و باید بسیاری از چیزها را که احساس می کنیم در خود نگه داریم و آن ها را کمتر با دیگران در میان بگذاریم، چرا که این «خودگشودگی» موجب آسیب پذیری بیشتر ما می شود و دست دیگران را بر ما گشوده می سازد. ما حتی به تدریج بر آن می شویم که کاملا احساس خود را تحت کنترل درآوریم و صورتکی دگرگون بر آن چه در ما می گذرد بگذاریم. اگر ناراحت هستیم خود را خوشحال جلوه دهیم و اگر از شکست رقیب خود شادمانیم خود را مغموم و گرفته و متاثر جلوه دهیم. همه این ها را ما کم کم در روابط خود با دیگران می آموزیم و به کار می گیریم.

راهنمایی هایی برای «خودگشودگی»

«خودگشودگی» باید طبیعی و خودجوش یا با طیب خاطر بوده نه آن که برنامه ریزی شده و منبعث از شرایط مبتنی بر زور یا وابسته به عوامل دیگر باشد. شاید بهتر باشد که «خودگشودگی» به گونه ای خاص انجام پذیرد تا عام، تغییرپذیر باشد تا غیرقابل دگرگونی و ثابت، فزاینده اطلاعات شخص مقابل باشد تا تهدید کننده او. به عبارت دیگر، «خودگشودگی» نمی باید مبتنی بر تکبر، عام گرایی و حالات تهدید آمیز باشد. «خودگشودگی» می باید به ما یاری دهد که روابطی را که وجود دارد تقویت کنیم و آن ها را تحکیم بخشیم نه آن که آن چه وجود دارد تخریب کرده و از بین ببریم. به عبارت دیگر باید گفت عمل «خودگشودگی»، عملی سازنده و فعال است نه منفی و بازدارنده.

هنجارهایی برای «خودگشودگی» مطرح شده اند. این هنجارها عمیقا و به شدت بر تناسب و عدم تناسب «خودگشودگی» در وضعیت حاکم و با توجه به روابط معین، نکات مورد نظر، اشخاص مورد توجه و موضوعات ویژه دلالت دارند. اینک به برخی از راهنمایی های مربوط به «خودگشودگی» می پردازیم:

- ۱ - خودگشودگی باید دوطرفه و قابل تسهیم باشد.
- ۲ - خودگشودگی به طول رابطه بستگی دارد.
- ۳ - خودگشودگی می باید مناسب حال کسی که در مقابل او انجام می شود، باشد.
- ۴ - خودگشودگی به موضوع مورد بحث بستگی دارد.
- ۵ - خودگشودگی به شخصی که خود را می گشاید بستگی تام دارد.

فصل پنجم – تفاهم با دیگران

ارتباطات انسانی صحیح میان انسانها به درستی انجام نمی پذیرد مگر آن که آنان با نوعی تفهیم و تفاهم و عرضه و درک یکدیگر این مهم را مورد توجه قرار دهند. در این فصل توجه ما بیشتر به دیگران و مسایل مربوط به آنان است. برای فهم بیشتر فرد یا افراد مقابل خویش به عنوان مخاطب، چنین به نظر می رسد که دو مهارت عمده می باید در انسان شکل گرفته و آن ها را در فراگرد ارتباطی به کار گرفت. این دو مهارت یکی گوش دادن (*Listening*) و دیگری همدلی (*Empathy*) است. با این دو مهارت به تدریج می توان با دیگران تفاهم مورد نظر را ایجاد کرد که از پی آن ارتباطات بین فرد مؤثر شکل خواهد گرفت.

گوش دادن

بیشتر مردم معمولاً به گفتن و سخنوری توجه دارند و تصور می کنند که نقش اصلی را در فراگرد ارتباطی، فرستنده پیام بازی می کند. در حالی که گوش دادن یا شنیدن مؤثر، از سخنگویی به مراتب دشوارتر است. بدون گوش دادن، پیام به هرز و هدر می رود و ارتباطات به هدفی که دارد دسترسی پیدا نمی کند. گوش دادن با این پیش فرض عبارت است از: «فراگرد دریافت و تعبیر و تفسیر محرکهای شفاهی.»

بیشتر مردم چنین فکر می کنند که: (۱) آنان گوش دهندگان خوبی هستند. (۲) نمی توان به آنها آموخت که گوش دهندگان بهتری شوند و (۳) گوش دادن مؤثر و شنیدن ساده یکی هستند. متأسفانه پژوهش های متعددی عکس این را نشان می دهند. این پژوهش ها بر این واقعیت تلخ استواراند که اکثر ما گوش دهندگان خوبی نیستیم. اصلاً بیشتر ما گوش شنوایی نداریم.

استنباط غلط دیگری که وجود دارد این است که انسان ها با فراگیری و آموزش، گوش دهندگان بهتری نمی شوند. به عبارت دیگر نقش آموزش را در این پدیده بی تأثیر می دانند. «رانکین» *Rankin* یکی از پژوهشگران پیشگام علم ارتباطات به این نتیجه رسیده است که در حدود ۷۰ درصد از زمان بیداری افرادی که او در باره آنان مطالعه کرده است، در ارتباطات می گذرد. این زمان بخش هایی به گوش دادن، سخن گفتن، خواندن و نوشتن می گذرد که نسبت هر یک از آن ها به درصد به قرار زیر بوده است:

گوش دادن ۴۲٪

سخن گفتن ۳۲٪

خواندن ۱۵٪

نوشتن ۱۱٪

با توجه به ارقام فوق به سادگی می توان دریافت که بخش عمده ای از زمان ارتباطی انسان ها، آن هم در جامعه ای که بیش از ۹۰ درصد از جمعیت آن در جرگه با سوادان هستند، به گوش دادن می گذرد. بدیهی است که این رقم در کشورهای کمتر توسعه یافته که میزان با سوادان آن کمتر است، رقم بالاتری خواهد بود. باید توجه داشت که «رانکین»، «ارتباط با خود» را در نظر نگرفته است و اگر این موضوع نیز در نظر گرفته شود به این نتیجه می رسیم که صد درصد زمان بیداری انسان ها در فراگرد ارتباطی می گذرد.

می توان گفت گوش دادن اساس ارتباطات بین اشخاص است و اگر به درستی انجام نگیرد می توان گفت ارتباط ناقص و با دشواری مواجه خواهد بود. برای خواندن و نوشتن و حتی سخن گفتن، کلاس ها و دوره های متعددی در نظر گرفته شده است که جوانان را آموزش می دهند. اما برای گوش دادن مؤثر می توان گفت جایی که آموزش نظام یافته ای بدهد، کمتر مشاهده می شود.

همدلی و فرهنگ

«همدلی» دومین مهارتی است که از طریق آن می توان به شناخت بیشتری از دیگری دست یافت و از این طریق به تفاهم بیشتری با دیگری رسید. همدلی توانایی ویژه ای است که از طریق آن می توان به نگرش فرد مقابل خویش یا به عبارت دیگر مخاطب خویش پی برد و دنیا را از دریچه چشم او نگرست.

بین ادراک افراد با یکدیگر تفاوت چشمگیری وجود دارد. افراد پدیده‌ها را همانند هم نمی‌بینند و درک نمی‌کنند. هر یک به فراخور حال خویشتن و عوامل حاکم بر خود، آن‌ها را در می‌یابند. اگر ما علاقه‌مند به درک بیشتر دیگری و تفهیم و تفاهم با او باشیم، نیاز به شناخت این تفاوت‌ها داشته و می‌باید در تشخیص و شناخت تجربه‌های او تلاش کنیم نه فقط آن‌چه خود در ذهنیت خود داریم. همدلی جوهر اصلی تمامی فراگرد ارتباطات است. همدلی کاملاً از «خنثی بودن» (Neutrality) و «همدردی» (Symphyaty) متمایز است. وقتی که ما در مقابل رفتارها و پدیده‌های وارد بر شخصی با بی‌تفاوتی برخورد می‌کنیم، خنثی بودن ما در برابر او کاملاً مشهود است. مثلاً، اگر فرزند شخصی که به گونه‌ای با ما در ارتباط است بیمار است و به ما می‌گوید یا از کسی می‌شنویم که او به سختی از بیماری رنج می‌برد، ما با بی‌تفاوتی بگوییم یا وانمود کنیم که «به ما ربطی ندارد، او باید کار خود را خود انجام دهد». در اینجا ما با حالت خنثی و بی‌تفاوتی با او مواجه شده‌ایم. در نقطه مقابل، همدردی موقعی به منصفه ظهور می‌رسد که ما در احساسات، با کسی شریک شده و احساسی را که او در مورد پدیده‌ای به دست آورده است ما نیز به دست آوریم. یعنی مشارکت در غم‌ها و شادی‌های طرف مقابل. مثلاً در همان مثال فوق اگر می‌شنویم فرزند فرد مقابل ما بیمار است همان غم و دردی را که او احساس می‌کند ما نیز احساس و به او منتقل کنیم.

یا اگر شادمانی زایدالوصفی برای او حادث شده است ما نیز کاملاً شادمان شویم. وقتی ما خویشتن را در برابر دیگری «همدرد» جلوه می‌دهیم، ممکن است وانمود کنیم که ما نیز کاملاً همان احساسی را که او دارد، داریم و آن احساس را کاملاً از خود نشان دهیم. بسیاری موارد چنین به نظر می‌رسد که «همدردی» در روابط بین افراد سازنده نیست و مشکلی را نمی‌گشاید، چرا که انسان‌ها تابع احساسات و عواطف خویشتن بوده و چون شرایط و تجارب حاکم بر آن‌ها با یکدیگر متفاوت است این عواطف و احساسات نیز متفاوت می‌شود و همواره یکی نمی‌شوند و اگر کسی بخواهد سعی در یکسان‌سازی آن‌ها کند با نوعی تصنعی بودن شرایط مواجه می‌شود که در آن حالت نه تنها به بهبود رابطه کمکی نمی‌کند، بلکه بیشتر به تخریب آن می‌انجامد. زیرا وانمود کردن آن احساس یگانه، حمل بر ظاهرسازی و ظاهر فریبی می‌شود. از سوی دیگر همدردی در بسیاری از شرایط عاطفی سنگین، کار دشواری است. مثلاً در حالت غم بسیار سنگینی که بر فردی حاکم است اگر امکان دستیابی به چنان غمی برای ما نیز مقدور باشد و ما نیز بدان مرحله از غم برسیم، کمکی به او نمی‌توانیم بکنیم. معمولاً در شرایطی که فردی عزیزی را از دست داده است، ما با همدردی نمی‌توانیم کاری برای او انجام دهیم. اگر ما به همان حالت و مرحله از غم برسیم کاملاً مثل او رفتار کرده و چه بسا مشکل را مضاعف کنیم. برعکس در اینجا «همدلی» می‌تواند کمک شایان توجهی کند.

«خنثی بودن» یا بی‌تفاوت بودن، در شکل‌گیری روابط بین افراد بسیار زیان‌رساننده است و دشواری‌هایی را از این جهت پدید می‌آورد. علت عمده این امر آن است که فرد مقابل، احساس می‌کند که ما برای او ارزش و اهمیتی قایل نبوده و به سرنوشت او اساساً علاقه‌ای نداریم. این خود یکی از عمده‌ترین عوامل جدایی و گناه در برابر یکدیگر ایستادن افراد است.

فرهنگ‌های مختلف در مورد «خنثی بودن» و «همدردی» با یکدیگر تفاوت‌های بارزی دارند. برخی از فرهنگ‌ها بیشتر به طرف «همدلی» و «همدردی» گرایش داشته و با هر نوع از تظاهر به «خنثی بودن» به شدت مواجه می‌شوند و برخی از فرهنگ‌ها در بیشتر موارد «خنثی بودن» را آسان‌تر پذیرا بوده و از «همدردی» به شدت گریزان می‌باشند.

انسان‌ها به صورت غریزی بیشتر گرایش به «همدلی» و گاه «همدردی» دارند. از این رو، فرهنگ‌هایی که این امر را تسهیل می‌کنند قوی‌تر و قدیم‌تر بوده، کمتر در معرض فراز و نشیب‌ها می‌باشند. برعکس اگر بیشتر به خنثی بودن گرایش داشته باشند، تزلزل در آن‌ها بیشتر مشاهده می‌شود.

مفهوم «همدلی» در روابط بین افراد بسیار اهمیت دارد و نقش برجسته‌ای را بازی می‌کند. از طریق «همدلی» آن‌ها با یکدیگر پیوند پیدا کرده و در عین جدایی از هم، زندگی یگانه‌ای می‌یابند.

به هنگام همدلی، نیازی به عرضه و آرایه احساس یگانه نیست. مثلاً لزومی ندارد که شادمانی فرد مقابل را عیناً از خود بروز دهیم و یا غم او را آن‌گونه که هست از خویشتن نشان دهیم. آن‌چه باید به فرد مقابل انتقال

دهیم و در فراگرد ارتباطی ما تأثیر فراوان دارد، این است که به او بفهمانیم احساس او را درک می کنیم و برای آن ارزش و احترام قایلیم. «همدلی» محتاج حساسیت (*Sensitivity*) نسبت به دیگران و توانایی آرایه این حساسیت و نشان دادن آن به دیگران است. با دقت در جمله فوق به دو نکته مهم دسترسی می یابیم:

- اول «حساسیت نسبت به دیگران» و این که دیگران برای ما دارای ارزش و اهمیت هستند و ما از آن ها به راحتی نمی گذریم. یکی از مخرب ترین عوامل در رابطه بین اشخاص بی تفاوتی آن ها نسبت به یکدیگر است. آن زمان که حس می کنید برای دیگری ارزشی قایل نیستید و بود و نبود او در زندگی شما تأثیری ندارد، شما دچار بی تفاوتی یا «خنثی بودن» نسبت به او شده اید و این به طور قطع به رابطه انسانی و در نهایت به ارتباط شما با یکدیگر لطمه وارد می کند. امروزه علم ارتباطات انسانی برای این حساس بودن، آموزش های لازم را می دهد و از طریق آنها (*Sensitivity training*) سعی در بالا بردن مهارت های ارتباطی افراد می کند. جایگاه این آموزش ها در علم مدیریت و رشته های وابسته به آن بسیار والا و بالاست.

- نکته دیگر «توانایی آرایه این حساسیت به دیگران» است. بسیار اتفاق می افتد که ما به خوبی احساس دیگران را درک می کنیم، اما به دلایل عدیده، از ابراز آن به دیگری امساک می کنیم. حال این به خاطر غرور و عوامل بازدارنده فرهنگی و یا عوامل شخصی و اجتماعی دیگر است یا نه، چندان اهمیت ندارد. این کافی نیست که ما فقط نسبت به دیگران حساس باشیم. بلکه باید حساسیت خود را ابراز داریم و به آنان بفهمانیم که آن ها برای ما اهمیت دارند و جایی در زندگی ما برای خود گشوده اند. آموزش های مربوط به حساسیت به این نکته نیز توجه کرده و سعی در بالا بردن مهارت های افراد در آرایه این مهم می کنند. برای ارتباط بهتر با دیگران ما باید به آن ها توجه کرده و جایی برای آن ها در زندگی خود باز کنیم و به آنان بفهمانیم (به روشهای کلامی و غیر کلامی) که آنان برای ما مهم اند و ما آن ها را درک می کنیم.

با این همه، ایجاد شرایط مناسب برای «همدلی» و رسیدن به آن کار ساده ای نیست. در برخی موارد ما ناچار هستیم با کسانی «همدلی» کنیم که اساساً برایمان دلچسب نیست. زمانی که ما با کسی و با نظر او مخالف هستیم همدلی کردن با او بسیار دشوار است. اما اگر بخواهیم با او به تفاهم رسیده و ارتباط مناسب را برقرار کنیم ناچار به همدلی می باشیم و در این حالت، همدلی کردن نه تنها کاری ساده نیست، بلکه بسیار دشوار و نامطلوب می باشد. در این مواقع بیشتر وقت و نیروی یک انسان صرف دفاع از موضع خویش و یافتن نقاط ضعف مواضع رقیب می شود و این خود، انسان را از واقعیت و آن چه وجود یک نمود است باز می دارد.

مداخله در توانایی خود در گوش دادن و همدلی

هرچند ما تصور می کنیم که با دیگران به راحتی «همدلی» می کنیم، اما واقعیت امر آن است که ما کمتر در همدلی با دیگران توفیق حاصل می کنیم. همدلی با کسی، همان طور که اشاره شد، گاه بسیار دشوارتر از گوش دادن مؤثر است.

درک و تفاهم با دیگران از طریق «گوش دادن» و «همدلی» مستلزم شنیدن پیام آن ها، هم به صورت کلامی و هم به گونه غیر کلامی است. این خود موجب درک محتوا، مقصود، احساسات و عواطف مرتبط با آن هاست و این ها خود، وابسته به انتقال درک خویشتن به آن هاست. تعداد قابل ملاحظه ای از دشواری ها و سدهای ارتباطی برای رسیدن به مقصود وجود دارد، که ذیلاً به برخی از آن ها که در «گوش دادن» و «همدلی» مستقیماً اثر دارند اشاره می شود:

(۱) پیام و موقعیت

شماری از دشواری ها و نارسایی ها، هم در پیام و هم در موقعیتی که آن را دریافت می داریم وجود دارد که اهم آنها عبارتند از:

- (۱) دشواری های ناشی از واقعیت امر
- (۲) دشواری های ناشی از معنی
- (۳) دشواری های ذهنی و روانی
- (۴) دشواری های فیزیکی.

دشواری های ناشی از واقعیت امر، از این رو روی می دهند که اکثر اوقات در شنیدن سخن دیگران و در ارتباط با آن ها، ما به دنبال واقعیت آن چه خود در ذهن داریم می گردیم تا آن چه او می خواهد بگوید. یا به عبارت دیگر ما به دنبال برداشت خود از موضوع هستیم تا ایده اصلی که در ذهن فرستنده پیام است. مثلاً ممکن است دوستی در مورد سختی ها و ناراحتی های زندگی خود در شهر وقتی که تازه از روستا به شهر آمده بود گفتگو کند و سرگردانی، تنهایی، بی کسی و هراسی را که داشته است با ما در میان نهد. ما بدین صورت به پاره هایی از واقعیت توجه می کنیم که مثلاً او روستازاده است، درونگرا است، تربیت شهری نداشته است و غیره. ما به احساسات و عواطف حاکم بر او کمتر توجه می کنیم. ما به قول خود به واقعیت می پردازیم _ آن هم پاره هایی از واقعیت _ نه احساس به گونه یک کل .

دشواری های ناشی از معنی نیز مشابه می باشند، چرا که آنها نیز از پیام بر می خیزند و اجزای پیام در آن ها تاثیر شگرفی می گذارند. دشواری های ناشی از معنی زمانی رخ می دهند که کسی کلمه یا عبارتی را جدا از معنی متداول آن به کار گیرد یا آن ها را به گونه ای به کارگیرد که احساس متفاوتی را در ما بیانگیزد. مثلاً کلمه «چتر باز» در تهران یا در تبریز یک معنی می دهد و در بندر عباس معنی دیگر. چتر باز در تبریز به معنی فردی است که از هواپیما با چتر نجات به زمین می پرد. در تهران علاوه بر همین معنی در نزد بسیاری از افراد با زمینه فرهنگی یکسان معنی دیگری نیز دارد و آن عبارت است از فردی که انگل و طفیلی دیگری می شود. در بندر عباس و قشم، چتر باز کسی است که کالاهای وارداتی را از لنج ها و مغازه های محلی تهیه کرده به شهرهای دیگر برای فروش مجدد می برد.

دشواری های ذهنی و روانی، زمانی بیشتر به وقوع می پیوندند که ما درگیر «ارتباط با خود» بوده و در عین حال با دیگران نیز سخن گفته یا در ارتباط هستیم.

دشواری های فیزیکی، شامل کلیه محرکاتی می شود که از طریق محیط ممکن است بر تمرکز و توجه ما به فرد فرستنده پیام و یا پیام او تأثیر بگذارد و آن طور که باید به آنها پرداخته شود، توجه نشود. این دشواری ها توسط سروصدا، نور، بو و امثال آن ها پدید می آیند. گاه این دشواری ها از وضع لباس پوشیدن، وضعیت ظاهری افراد و حتی زیبایی و زشتی آنها نشأت می گیرند.

۲) خود

دسته دیگر از عوامل مؤثر بر توانایی ما در گوش دادن و همدلی مرتبط با خود ما می باشند. اگر ما دائماً بر خود تکیه داشته و خویشتن را در مدار همه عالم تصور کنیم - خودبینی - دیگر توان حساس بودن نسبت به دیگران و توجه به احساسات و عواطف آن ها را از دست می دهیم. توجه به خود، «خودمداری» و پیش داوری نسبت به خود و کم گرفتن دیگران، به «گوش دادن» مؤثر و نیز «همدلی» ما با آن ها لطمه وارد می سازد. برای موفقیت در همدلی نیاز به احساس مثبت نسبت به خود و دیگری داریم. تمرکز و توجه به خود - خودمداری - ما را بر آن می دارد که توجه و احترام نسبت به خود را گسترش دهیم، که بی شک باعث کاهش توجه و احترام به دیگری یا دیگران است که این خود در بسیاری موارد موجب دور شدن ما از دیگران می شود و عمل همدلی انجام نمی پذیرد.

عوامل متعددی ممکن است موجب توجه بیش از اندازه فرد نسبت به خود و غفلت از دیگران شود. دفاع از خود رایج ترین آن ها می باشد. اشخاص زمانی که احساس ترس کنند و بر حفظ خود و موقعیت خویش اندیشناک شوند، حالت تدافعی به خود می گیرند. در این حالت آن ها بیشتر به خویشتن توجه کرده و از پرداختن به دیگران ابا دارند.

۳ - دلیل دیگر برای «خودمداری» یا تمرکز بیش از اندازه به خود، «خودبرتربینی آزمایشی» است. اشخاصی که با تجارب بالا و برتری نسبتاً زیاد نسبت به مخاطبان خود قرار دارند، گاه دچار حالتی می شوند که تصور می کنند فقط آن ها درست می اندیشند و افراد مقابل آن ها به هیچ وجه حرفی در برابر حرف آن ها ندارند. والدین گاه این حالت را در برابر فرزندان خود دارند و در مشکلاتی که فرزندان - به ویژه در حول و حوش بلوغ - با آن مواجه می شوند کمتر گوش شنوا داشته و با آنان همدلی نمی کنند و همین موجب «شکاف نسلی» میان آنان می شود.

۴) ادراک نسبت به دیگری

سومین دسته از عوامل مؤثر بر گوش دادن و همدلی را می توان «ادراک خود نسبت به دیگری» نام برد. نگرش های از پیش شکل گرفته و توأم با تعصب نسبت به کسی یا چیزی (مثل پایگاه اجتماعی فرد یا رفتار قالبی یا مبتنی بر تحجر فکری)، بدون شک در همدلی با آن ها و گوش دادن مؤثر می باشند. اگر فرد مورد نظر ما از پایگاه اجتماعی والایی برخوردار باشد و ما بر آن باشیم که او از نظر تخصصی و حرفه ای فرد صاحب صلاحیتی است، در آن مورد خاص به حرف او عمیقاً گوش می دهیم و کمتر خود را محقق به انتقاد از او می دانیم. برعکس اگر فرد دیگری که از نظر ما صاحب صلاحیت نبوده همان سخن را مطرح کند ما با تردید زیاد به آن توجه می کنیم و چه بسا در میانه سخن از توجه بدان خارج می شویم. یکی از عمده ترین عوامل توجه یا عدم توجه به افراد و نظرات آن ها «مشروعیت» یا «مقبولیت» عامل ارتباطی است. هراندازه درجه مشروعیت بالاتر باشد توجه به نظرات او بیشتر بوده و به عبارت دیگر ارزش و اعتبار سخن او بیشتر خواهد بود. در این حالت افراد با دقت بیشتری به سخن فرد معتبر و مقبول گوش فرا می دهند.

اگر ما به گروه یا دسته ای اعتقاد داشته و آنان را احترام برانگیز بدانیم، هرکس که به آن گروه یا دسته تعلق داشته باشد و یا آن که خود را هواخواه آن ها مطرح کند، مورد توجه ما خواهد بود و نظرات او برای ما ارزشمند می باشد.

گسترش توانایی گوش دادن و همدلی

لازم است در وهله نخست به سه دسته از عواملی که بر گوش دادن و همدلی ما تأثیر می گذارند و باعث اعتلای آن ها می شوند، اشاره داشته و روش هایی را که می توان از آنها استفاده کرد، بیان کنیم. گفتیم گسستگی هایی که در این مورد وجود دارند عبارتند از دشواری های فیزیکی، دشواری های ناشی از معنی، دشواری های ذهنی و روانی، در نهایت دشواری های ناشی از واقعیت امر، که هر یک در جای خود تشریح شدند. ما می توانیم دشواری های ناشی از واقعیت امر را به وسیله توجه به نکات اساسی موضوع کمتر کرده و به مقابله با آن ها پردازیم. ما از طریق پرسش و روش های دیگری که وجود دارند می توانیم این دشواری را کمتر کنیم. باید در نظر داشته باشیم در ارتباط میان فردی و چهره به چهره، باب پرسش همواره به روی ما باز است و هر کجا که نکته ای را در نیافتیم، با پرسشی می توان آن را دریافت. در صورت امکان، می توان از فرستنده پیام خواست نکات اساسی مورد نظر خود را بنویسد یا آن که شمرده و آهسته آن ها را بیان دارد تا ما بتوانیم به خاطر سپرده و منظور او را درک کنیم.

دشواری های مبتنی بر معنی می توانند به حداقل خود کاهش یابند. اگر شخص مقابل ما کلمه ای را به کار گیرد که ما معنی آن را به درستی در نیابیم یا ما را دچار سردرگمی کند، برای جلوگیری از این دشواری ها و مشکلات بعدی بهتر است از او بخواهیم که کلمه را برای ما معنی کند و یا معنی و مفهومی را که خود از آن دارد برای ما بازشکافد.

به جای این که اجازه دهیم سفرهای دور و دراز روانی و رؤیاهای بیداری هنگام ارتباط با دیگران ما را در خود ببلعند و ما را از پیام فرستنده پیام دور کنند، می باید زمان را با تمرکز بر روی مقصود و محتوای پیام او در اختیار خود گیریم. با پرهیز از موضوعات و عوامل غیر مرتبط با پیام می توانیم توانایی خود را در گوش دادن و درک مفاهیم به میزان قابل ملاحظه ای گسترش دهیم.

عوامل فیزیکی نامناسب مانند سروصدا، نور شدید، بوهای نامطبوع و غیره به راحتی قابل کنترل می باشند. در بیشتر موارد، جابه جایی و حرکت ساده از اطقی به اطاق دیگر مشکل را حل می کند. عوامل بازدارنده مبتنی بر تمرکز بر خویشتن که منجر به حالات تدافعی، خود برتربینی و خودمداری می شوند دشوارتر از عوامل نامبرده فوق قابل کنترل نمی باشند.

تمرکز بر معنی و تجربه ای که با دیگری در میان نهاده ایم یا او با ما در میان نهاده است، در حل مشکل، کم و بیش مؤثر است و ما را از حالات تدافعی دور می دارد. جدای از وجوه افتراقی که بین ما و دیگران وجود دارد و

نظرات ما را در برخی از زمینه‌ها با یکدیگر متفاوت می‌کند، از بسیاری جهات بین ما وجوه اشتراک وجود دارد که می‌تواند ما را به یکدیگر نزدیک کند. افزایش و به حداکثر رساندن نگرش‌های مشترک و ارزش‌ها و باورهای یکسان بین ما و به حداقل رساندن تفاوت‌ها و وجوه افتراق، موجب افزایش میزان گوش دادن مؤثر و همدلی و ارتباطات بهتر بین ما می‌شود. علاوه بر این اگر در برخورد با اشخاص، در صورت مواجهه با مخالفت، تدافعی رفتار نکنیم ممکن است خود را بسیار اقناعی و یا متقاعد کننده یافته و آنان را به تدریج موافق با خود بیابیم.

اگر مشکل، خودبرتری‌بینی باشد، چاره‌ای جز اجازه اظهار نظر دادن به فرد مقابل و توجه زیاد به نظرات او نیست. بی‌صبری نسبت به کسی که تجربه و اطلاعات زیادی در زمینه‌ای ندارد و شما با اطلاعات و تجربه بالای خود احساس کسالت کرده و عکس‌العمل خود را با بی‌توجهی و گوش ندادن به او بروز می‌دهید، حاصلی جز گسستگی ارتباطی ندارد. گوش دادن به آن‌ها و همدلی با آنان موجب حل مشکل می‌شود و آن‌ها را به شما نزدیک می‌کند. به سخنان آن‌ها گوش فرا دهید. ممکن است چیز تازه‌ای بیابید.

اشخاصی که بیش از حد به خود متکی بوده و خود را در محور کلیه امور قرار می‌دهند با این دشواری مواجه می‌شوند که تحمل گوش دادن به دیگران را از دست داده و حالت همدلی با دیگران کمتر در آن‌ها پدید می‌آید. این خود باعث می‌شود که از دیگران دور شده و نتوانند رابطه‌ای عقلایی با آنان برقرار کنند. برای رفع این مشکل علی‌رغم دشواری، توصیه می‌شود که دیگران را محور توجه قرار داده و سعی در اهمیت قایل شدن برای آن‌ها و نگرش آن‌ها کرد. توجه به آن‌ها موجب این می‌شود که آن‌ها نیز به شما توجه بیشتری کرده و ارتباط درستی میان شما پدیدار شود. پژوهش‌ها بر این باورند که هیچ لباس و آرایش و عطری بیش از گوش دادن به افراد دیگر آنان را متوجه شما نمی‌کند. برای غلبه بر پیش‌داوری‌ها و نگرش‌های قالبی نسبت به دیگران، لازم است بیاموزیم که چگونه داوری خود را تحت کنترل درآورده و آن را موقوف به بعد کنیم. بیاموزیم که هرگز قضاوتمان در مورد دیگران مبتنی بر لباس پوشیدن، وضعیت ظاهر، پیوستگی به گروه و دسته خاصی نباشد، بلکه پس از گوش دادن کامل به آن‌ها و نظرات خاص آن‌ها، در موردشان قضاوت کنیم. زمانی می‌توانیم به این دشواری‌ها و مشکلات دیگر غلبه کنیم که تمرکز و توجه به اشخاص پیرامون خود داشته باشیم و به جای این که خود و نظرات خویش را در مرکز توجه قرار دهیم، آنان را در نظر آوریم. آن‌ها را به عنوان منبع احساس و عاطفه و تفکر و عقیده و اطلاعات بشناسیم و برایشان ارزش قایل شویم و هیچ یک از این موارد شدنی نیست مگر آن که به دقت به آن‌ها گوش فرا دهیم و با آنان از در همدلی وارد شویم.

فصل ششم - ارتباطات کلامی

زبان مهمترین وسیله ارتباط انسان هاست. وسیله ای که با وجود اختراعات فراوان در حیطه ارتباط، همچنان اصلی ترین و آسان ترین راه ارتباط به شمار می رود. زندگی اجتماعی سبب شده که انسان همواره به دنبال یافتن نشانه های مشترکی برای برقراری ارتباط با همنوعان خود باشد، راههای زیادی را تجربه و در پایان توانایی و استعداد مهم خود را کشف کند و نتیجه این که هم اکنون حدود پنج هزار زبان زنده در دنیا وجود دارد.

زبان طبیعی ترین نوع ارتباط و در واقع ریشه همه ارتباط های انسان است. این اهمیت بی نظیر زبان، سبب شده است که گروه بسیاری از انسان ها مشتاق دانستن سیر تحولات زبان و یافتن شباهت ها و تفاوت های زبان های مختلف باشند. انسان در طول سالیان دراز برای به دست آوردن زبانی خاص و سپس برای به نمایش درآوردن زبان خود (یعنی اختراع خط)، تلاش های زیادی را انجام داده است.

هر جامعه ای، نظام ارزشی خاصی را به فرزندان خود منتقل می کند. این ارزش در زبان منعکس شده و تقویت می شوند، و از اینجاست که می گوئیم زبان واقعیتی را خلق یا احیاء می کند. زبان ساختاری گسترده و پنهان است که در روح و جان آدمی نفوذ می کند. آنان که زبان و آثار آن را مطالعه می کنند، مدتهاست متقاعد شده اند که بین زبان و شناخت خود و عزت نفس و همچنین بین زبان و رفتار آدمی، ارتباط وجود دارد. زبان دیدگاه های ما را منعکس می کند.

زبان یک سیستم ارتباطات انسانی است مبتنی بر اصوات گفتاری، که به عنوان نمادهایی قراردادی استفاده می شود. زبان یکی از ابزارهای رمزگذاری پیام هاست. مطالعه زبان شامل مطالعه معنا، معنای مبتنی بر کلمات، شیوه قرار گرفتن کلمات به جای یکدیگر، و زمینه ها و تجربیات ارتباط برقرار کنندگان می شود.

کانالی که کلمات از آن طریق منتقل می شوند به خلق معنای آن کلمات کمک می کند. هنگامی که کلمات بر روی یک کاغذ به شکل چاپی ظاهر می شوند، یک بعدی هستند، این خواننده است که معنای کلمات را تعیین می کند. در واقع نشانه دیگری برای تفسیر کلمات وجود ندارد. اما هنگامی که کلمات شفاه ادا می شوند ابعاد بیشتری به خود می گیرند؛ همچنان که سرعت، طنین، مکث، و حجم کلمات ادا شده در درک بیشتر و بهتر معنای کلمات و مقصود فرستنده پیام به ما کمک می کنند. وقتی که دریافت کننده، گوینده را به چشم خود ببیند و حالات چهره، طرز قرار گرفتن و وضعیت بدن او را مورد توجه قرار دهد، بر تعداد این ابعاد افزوده می شود.

ریشه های زبان انسان

محققان عموماً معتقدند که انسان ها در ابتدا برای برقراری ارتباط به طرز حرکات اندام بدن اتکا می کردند و بعداً رمزی را قرارداد کردند که به وسیله آن می توانستند ارتباط گفتاری نیز برقرار کنند. انسان تمایل به استفاده از زبان گفتاری دارد زیرا زبان حرکات تنها می تواند تعداد محدودی پیام را منتقل کند و دامنه کاربرد اصوات بیشتر است. مدت ها بعد، به دلیل احساس نیاز، انسان علاوه بر زبان حرکات و زبان گفتار، علایم نوشتاری را هم پدید آورد. زبان پویاست و پیوسته تغییر می کند. این تغییرها، تحولاتی را نشان می دهند که در فن آوری، شیوه زندگی و دیدگاه اجتماعی روی داده است. به طور مثال کلماتی مانند *back up* و *internet* در دو دهه اخیر به دامنه واژگان مورد استفاده ما افزوده شدند.

یادگیری زبان و نمادها

در باره این که ما چگونه یک زبان خاص و یا عقاید، ارزش ها و دیدگاه های خاص خود را می سازیم دو نظریه وجود دارد.

۱ - **نظریه انفجار زبان:** بر اساس این نظریه ما مهارت های ارتباطی خود را از کودکی به دست می آوریم. اگر از افراد بخواهند نام شخصی را که بیشترین تاثیر را در توانایی ارتباطی آنها داشته است نام ببرند، احتمالاً یکی از اعضای بسیار نزدیک خانواده (مثل پدر، مادر، برادر یا خواهر) را نام می برند. تمام اینها به شخصی بستگی دارد که بیشتر اوقات با کودک با کودک حرف می زده است. افراد بزرگسالی که پایه زبانی آنها ضعیف است، غالباً همان بچه هایی هستند که با آنها به اندازه کافی و به شکل صحیح حرف زده اند یا برای آنها کتابی نخوانده اند. دامنه

فراگیری کودک هر قدر هم محدود باشد، به تدریج و به سرعت گسترش می یابد تا الگوهای بسیاری از مردم را فراگیرد. محله ای که کودک در آن زندگی می کند و مدرسه ای که در آن درس می خواند، همه بر مهارت وی در برقراری ارتباط اثر می گذارد، همچنان که رسانه ها نیز بر توانایی های کودک تاثیر می گذارند.

۲- **نظریه تقلید از دیگران:** در جوانی تحت تاثیر همه عواملی که در اطراف ما وجود دارند قرار می گیریم. در مرحله ای خاص از زندگی، شروع به انتخاب افراد یا گروه های خاص می کنیم که زبان آنها، ایده آل ها و باورهای آنها را می پسندیم و از آنها تقلید می کنیم. این افراد نقش مهمی در زندگی ما پیدا می کنند و تاثیر آنها زیاد است. در حقیقت روان شناسان عقیده دارند که ما، بدون ارتباط با دیگران، هیچ گونه هویتی نداریم. این دیدگاه، نظریه تقلید از دیگران نامیده می شود.

اصل اساسی این نظریه آن است که درک ما از خود، بر پایه نظر و واکنش دیگران به زبان، رفتارها، نظرات، باورها و دیگر خصوصیات اخلاقی ما استوار می شود. بنابراین اگر به کسی احترام می گذاریم، احتمالاً می خواهیم با تغییر رفتارها و پیام های خود، نظر مثبت او را به خود جلب کنیم. ممکن هم هست که ما تحت تاثیر پیام دیگران قرار گیریم، چرا که آنها از موقعیت ممتازی برخوردارند (مثلاً سیاستمداران، قهرمانان ورزشی، ستارگان سینما) یا این که به نحوی بر ما کنترل دارند (مثلاً رئیس، معلم یا والدین).

ما پیوسته با افرادی تماس برقرار می کنیم که بالقوه می توانند نقش مهمی در زندگی ما بازی کنند. اگر شما در مورد وضعیت فعلی خود فکر کنید و زبان، باورها، ارزش ها و دیدگاه های امروز خود را نسبت به پنج سال پیش مقایسه کنید، احتمالاً تفاوت های قابل ملاحظه ای را خواهید یافت. این تفاوت ها احتمالاً ناشی از آن است که تحت تاثیر دیگران قرار گرفته اید. هیچ کس غیر از خود شما نمی تواند شما را تغییر دهد، اما افراد دیگری که در زندگی شما نقش مهمی دارند، می توانند با پیوند دادن شما به مفاهیم جدید، در شما تغییراتی ایجاد کنند و شما را برای ایجاد تغییراتی که مورد پذیرش خود شما نیز هست یاری دهند.

ویژگی های مشترک زبان ها

همه زبان ها از سه ویژگی مشترک برخوردارند. این ویژگی ها عبارتند از:

- ۱) زبان ها بر مجموعه ای از نمادها (کلامی و غیر کلامی) استوار هستند.
- ۲) زبان هایی که از حروف الفبا استفاده می کنند بین مصوت ها تفاوت قائل می شوند (در زبان انگلیسی، مصوت ها عبارتند از a, e, I, o, u و در فارسی مصوت ها عبارتند از آ، ا، آ، او، ای). ۳) زبان ها دارای طبقات و مقوله های ساختاری مرتب شده مانند افعال، عبارت های اسمی و مفعول ها هستند.

مفهوم معنا

واژه ها، به خودی خود فاقد معنا هستند. معنایی که برای یک کلمه در زبان ما منظور شده است، به تفسیر ما از نمادهایی که از آنها استفاده می کنیم بستگی دارد. از آنجا که کلمات حامل بار معنایی نیستند، ما معنای مورد نظر خود را برای نمادها، با توجه به پیشینه ذهنی، تجربیات و ادراکات خود بر می گیریم.

از آنجا که نمادها را تفسیر می کنیم، به آنها بر اساس چارچوب مرجع و ملاک های خود (زمینه ها، تجربیات، و ادراکات) معنا می دهیم، و چون چارچوب مرجع هر یک از ما بسیار متفاوت از دیگری است، تفسیر و برداشت هر یک از ما از قصد و نیت گوینده یک پیام ممکن است بسیار متفاوت باشد. حتی همه معانی نمادها را نمی توان به راحتی تعریف کرد. نمادها می توانند حامل معانی صریح و روشن و همچنین معانی غیرمستقیم و ضمنی نیز باشند.

هنگامی که می خواهیم کلمات را دسته بندی کنیم، به آنها معانی صریح و روشن (مستقیم) می دهیم. به عنوان مثال کلمه مستقیم و صریح «سگ» حامل معنای صریح «یک حیوان چهار پای وابسته به خانواده سگ سانان» می باشد. در مقابل، کلمات غیر صریح (غیر مستقیم) دارای معنای ضمنی و تلویحی هستند. کلماتی مانند زیبا، قشنگ و خوشگل دارای معنای ضمنی هستند. توافق بر سر معنای این کلمات دشوار است.

کسی که پیامی می فرستد باید سعی کند تا از زبان (تا حد امکان)، با دقت و ملاحظه تمام جوانب استفاده کند، تا سوء تفاهم ها را کم کند و دچار اختلال معنایی نشود. به عنوان مثال، به کارگیری تعاریف، واژه ها و عبارت های مترادف و ارائه توضیحات می تواند در روشن شدن واژگان مفید باشد.

در فرایند ارتباط، تنها فرستنده پیام مسئول نیست، بلکه دریافت کننده پیام نیز در این فرایند مشارکت فعال دارد. دادن بازخور (مثل سوال پرسیدن و تکرار پیام) می تواند به روشن شدن معنا کمک کند.

کاربردهای زبان

روش استفاده فرد از زبان، تحت تاثیر دامنه لغات موجود و کاربردهای زبان می باشد. این کاربردها معمولاً به پنج دسته تقسیم می شوند: کاربردهای عاطفی، کاربردهای سازنده، کاربردهای ادراکی، کاربردهای معنایی، و کاربردهای مشخص گر.

«زبان عاطفی» برای بیان احساسات، دیدگاه ها و عواطف و هیجانات گوینده استفاده می شود. زبان عاطفی، کلمات تلویحاً عاطفی را، به خدمت می گیرد. مثلاً هنگام بررسی یک فیلم، شخصی که می گوید «آن فیلم خیلی جالب و جذاب است»، از زبان عاطفی استفاده می کند.

«زبان سازنده» جهت تقویت روابط بین مشارکت کنندگان در یک مبادله ارتباطی استفاده می شود. کاربردهای زبانی مثل سلام گفتن، خداحافظی کردن، و گفتگوهای معمولی، جلوه های سازنده زبان هستند. کاربرد «زبان ادراکی» در نقل و انتقال اطلاعات است. زبان ادراکی معمولاً صریح و مستقیم است. مانند مطالب درسی که در کتاب یا جزوه های دانشگاهی آمده است.

هدف از به کارگیری «زبان معنایی» تاثیرگذاری بر افکار و رفتارهاست. گوینده، واژه های تلویحی و غیر صریح را با استفاده از تصاویر (که احساسات و عواطف را تحریک می کنند) و پیام های غیر مستقیم، برای تاثیرگذاری بر دیدگاه ها و رفتارها به خدمت می گیرد. از جمله کاربردهای این زبان، آگهی های بازرگانی هستند. «زبان مشخص گر» روی نامیدن اشیاء تمرکز می کند. بنابراین، با بکارگیری این زبان، تبیین دقیق آنچه که در باره آن صحبت می کنیم امکان پذیر می شود. به عنوان مثال در جمله «علی به بازار رفت»، استفاده از نام «علی» (به جای «او» یا «کسی») کاربرد مشخص کننده زبان است.

تعریف زبان

کلمات نماینده معانی مختلف می باشند. مردم خواسته یا ناخواسته اطلاعات را همزمان با پردازش آن تعریف می کنند و عمداً یا سهواً از زبانی مبهم استفاده می کنند. مهم ترین عواملی که موجب تعریف زبان می شوند عبارتند از: «ابهام»، «استنتاجات و پیشداوری ها» و «تعدیل پیام».

ابهام ممکن است زمانی ایجاد شود که کلمه بیش از یک تفسیر داشته باشد. به عنوان مثال وقتی کسی می گوید «خوردن»، منظور او می تواند تقاضای خرید یک نوع سبزی (سبزی خوردن) از یک سبزی فروش باشد، یا منظور او می تواند اشاره به عمل خوردن غذا در پاسخ به سوال کسی باشد که از او پرسیده «مشغول چه کاری هستی؟» و ...

همچنین ابهام می تواند نتیجه به کارگیری کلمات یا جملاتی باشد که واضح و روشن نیستند. استفاده از کلماتی نظیر «آنها»، «او»، «آن»، از ابهامات هستند مگر آن که ما دقیقاً بدانیم گوینده به چه کسی یا چه چیزی اشاره می کند. بسیاری از کلمات غیر صریح، مبهم هستند چون هیچ تعریف خاصی ندارند.

نوع ویژه ای از ابهام که فریبنده، فرار یا گیج کننده است؛ «زبان مضاعف» نام دارد. زبان مضاعف، نوعی استفاده دوگانه از زبان به صورت آگاهانه توسط افراد صاحب قدرت است که به گونه ای خودپسندانه و غیر منصفانه، تلاش می کنند با هزینه دیگران اهداف خود را تامین کنند. مثال: استفاده از واژه «استان های کمتر برخوردار» به جای «استان های محروم» یا عبارت «اقشار آسیب پذیر» به جای «اقشار مستضعف».

«پیشداوری ها» *Inferences* زمانی بروز می کنند که ما فراتر از اطلاعات موجود مسئله ای را تفسیر می کنیم یا بدون بهره گیری از تمام اطلاعات موجود، نتیجه ای عاجل (که شاید نادرست هم باشد) می گیریم. از آنجا که برقراری ارتباط فرایندی پویاست، در موقع پردازش اطلاعات، اگر اطلاعات کافی در اختیار نداشته باشیم، بر اساس «درک» خود و یا بر اساس «تجربه» خود و یا بر طبق «انتظار» خود، دست به «استنتاج» می زنیم و اطلاعات را کامل می کنیم.

زبانی که به کار می‌بریم

زبان مانند یک ترکیب شیمیایی دارای ساختار است. مجموعه‌ای محدود از حروف (صامت و مصوت) وجود دارند و این حروف ترکیب می‌شوند تا کلمات را درست کنند؛ کلمات نیز، خود جملات را می‌سازند. بین زبان‌های مختلف از نظر ساختار و قانونمندی تفاوت وجود دارد. هر زبانی مجموعه‌ای است از لهجه‌های مشابه. لهجه‌ها نیز مانند زبان‌ها از لحاظ تلفظ، دامنه لغات، دستور زبان و قواعد آوایی متفاوتند. به‌طور مثال در ایران بر اساس نوع منطقه در کشور، ممکن است هر کلمه، خود دارای معانی متفاوتی باشد. شباهت‌های موجود بین گویش‌های مختلف زبان فارسی، بسیار بیشتر از تفاوت‌های آنهاست. به همین دلیل ایرانی‌هایی که گویش‌های مختلف دارند به راحتی می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، اگر چه گاهی اوقات یک لهجه *Accent* (تلفظ و آهنگ صدای یک شخص) ممکن است موجب بروز مشکلاتی در درک مقصود شود. هر کس به زبانی خاص تکلم می‌کند، یا به لهجه‌ای خاص از آن زبان حرف می‌زند یا به ترکیبی از آن لهجه‌ها صحبت می‌کند. اشتباه رایجی که معمولاً وجود دارد این است که یک لهجه را بهتر از دیگر لهجه‌ها بدانیم. اما در هر زبانی بعضی گویش‌ها از گویش‌های دیگر پذیرفته‌ترند. بنابراین، گویش‌های محبوب‌تر به عنوان گویش معیار (استاندارد) تلقی می‌شوند و دیگر گویش‌ها، غیر/استاندارد. گاهی اوقات نیز گویش افراد صاحب قدرت، صاحب نفوذ یا تحصیلکرده، گویش استاندارد تلقی می‌شود. در هر حال، ارتباط موفق زمانی امکان‌پذیر می‌شود که فرستنده، پیام خود را با گویش اصلی مورد استفاده مردم همان منطقه جغرافیایی، و یا گروه شغلی یا طبقه اجتماعی یا آموزشی سازگار کند.

فصل هفتم - ارتباطات غیر کلامی

معمولا ما تصور می کنیم صرفا کلمات قادرند عمده مفهوم موجود در پیام را منتقل کنند. اما این طور نیست. می توان بدون بهره گیری از زبان گفتار، بخش اعظمی از پیام را منتقل کرد.

فعالیت های غیر کلامی، اعمالی نمادین هستند که معمولا با جملات و عباراتی که از زبان ما خارج می شوند هماهنگ هستند. اینها فقط اطلاعات را فاش نمی سازند، بلکه بیانگر معانی خاصی نیز هستند.

«ارتباط غیر کلامی» *Nonverbal communication* نقش مهمی در زندگی ما ایفا می کند. رفتارهای غیر کلامی نظیر لبخند زدن، گریه کردن، اشاره کردن، نوازش کردن و خیره شدن، ظاهرا در همه جای دنیا مرسوم هستند و درک می شوند.

ارتباط غیر کلامی عبارت است از «کلیه پیام هایی که افراد علاوه بر خود کلام، آنها را نیز مبادله می کنند». ما معنای حرکات بدن خود را درک می کنیم، بدون این که متوجه آنچه انجام می دهیم باشیم. اما در سال های اخیر تلاش هایی در جهت تجزیه و تحلیل و توضیح ارتباط غیر کلامی به روش علمی صورت گرفته است. زبان غیر کلامی، ابزار مهمی در ابراز عقاید و احساسات می باشد.

اعمال غیر کلامی سه مشخصه عمده دارند:

(۱) به رابطه بین فرستنده و دریافت کننده حساس هستند.
 (۲) معنای آنها مبتنی بر بافت (ارتباط برقرار کنندگان، محیط و هدف از ارتباط) و محتوای ارتباط است.
 (۳) بخشی از ارتباط کلامی هستند نه جدا و مستقل از آن.
 عمر مطالعه ارتباط غیر کلامی از مطالعه ارتباط کلامی کوتاهتر است و هنوز فرهنگ لغت کاملی که بیانگر واژگان این نوع ارتباط باشد یا درکی فراگیر از این فرایند داشته باشد، وجود ندارد.

از نظر محققان، هم کودکان و هم بزرگسالان در مراودات اجتماعی بیشتر بر نشانه های غیر کلامی اعتماد می کنند تا بر نشانه های کلامی. وقتی می خواهیم یک ارتباط غیر کلامی را درک و تفسیر کنیم، باید به خاطر داشته باشیم که هیچ نشانه ای به تنهایی نمی تواند حجم عظیم محتوای پیام ها را منتقل کند. بنابراین عواملی مانند ژست ها، طرز نشستن و ایستادن، تماس چشمی، شیوه لباس پوشیدن و حرکت را باید با هم مورد توجه قرار داد. این گروه بندی نشانه ها را «خوشه» می نامند.

همانند ارتباط کلامی، نشانه های غیر کلامی نیز می توانند معنای بسیار متفاوتی داشته باشند. مثلا دست به سینه بودن یک نفر می تواند نشانه آن باشد که آدم خودسری است، اما دست به سینه بودن یک نفر، شق و رق ایستادن، سفت شدن ماهیچه ها و عضلات، دندان قروچه کردن و تنگ کردن چشم ها، نشانه خشم و عصبانیت است.

وقتی که ارتباط غیر کلامی را تجزیه و تحلیل می کنیم، باید رفتارهای گذشته فرد را نیز بررسی کنیم. به ارتباط بین الگوهای رفتاری حال و گذشته و هماهنگی بین ارتباط کلامی و غیر کلامی، «همسازی» *Congruency* گفته می شود. مثلا وقتی که به دوستی می گوئید «شما امروز سر حال به نظر نمی رسید»، شما نظر خودتان را بر پایه یک ارزیابی از وضعیت ظاهری کنونی او در مقایسه با وضعیت ظاهری گذشته اش ارائه می کنید. به عبارت دیگر چیزی تغییر کرده است و شما از این تغییر آگاه شده اید و اگر زمینه قبلی نداشتید، نمی توانستید به بروز تغییر پی ببرید.

خاستگاه نشانه های غیر کلامی

ما چگونه نشانه های غیر کلامی را ایجاد یا درک می کنیم؟ دو خاستگاه اساسی برای نشانه های غیر کلامی ذکر شده است که عبارتند از (۱) واکنش های عصبی ذاتی (خودکار) و (۲) رفتارهای معمول و مورد قبول یک فرهنگ، یک جامعه یا یک خانواده (رفتار فرهنگی و میان فرهنگی).

واکنش های عصبی: «واکنش های عصبی ذاتی» عکس العمل های غیر کلامی خودکار به محرک ها می باشند. این واکنش ها از زمان تولد با ما هستند و بازتابی به نیازهای اساسی انسان می باشند. مثلا وقتی که صدایی

می شنویم، پلک های خود را برهم می زنیم یا وقتی که می ترسیم، عضلات شکم منقبض می شوند و دستان ما عرق می کنند.

بعضی از رفتارهای غیرکلامی مادرزادی هستند. مثلا، افرادی که کور و نابینا به دنیا آمده اند هنگام صحبت دستهای خود را تکان می دهند، اگرچه هرگز ندیده اند که کسی چنین کاری کرده باشد.

رفتار فرهنگی و میان فرهنگی: رفتار غیرکلامی را به همان شیوه که زبان گفتاری را می آموزیم، یاد می گیریم. در کودکی، مردمان اطراف خود را می بینیم و از آنها تقلید می کنیم؛ بنابراین، نه تنها یاد می گیریم که مانند آنها صحبت کنیم، بلکه رفتار خود را نیز بر همان مبنا پی ریزی می کنیم. هر فرهنگی زبان بدنی خاص خود را دارد و کودکان و نوجوانان الگوهای این زبان را همزمان و به موازات زبان گفتاری فرا می گیرند. فرهنگ بسیار پایا و مداوم است. در جوامع مختلف می توان الگوهای فرهنگی متفاوتی را شناسایی کرد. ایتالیایی ها معروفند که به هنگام حرف زدن، دست های خود را تکان می دهند. در حالی که انگلیسی ها هنگام حرف زدن، حرکات بدن خود را کنترل می کنند. فردی که به بیش از یک زبان تکلم می کند، مناسب با زبانی که دارد صحبت می کند ژست خود را تغییر می دهد.

رفتارها و ژست های غیرکلامی در سراسر جهان مفهوم و پیام های مختلفی دارند. مثلا یک مرد عرب با دست کشیدن روی چانه خود، علاقه خود را به یک زن نشان می دهد، در حالی که یک پرتغالی این تمایل را با کشیدن گوش خود نشان می دهد و از طرف دیگر در ایتالیا کشیدن گوش، یک توهین زشت و عمدی محسوب می شود.

افراد هنگام برقراری ارتباط غیرکلامی بر اساس یک سلسله اعمال مختلف عمل می کنند. «سلسله اعمال» *Action chain*، مجموعه ای است متوالی در بیش از دو مرحله که در هر مرحله برای رسیدن به یک هدف، فعالیت های خاصی انجام می گیرد. اگر شخص هر مرحله را قدم به قدم طی نکند، این سلسله اعمال به هم می خورد و باید مسیر را مجدداً طی کند. در فرهنگ های مختلف، افراد بر اساس سلسله اعمال مختلف، رفتارهای مختلفی دارند. مثلا برای یک آمریکایی، وقت شناسی یعنی انجام کاری خاص در عرض حداکثر ۵ دقیقه قبل یا بعد از یک زمان معین. در حالی که از دید یک مکزیکی، وقت شناسی یعنی انجام کاری در یک محدوده زمانی معقول.

بررسی ها نشان می دهند که در مجموع:

۱- زنان در برابر نشانه های غیرکلامی به ویژه نشانه های چهره ای حساس ترند و نشانه های غیرکلامی صحیح و دقیق تری را به دیگران منتقل می کنند.

۲- وقتی که پیام های ارسال شده از طریق کانال های کلامی و غیرکلامی متناقض به نظر برسند، بیشتر افراد بالغ پیام غیرکلامی را صحیح و دقیق تر می بینند.

۳- افرادی که خودباوری و اعتماد به نفس آنها پایین است، هنگام دریافت پیام های منفی و در مقایسه با هنگام دریافت پیام های مثبت، از تماس چشمی بیشتری استفاده می کنند، حال آن که افراد دارای اعتماد به نفس بالا، عکس چنین حالتی را نشان می دهند.

۴- هنگامی که افراد دارند دروغ می گویند، مردمک چشم آنها کوچکتر می شود.

در فرهنگ های مختلف طرز ژست گرفتن نیز متفاوت است. مثلا چسباندن انگشت شصت به انگشت اشاره و صاف نگهداشتن سه انگشت دیگر در آمریکا به معنای بسیار خوب است. اما در فرانسه و بلژیک این عمل به معنای آن است که مخاطب، فردی است بی ارزش. همین ژست در ترکیه و یونان یک نوع دعوت جنسی است. به همین ترتیب، با انگشت اشاره به گیجگاه زدن در حالی که انگشتان دیگر جمع شده است در آمریکا به معنای آن است که او «آدم زیرکی است»، در حالی که در بیشتر کشورهای اروپایی این عمل به معنای آن است که «او احمق است».

استفاده از فضای محل نیز در نقاط مختلف دنیا بسیار متفاوت است. عرب ها، آمریکای جنوبی ها و اروپای شرقی ها، معمولا به هنگام حرف زدن به شخص مخاطب خود خیلی نزدیک می شوند، در حالی که آمریکایی ها از این نوع کار ناراحت می شوند و آلمانی ها و اسکاتلندی ها آن را اصلا نمی پسندند.

ما بیشتر دوست داریم نشانه‌های غیر کلامی را بر اساس زمینه و تجربیات شخصی خود تعبیر کنیم و فرض می‌کنیم که دیگران هم این نشانه‌ها را همین‌گونه تفسیر می‌کنند. اما این فرض و گمان می‌تواند گمراه‌کننده و حتی خطرناک باشد. باید بدانیم که در هر شکل از ارتباط، درک و شناخت دریافت‌کننده پیام ضروری است و باید به خاطر داشته باشیم که با وجود پایا و مداوم بودن بعضی الگوهای فرهنگی، همه افراد در یک فرهنگ خاص یک جور رفتار نمی‌کنند.

نقش عواطف در ارتباطات غیر کلامی

عواطف و احساسات، اثری مستقیم بر وسعت قلمروی شخصی افراد و واکنش‌ها و پاسخ‌های غیر کلامی ناشی از آن دارد. وقتی از چیزی یا کسی می‌ترسند، از نزدیک شدن به آن چیز یا آن کس خودداری می‌کنند. افرادی که عصبی هستند، اگر شخصی به قلمرو آنها تجاوز کند خشمگین می‌شوند و به سرعت واکنش نشان می‌دهند.

وقتی که مردم آشفته و ناراحت هستند، بدن آنها معمولاً خشک و منقبض می‌شود. مثلاً بسیاری از کسانی که از سخنرانی در برابر جمع می‌ترسند، صدایشان می‌گیرد و عضلات شکم منقبض می‌شود و به دلیل اضطراب شدید، لرزش صدای آنها (انقباض تارهای صوتی) افزایش می‌یابد.

افرادی که سعی می‌کنند ناراحتی خود را مخفی کنند، دچار آسیب‌های جسمی می‌شوند. بدن باید ناراحتی درونی را بیرون ببرد. احساسات سرکوب شده باید به طریقی آزاد شوند و نتیجه آن ممکن است به صورت یک سردرد یا دل پیچه ظاهر شود. همچنین افرادی که دچار اضطراب و فشار روانی هستند، دیگران را بزرگتر و نزدیکتر از آنچه واقعاً هستند می‌بینند. از نگاه بچه‌ای که ترسیده است، یک فرد بالغ ممکن است مثل یک گول به نظر آید. به همین خاطر، افراد بالغ هنگام صحبت با کودکی که در حال گریستن است یا دچار تشنج شده است، باید روی زانوهای خود بایستند. باز به همین دلیل، بازپرسان پلیس و وکلای دادگستری می‌دانند که قدم زدن در اطراف متهم ممکن است او را ناراحت و خشمگین کند و حرفی بزند که در شرایط عادی می‌تواند آن را کنترل کند. این فشار روحی حتی می‌تواند موجب بی‌نتیجه ماندن دفاعیه‌ها شود.

گاهی به دلیل عوامل تأثیرگذار خارجی، رفتارهای غیر کلامی تغییر می‌کند. مثلاً بین ارتباطات غیر کلامی عادی و غیرعادی تفاوت وجود دارد. ارتباطات و رفتارهای غیرعادی، آن ارتباطاتی هستند که وقتی فرد مواد مخدر یا مشروبات الکلی مصرف می‌کند یا شوکه می‌شود بروز می‌کند. در چنین مواقعی فرد نمی‌تواند به خوبی تصمیم‌گیری و قضاوت کند. فردی که مواد مخدر مصرف کرده است یا مشروبات الکلی خورده است نمی‌تواند مانند یک فرد عادی و هوشیار، حرف بزند، راه برود یا سایر حرکات بدن خود را به خوبی کنترل کند. بر همین اساس، پلیس از راننده‌ای که به نظر می‌رسد مست باشد، می‌خواهد که بر روی یک خط مستقیم راه برود یا بینی خود را با دستش بمالد، زیرا عقیده بر این است که یک فرد هوشیار می‌تواند این کارها را انجام دهد، در حالی که یک مست نمی‌تواند آنها را انجام دهد.

روابط کلامی و غیر کلامی

رابطه‌ای مشخص بین ارتباط کلامی و ارتباط غیر کلامی وجود دارد. از آنجا که این دو نوع ارتباط کاملاً درهم آمیخته‌اند، شناخت و تجزیه و تحلیل و درک روابط مختلف آنها ضروری است. روابط اصلی میان ارتباطات کلامی و غیر کلامی را می‌توان به عنوان روابط «جایگزین»، «مکمل»، «متعارض» و «موکد» توصیف نمود.

رابطه جایگزین: *Substituting relationship* وقتی شخصی از شما سوالی می‌پرسد و شما به جای اینکه کلامی به او پاسخ دهید، سر خود را (به طرف پایین یا بالا) تکان می‌دهید، در چنین حالتی شما از رابطه جایگزین استفاده نموده‌اید، یعنی یک عمل به معنای «بله» را جایگزین کلمه «بله» نموده‌اید.

رابطه مکمل: *Complementing relationship* زبان بدنی می‌تواند یک پیام کلامی را تکمیل کند. به عنوان مثال تکان دادن سر خود به طور افقی (از یک سو به سوی دیگر) هنگامی که می‌گوید «نه»، پیام کلامی منفی شما را تقویت می‌کند. این گفتن و انجام دادن، یک رابطه مکمل غیر کلامی خلق می‌کند که در یک پیام غیر کلامی، یک پیام کلامی را همراهی می‌کند و ابعادی دیگر به ارتباط می‌بخشد.

رابطه متعارض: *Conflicting relationship* ممکن است گاهی حرکات بدنی یک فرد در تعارض با پیام کلامی او باشد. مثلا فرض کنید که استادی بعد از کلاس به یکی از دانشجویان خود برخورد می کند. آن دانشجو می پرسد: «آیا می توانم با شما صحبت کنم؟» استاد می گوید: «البته»، من وقت زیادی دارم» اما هنگام گفتن همین حرف کتاب های خود را جمع می کند و در کیف می گذارد، به ساعت خود نگاه می کند و چند قدم آن طرف تر می رود. این جا بین پیام های کلامی و غیر کلامی او تعارض وجود دارد.

زمانی که اعمال با پیام های کلامی تعارض دارند (و بنابراین یک رابطه متعارض بین پیام های کلامی و غیر کلامی شکل می گیرد) شما باید به عنوان یک دریافت کننده بیشتر به وجوه غیر کلامی ارتباط، اعتماد و اتکا کنید. پنهان نمودن و وانمود کردن نشانه های غیر کلامی بسیار دشوارتر از پنهان نمودن نشانه های کلامی است. ممکن است اتفاق افتاده باشد که در نوجوانی از اینکه پدر و مادر شما می فهمند که حقیقت را نمی گوئید متعجب شده باشید، یک جا می ایستادید، سر خود را پایین می انداختید و به کف اتاق می نگرید، دستان خود را تکان می دادید و با صورتی برافروخته اصرار می کردید که «من آن کار را نکردم».

دستگاه های دروغ سنج واکنش های غیر کلامی بدن را با اندازه گیری تغییرات در فشار خون، پاسخ های پوستی و به بیانی دیگر از طریق تلاش در جهت کشف رابطه متعارض بین پیام های کلامی و غیر کلامی می سنجند. **رابطه موکد:** *Accenting relationship* رفتار غیر کلامی ممکن است بخش هایی از یک پیام کلامی را مورد تاکید قرار دهد (مثلا خط کشیدن زیر یک جمله یا به شکل ایتالیک نوشتن آن). در رابطه موکد، پیام غیر کلامی، پیام کلامی را مورد تاکید قرار می دهد. هنگامی که با انگشت به شانه کسی می زنید تا برگردد و به شما نگاه کند، در همان حال دستور می دهید که «هنگامی که با شما صحبت می کنم به من نگاه کنید!» روشن است که پیام کلامی خود را با نشانه های غیر کلامی مورد تاکید قرار می دهید.

انواع ارتباطات غیر کلامی

کانال های غیر کلامی را می توان به انواع مختلف تقسیم کرد. هشت نوع از این کانال ها عبارتند از: زبان بدن (حرکت گفتاری)، صداهای آوایی (شبه صوتی)، فضا (مجاورت)، زمان، شامه (بو)، زیبایی شناسی (موزیک و رنگ)، مشخصات فیزیکی (شکل بدن، اندازه و رنگ پوست)، و مصنوعات (لباس، لوازم آرایشی، عینک، جواهرات).

زبان بدن (حرکت گفتاری)

حرکت گفتاری *Kinesics* عبارت است از مطالعه فرایند ارتباطات از طریق جنبش و حرکت اعضای بدن. ما از طریق ژستی که می گیریم، طرز راه رفتن و ایستادن، تغییر حالت های چهره و چشم خود و چگونگی ترکیب این متغیرها برای باز کردن یا بستن کانال ها ارتباط برقرار می کنیم. شاید تاکنون احساس کرده اید که در اولین ملاقات با شخص دیگری احساس خوبی نسبت به او دارید در حالی که قبلا هیچ آشنایی با او نداشته اید. ما معمولا این احساس را به حدس و گمان خود نسبت می دهیم ولی معمولا این درک ناخودآگاه ما از زبان بدن اوست که این احساس را به وجود می آورد. ممکن است کلام فرد مقابل با رفتار و حرکات او هماهنگی کامل داشته باشد و این ذهن ماست که این هماهنگی را درک کرده و زبان بدن او را می شنود. اگر آنچه طرف مقابل می گوید با آنچه در چهره و حرکات او مشهود است متناقض باشد، ذهن ما تقریبا همیشه زبان بدن او را می پذیرد و به صداقت کلام او شک می کند. به عنوان مثال هر گاه فروشنده ای به دروغ از کیفیت کالای خود با آب و تاب تعریف می کند اما حرکات بدن او چیزهای دیگری می گویند مثلا او از نگاه مستقیم به چشمان شما ضمن صحبت های خود می گریزد، دائما این پا و آن پا می شود و چشمان او تا حدی ریز شده است، اینها همه زبان بدن اوست که با شما سخن می گوید و اینها حرکاتی است که معمولا وقتی حقیقت را نمی گوئیم، انجام می دهیم.

زبان بدن ارادی یا غیر ارادی

زبان بدن و یا حرکات بدن ما به دو بخش ارادی و غیر ارادی تقسیم می شوند، آن دسته از حرکات بدن که ارادی انجام می شود شامل حرکات و ژست هایی است که افراد به صورت ارادی یا نیمه ارادی به خود می گیرند؛ مانند لبخند

زدن، حرکت دادن دست‌ها در حین صحبت کردن برای تفهیم بهتر مطلب به مخاطبان. این گروه از حرکات معمولاً در ارتباط‌های غیرکلامی و بی‌صدا در بین افراد جامعه به کار می‌روند. قرار دادن نوک انگشت اشاره بر نوک بینی که به معنی دعوت شنونده به سکوت است و یا حرکاتی که افراد ناشنوا برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کنند، نوعی زبان بدن ارادی است و این افراد با حرکات بدن خود با یکدیگر گفتگو می‌کنند. حرکات بدن غیرارادی، شامل آن دسته از حرکاتی است که انسان‌ها به شکل ناخودآگاه در ارتباط با یکدیگر به کار می‌برند؛ حالت‌های مختلف چهره در این گروه قرار می‌گیرند. توانایی درک این گروه از حرکات این فرصت را در اختیار ما قرار می‌دهد که افکار و احساسات طرف مقابل را در یک ارتباط رو در رو درک کنیم. به عنوان نمونه، اگر کسی ضمن صحبت کردن از نگاه مستقیم به چشمان ما می‌گریزد شاید نشان‌دهنده فقدان اعتماد به نفس او و یا اضطراب و نگرانی او در این ارتباط است.

منشاء زبان بدن حرکات بدن (زبان بدن) ممکن است ادامه ارتباطی باشد که نیاکان ما بدون دانستن زبان گفتاری و تنها با حرکات بدن ب هم برقرار می‌کردند؛ و در طول نسل‌ها به ما به ارث رسیده است. جالب است به این نکته توجه کنید که بسیاری از حیوانات اهلی و خانگی زبان بدن آدمی چه ارادی و چه غیرارادی را درک می‌کنند و حتی می‌توان فهمیدن زبان بدن انسان را به حیوانات آموخت. زبان بدن ترکیبی از ژنتیک و محیط است. کودکان نابینا می‌خندند و لبخند می‌زنند حتی اگر هیچگاه لبخند را ندیده باشند. بسیاری از عناصر اصلی زبان بدن ب فرهنگ‌های مختلف مشترکند بنابراین باید این رفتارها غریزی باشند مانند حرکات سر به معنای (بله یا خیر).

(حرکات پا)

تکان دادن پاها: وقتی فردی طوری نشسته که یک پا را روی پای دیگر انداخته و یک پا را در هوا تکان می‌دهد پیام این است: من حوصله ام سر رفته. حرکات نشانگر گریز است اگرچه بدن فرد ساکن و بدون حرکت می‌باشد. انداختن پاها روی هم در ناحیه زانو: این حالت متداول بطور یکسان در مردان و زنان رایج می‌باشد. مفهومش این است که: من بسیار آسوده خاطر هستم. قوزک پا روی زانو: این معمولاً عملی مردانه می‌باشد. می‌گوید: من قاطعانه از حقوقم دفاع می‌کنم اما با آرامش هستم. این همان ژست اصیل "پا روی پا اندازی کابویی" است. انداختن پا روی هم در ناحیه قوزک: این ژست در مردها بیش از زن‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. می‌گوید: "من مودبانه در آرامش هستم." به هم پیچیدن پاها: این ژست در خانمها رایج می‌باشد. زن پاهایش را به هم می‌پیچاند طوری که یک پایش را به پشت قوزک پای دیگرش قلاب می‌کند. مردها انجام دادن این کار را دشوار می‌پندارند. به هم فشردگی این حالت برداشت "در آغوشگیری" و نوعی تمایل جنسی را در ذهن تداعی می‌سازد. قفل کردن پاها: این نیز نمونه‌ای از ژست زنانه می‌باشد. او در حالی که ایستاده یک پا را به پشت پای دیگر قفل می‌کند. این عمل معمولاً به مفهوم آن است که فرد عصبی و ناراحت می‌باشد.

راست قامت ایستادن: حالت ایستادن افراشته می‌گوید شما انسان با اعتماد به نفس، صادق و موفق هستید. حتی اگر کوتاه قد باشید، گرفتن یک ژست مطمئن و بی‌پروا شما را پر ابهت نشان خواهد داد. گامهای کوتاه-بلند: استفاده از تمام طول پا در هنگام راه رفتن، گامهای بلند برداشتن و کمر را راست و سر را بالا نگاه داشتن بیانگر یک حالت مطمئن و با صراحت می‌باشد. برعکس گام‌های ریز و با شانه‌های قوز کرده فرد را ترسو و آسیب پذیر مینماید.

ژست‌ها:

وقتی که افراد تلاش می‌کنند ارتباط برقرار کنند، ژست می‌گیرند. این ژست‌ها (اشارات) *Gesstures* را می‌توان به دو گروه ژست‌های مستقل از گفتار *Speech-independent gesstures* و ژست‌های وابسته به گفتار *Speech-related gesstures* تقسیم کرد.

ژست‌های مستقل از گفتار: ژست‌های مستقل از گفتار، به گفتار و سخن وابسته نیستند. به این نوع ژست‌ها «تمائیل» (علائم) *Emblems* می‌گویند.

تمائیل (علائم)، اعمال غیرکلامی هستند که دارای یک معادل کلامی یا یک تعریف فرهنگنامه‌ای مشخص هستند و معمولاً از یک یا دو کلمه تشکیل می‌شوند. زبان اشاره مورد استفاده ناشنویان، ژست‌های مورد استفاده

کارکنان پشت صحنه تلویزیون و علامت‌هایی که بین دو غواص در زیر آب رد و بدل می‌شوند، همه نمونه‌هایی از کاربرد تمثیل هستند. همه تمثیل جهانی نیستند زیرا آنها فرهنگ‌گرا هستند و معنای یک تمثال در یک فرهنگ ممکن است با معنای همان تمثال در فرهنگی دیگر متفاوت باشد. به عنوان مثال در هنگ کنگ هنگامی که می‌خواهند پیشخدمت را صدا زده صورت حساب را بپردازند، این کار را با نشان دادن حرکت دو دست به حالت نوشتن انجام می‌دهند. صاف نگهداشتن انگشت اشاره و حرکت دادن به سوی خود که در بسیاری از کشورها آن را علامتی برای صدا زدن پیشخدمت می‌شناسند، در هنگ کنگ برای صدا زدن حیوانات مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ژست‌های وابسته به گفتار: ژست‌های وابسته به گفتار، مستقیماً در پیوند یا همراه با گفتار و سخن هستند. این ژست‌ها عبارتند از مصورها (اعمال حرکتی همراه سخن)، نمایش‌های عاطفی (نظیر چشمک زدن، اخم کردن) منظم‌کننده‌ها (اعمال حرکتی کنترل‌کننده) و تعدیل‌گرها.

مصورها: مصورها، حرکات اندام بدن همراه با گفتار هستند که برای کمک به توصیف آنچه که گفته می‌شود و دنبال نمودن جهت گفتار مورد استفاده قرار می‌گیرند. از این حرکات برای نشان دادن یک مسیر، اشاره کردن به یک نقطه، یا نشان دادن روابط فضایی استفاده می‌شود. به این مثال توجه کنید: «سعید، لطفاً بلند شو» (به سعید اشاره کرده و دست خود را بالا می‌برد)، «از در برو بیرون» (به در اشاره می‌کند)، «به سمت چپ بگرد» (به سمت چپ اشاره می‌کند)، و «مستقیم به جلو برو» (مستقیم به جلو اشاره می‌کند).

نمایش‌های عاطفی: نمایش‌های عاطفی، ژست‌های چهره‌ای هستند که احساسات و عواطفی نظیر غم یا شادی را نشان می‌دهند مانند لب و لوجه را جمع کردن، چشمک زدن و ابروها و پلک‌ها را بالا یا پایین آوردن. افراد و فرهنگ‌های مختلف، معمولاً از این نمایش‌ها به روش‌های مختلف استفاده می‌کنند. به عنوان مثال در برخی از فرهنگ‌ها، مردان معمولاً نمایش‌های عاطفی خود را مخفی کرده و آن را بروز نمی‌دهند، زیرا یاد گرفته‌اند که ابراز احساسات از طریق چهره عملی مردانه نیست، اما در بعضی دیگر از فرهنگ‌ها (مثلاً ایتالیا)، مردان احساسات خود را بیرون می‌ریزند.

منظم‌کننده‌ها: منظم‌کننده‌ها اعمالی غیر کلامی هستند که ماهیت دو سویه گفتن و شنیدن بین دو نفر یا بیشتر را حفظ و کنترل می‌کنند. سر تکان دادن، حرکات چشم و تغییرات بدنی همه منظم‌کننده‌هایی هستند که برای تشویق به صحبت کردن یا بازداشتن از کاری، استفاده می‌شوند. مثلاً فرض کنید گفتگویی بین مدیر یک بخش و یک کارمند که خواهان افزایش حقوق است صورت می‌گیرد. مدیر به ساعت خود نگاهی می‌اندازد، انگشتان دست او با تلفن بازی می‌کند و به چیزهای روی میز نگاهی می‌اندازد. نشانه‌های تنظیم‌کننده از سوی اطن‌مدیر، نشان می‌دهد که او گفتگو را تمام شده می‌داند.

تعدیل‌گرها: تعدیل‌گرها حرکاتی هستند که همراه با احساس خستگی و بی‌حوصلگی بروز می‌کنند. به عنوان مثال افرادی که خسته و بی‌حوصله هستند اغلب انگشتان خود را دائماً روی میز می‌زنند، یا یک پا را روی پای دیگر خود می‌اندازند. موقعیتی خاص را فرض کنید که در آن، شخصی در گوشه خیابان منتظر کسی است که تاخیر کرده است، او معمولاً دست به سینه می‌ایستد، انگشتان خود را روی بازوهای خود می‌زند، با پا بر روی سنگفرش پیاده‌رو می‌زند و هر چند وقت یکبار به ساعت خود نگاه می‌کند.

طرز قرار گرفتن، طرز راه رفتن، طرز ایستادن: طرز قرار گرفتن، راه رفتن و طرز ایستادن شخص، بیانگر چیزی هستند. طرز راه رفتن یک شخص، نشانه‌هایی در مورد موقعیت اجتماعی، حال، وابستگی نژادی و فرهنگی، و دیدگاه او در مورد خود، به ما ارائه می‌دهد.

کارآگاهان و پرسنل امنیت خطوط هوایی آموخته‌اند که افراد مشکوک را از طرز راه رفتن آنها تشخیص دهند. طرز راه رفتن حتی از الگوهای فرهنگی تبعیت می‌کند: طرز راه رفتن مردم کشورهای مختلف با هم متفاوت می‌باشد. مثلاً آمریکایی‌ها با عجله و سریع حرکت می‌کنند.

به طور کلی، روش راه رفتن و ایستادن ما، چیزهایی بیش از آنچه تصور می‌کنیم در مورد ما می‌گوید. هنگامی که شخصی وارد اتاق می‌شود، ما فوراً در مورد او نتیجه‌گیری‌هایی می‌کنیم. بعضی‌ها با اطمینان راه می‌روند و با سری صاف و رو به بالا می‌ایستند، شانه‌ها را عقب می‌دهند و فک‌ها را به هم می‌فشارند. بعضی دیگر

آهسته قدم بر می دارند با شانه‌هایی افتاده و در حالی که در خود فرو رفته‌اند، زمین را نگاه می‌کنند. این وضعیت می‌تواند نشان‌دهنده عدم اعتماد به نفس شخص باشد.

چهره و چشم‌ها: چشم‌ها بر خلاف سایر اندام بدن، خود بخشی از مغز هستند. به همین خاطر، برای یک فرد پنهان کردن یا جور دیگری جلوه دادن معنای چشم از فردی دیگر (که عضو همان فرهنگ است)، تقریباً غیرممکن است. سخنانی مثل «به برق چشم‌هایش خوب نگاه کن» و «رو ندارد مستقیم به چشم‌های من نگاه کند»، دارای معنی هستند. چشم‌ها حتی گاهی بدون این که خود بخواهیم، ارتباط برقرار می‌کنند. مثلاً وقتی که مردمک‌های چشم‌های ما گشاد می‌شوند، صمیمی‌تر، جذاب‌تر و گرم‌تر به نظر می‌رسیم.

بر اساس نظریه‌ای به نام نظریه «مردمک‌سنجی» *Pupilometrics*، وقتی که چشم‌ها روی چیزی مطلوب و لذت بخش متمرکز می‌شوند، مردمک‌ها گشاد و وقتی روی چیزی ناراحت‌کننده متمرکز باشند، تنگ می‌شوند. مردمک‌های بزرگ و گشاد شده نشان‌دهنده علاقه و مردمک‌های تنگ شده و کوچک شده، نشان‌دهنده خستگی و بی‌حوصلگی هستند. بنابراین آموزگاران خبره و با تجربه اغلب به مردمک چشم‌های دانش‌آموزان خود می‌نگرند تا کشف کنند که آیا آنها به درس یا به موضوع خاصی علاقه دارند یا نه. در اواخر قرن هیجدهم، زنان اروپایی دارویی به نام بلادونا را در چشمان خود می‌ریختند تا به این وسیله مردمک‌های چشم خود را باز و بزرگ نگه دارند و جذاب‌تر به نظر برسند.

طبقات اجتماعی مختلف، نسل‌ها، گروه‌های نژادی و فرهنگ‌های مختلف از چشمان خود به شیوه‌ای متفاوت برای ابراز احساسات خود استفاده می‌کنند. مردم بسیاری از کشورهای دنیا اگر احساس کنند که خارجی‌ها بیش از حد معمول به آنها نگاه می‌کنند ناراحت می‌شوند، زیرا نگاه کردن بیش از ده ثانیه می‌تواند موجب عصبانیت آنها شود. اما اگر فاصله بین دو نفر به اندازه کافی باشد، شاید نگاه کردن بیش از حد معمول ایرادی نداشته باشد. وقتی که از یک راهرو پایین می‌روید متوجه می‌شوید که می‌توانید برای مدت زمان زیادی به فردی نگاه کنید تا این که احساس می‌کنید او ناراحت می‌شود و نگاه خود را برمی‌گردانید. این حالت معمولاً در فاصله سه متری شما روی می‌دهد.

بیشتر افراد وقتی که می‌خواهند احساسات درونی خود را پنهان کنند، سعی می‌کنند تا حد امکان مستقیماً به چشم‌های دیگران نگاه نکنند. بنابراین کودکی که بدون اجازه آب نباتی را می‌خورد، وقتی که از سوی والدینش سوال پیچ می‌شود به آنها نگاه نمی‌کند. به همین خاطر والدین می‌گویند: «به چشم‌های من نگاه کن و راستش را بگو».

در بسیاری از فرهنگ‌ها، افراد از نقش مهمی که چشم‌ها در فرایند ارتباط دارند کاملاً آگاهند، بنابراین عده‌ای سعی می‌کنند چشم‌های خود را مخفی کنند. به عقیده یک کارشناس، از آنجا که عرب‌ها نمی‌توانند از بروز احساس و عواطف از سوی چشم‌های خود جلوگیری کنند، بسیاری از آنها حتی در داخل اتاق نیز عینک تیره (دودی) به چشم می‌زنند. این مسئله به ویژه هنگامی که در حال مذاکره باشند صدق می‌کند.

لذا یک ناظر موشکاف و زیرک می‌تواند علاوه بر مشاهده رفتارهای یک فرد، با نگاه به چشم‌های او بفهمد که او به چیزی دارد فکر می‌کند. مثلاً نود درصد از افرادی که به سمت بالا و یا چپ نگاه می‌کنند، در حال به خاطر آوردن مطلبی هستند. اگر چشم‌ها به طرف بالا و به سمت راست دوخته شده باشد به معنای این است که شخص در حال فکر کردن در باره آینده است.

کانال‌های باز و بسته: تنها تعداد کمی از ما واقعا از اهمیت ارتباط کلامی در تشویق به ادامه گفتگو یا ختم آن آگاه هستیم. ما در کلاس آگاهانه دست خود را بالا می‌بریم تا توجه معلم را جلب کنیم اما در خیلی از موارد، فرایند باز و بسته کردن کانال‌ها به طور ناخودآگاه انجام می‌شوند.

اگر به اشخاصی که با هم حرف می‌زنند نگاه کنید، متوجه می‌شوید که آنها با تکان دادن سر خود نشان می‌دهند که به سخنان فرد مقابل گوش می‌دهند. اگر با آنچه گفته شده موافق باشند، سر خود را به علامت موافقت تکان می‌دهند. همچنین ممکن است با لبخند زدن خوشحالی یا موافقت خود را نشان دهند. اما اگر چند بار به

ساعت خود نگاه کنند، نگاه خود را برگردانند، پاهای خود را روی هم بیندازند و سپس بردارند، و یا بایستند، این امر احتمالا نشانه این است که کانال ارتباطی خود را بسته اند و می خواهند به این تعامل و تبادل خاتمه دهند.

صداهاى آوايى (شبه اصوات): به کلیه جلوه های صوتی که همراه کلمات ایجاد می کنیم، نظیر تن صدا (اما نه خود کلمات) صداهاى آوايى (شبه اصوات) می گوئیم. کیفیت صدا به شکلی غیر کلامی، پیامی خاص برای شنونده دارد. سرعت، قدرت، طنین، مکث و شدت صدا، همه معنایی خاص دارند. به این ابزارهای شبه اصوات، اصطلاحاً نشانه های صوتی می گوئیم.

در بیشتر موارد می توانیم با بهره گیری از نشانه های صوتی، جنس، سن و موقعیت اجتماعی یک گوینده را تشخیص دهیم. همچنین با استفاده از نشانه های زبان شناسی افرادی توانیم قضاوت های دقیق و جالبی در مورد احساسات و عواطف آنها داشته باشیم. ما وقتی عصبانی می شویم، طنین صدایمان غالباً بالا می رود و وقتی که خیلی عصبانی می شویم، کلمات را به آهستگی و شمرده بیان می کنیم و گاه بعد از هر کلمه برای ایجاد القائات خاص مکث می کنیم.

تحقیقات نشان می دهند که صدا نیز می تواند در برخی موارد مربوط به فرایند اثرگذاری بر رفتارها و دیدگاه های افراد، حائز اهمیت باشد. سریع تر صحبت کردن، با تکیه کلام بیشتر، حجم صدای بیشتر و مکث و توقف کمتر، ظاهراً همگی جلوه هایی هستند از تلاش برای تاثیرگذاری موفق بر رفتار و دیدگاه افراد. اگر فردی با اطمینان صحبت کند، شنونده اعتبار بیشتری برای او قائل می شود. مثلاً شبکه های تلویزیونی، تلاش می کنند برای پخش اخبار خود از صداهاى مطمئن استفاده کنند.

نشانه های صوتی می توانند اطلاعات بیشتری در مورد یک گوینده فراهم آورند. واکنش کلی ما به شخص دیگر تا حدی تحت تاثیر این نشانه های صوتی قرار دارد. درک ما از نشانه های صوتی در ترکیب با دیگر محرک های کلامی و غیر کلامی، مفاهیمی را که ما از آنها به عنوان پایه های ارتباطی خود استفاده می کنیم، می سازند.

فضا (مجاورت): یک تفاوت اساسی میان مردم را می توان در چگونگی کار آنها در فضای خاص اطراف (چگونگی استفاده از قلمرو خود) مشاهده کرد.

مطالعه و بررسی این که افراد چگونه به فضای شخصی و اجتماعی خود می نگرند و از آن استفاده می کنند، «پراکسمیک» نامیده می شود. بیشتر دانسته های ما در این باره، بر پایه تحقیقات انسان شناسان استوار است. هر شخصی توسط قلمروی خاص خود احاطه شده است. این قلمرو بر اساس زمینه فرهنگی، وضعیت و حالت و احساس شخص و فعالیتی که در آن مشارکت می کند کوچک و بزرگ می شود. افراد ساکن در اروپای شمالی تمایل دارند محدوده بزرگ تری از فضای شخصی را در اختیار داشته باشند و از تماس بدنی و تماس نزدیک اجتناب کنند. آنها به قلمروی بیشتری در اطراف خود نیاز دارند و آن را در راستای تامین نیاز خود به آن فضا، بر اساس شیوه زندگی خود سامان می دهند. بنابراین انگلیسی ها به شکلی کلیشه ای دوست دارند که دور (غیر صمیمی) و غیر شخصی (بدن احساسات شخصی) باشند و هنگام در آغوش گرفتن، بوسیدن و تماس بدنی و لمس کردن، احساس و هیجان زیادی نشان نمی دهند. این رفتار قالبی و کلیشه ای ناشی از احترامی است که آنها برای قلمرو دیگران از خود نشان می دهند. در مقابل، ایتالیایی ها، روس ها، اسپانیایی ها، مردم آمریکای لاتین مردم خاورمیانه و فرانسوی ها عموماً تمایل دارند که تماس فردی نزدیک داشته باشند.

برخی از مشاوران ازدواج معتقدند که یکی از عوامل اصلی بروز اختلافات خانوادگی، ناشی از عدم سازگاری عاطفی و فضایی بین زوج ها است. مثلاً تصور کنید که اگر یک زن انگلیسی با یک مرد ایتالیایی ازدواج کند چه اتفاقی خواهد افتاد. اگر آنها از الگوهای کلیشه ای خانوادگی خود پیروی نکنند، زن خود را از نظر فیزیکی و احساسی کنترل می کند در حالی که مرد می خواهد او را لمس کند و به قلمروی او وارد شود. مرد از زن انتظار دارد که بعد از یک روز کاری سخت، به او آرامش ببخشد، نزدیک او بنشیند و احساساتی برون گرا از خود نشان دهد. زن صداهاى بلند و ژست های مبالغه آمیز خانواده مرد را درک نمی کند و مرد نمی تواند درک کند که چرا خانواده زن هرگز یکدیگر را در آغوش نمی گیرند. بنابراین، تفاوت های موجود در انتظارات و الگوهای که از فضا وجود دارد، ممکن است موجب برخی تعارض ها شود.

فضای شخصی برای ما مهم است زیرا ما احساس می‌کنیم که اگر کسی به بدن ما دست بزند، قصد تهاجم دارد. بسیاری از ما دوست نداریم که لمس شویم و کسی به بدن ما دست بزند، اما واقعا نمی‌دانیم چرا؟ این اکراه و عدم تمایل ممکن است ناشی از امری فردی نباشد بلکه ریشه در آموخته‌های فرهنگی داشته باشد. وقتی فردی دوست ندارد نوازش بشود با شخصی که می‌خواهد لمس یا نوازش کند رو به رو می‌شود، احتمالا وضع ناراحت‌کننده‌ای پیش خواهد آمد. اگر شخص لمس‌کننده دست خود را روی بازوی آن شخص بگذارد و طرف مقابل به سرعت خود را دور کند، شخص لمس‌کننده حس می‌کند که با رد و امتناع رو به رو شده، در حالی که در حقیقت، این «عمل لمس کردن» است که رد شده است.

فاصله‌ها یا حریم‌ها: بیشتر افراد، چهار نوع فاصله یا حریم را در روابط اجتماعی و شغلی خود حفظ می‌کنند. این فواصل عبارتند از: خصوصی، شخصی، اجتماعی و عمومی.

فاصله یا حریم خصوصی: *Intimate distance* اندازه این فاصله در تماس مستقیم با فرد دیگر حدود ۴۵ سانتیمتر است. این فاصله بیشتر در مورد فعالیت‌های خصوصی ما (بغل کردن، و در گوشی صحبت کردن) مطرح می‌شود. ما می‌توانیم با توجه به این که آیا طرف مقابل به ما اجازه می‌دهد به حریم خصوصی او وارد شویم یا نه، در مورد شکل ارتباط خود با او تصمیم‌گیری کنیم. مثلا اگر شما دست شخصی را بگیرید و او را به طرف خود بکشید و برخلاف همیشه شما را رد کند، متوجه می‌شوید که در رفتار وی تغییری ایجاد شده است. اگر او ناگهان به شما نزدیک شود، این امر نیز به معنای تغییری در رفتار اوست.

فاصله یا حریم شخصی: *Personal distance* فاصله ۴۵ سانتی متر تا حدود ۱۲۰ سانتی متر را حریم شخصی و گاهی حریم آسایش *Comfort bubble* نیز می‌نامند. بیشتر مردم وقتی که با یکدیگر حرف می‌زنند در این فاصله احساس آرامش بیشتری می‌کنند و اگر کسی به این حریم شخصی تجاوز کند، خود را عقب می‌کشند. اگر ما به گوشه‌ای کشیده شویم، روی یک صندلی بنشینیم یا به طریقی گرفتار شویم، خود را به یک طرف یا به عقب خم می‌کنیم، در خود فرو می‌رویم و خود را جمع می‌کنیم. برای این که دیگران به قلمرو ما وارد نشوند ممکن است یک پا را روی پایه صندلی بگذاریم. حتی برخی، طوری مبلمان و اثاثیه خود را می‌چینند که کسی نتواند به قلمرو آنها تجاوز کند. مثلا در شرکت‌ها، میزها را طوری قرار می‌دهند که کارکنان مجبور باشند در یک طرف و رئیس در طرف دیگر بنشینند. در مقابل، مصاحبه‌گران می‌گویند که هنگام مصاحبه، وقتی که بین دو صندلی فاصله‌ای حدود ۹۰ تا ۱۲۰ سانتی متر باشد فضا کاملا متفاوت است با این که دو صندلی در مقابل هم و پشت یک میز روبه روی هم باشند.

فاصله یا حریم اجتماعی: *Social distance*، فاصله ۱۲۰ تا ۳۶۰ سانتی متری را شامل می‌شود که در جریان مراودات اجتماعی و مذاکرات تجاری مشاهده می‌شود. همچنین اگر شخصی بایستد و مخاطب او بنشیند، این فاصله یا حریم، اجتماعی نامیده می‌شود. در این حالت، آن که ایستاده است معمولا کنترل امور را در دست دارد، مثلا به حالت معلم - دانش آموز یا حالت پلیس - متهم می‌توان اشاره کرد.

فاصله یا حریم عمومی: *Public distance*، از ۳۶۰ سانتی متر تا ۶۰۰ سانتی متر را شامل می‌شود. این فاصله در سالن‌های سخنرانی و کنفرانس‌ها میان سخنرانان و شنوندگان رعایت می‌شود.

فضا و فرهنگ‌ها: وقتی که افرادی از فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، غالبا فرض را بر این می‌گذارند که دیگران نیز مانند آنها فکر می‌کنند. اما این فرض صحیح نیست. در حقیقت فرهنگ‌ها را می‌توان از طریق فاصله یا حریمی که اعضای آنها در مراودات با یکدیگر رعایت می‌کنند و تعداد دفعاتی که یکدیگر را لمس می‌کنند تشخیص داد. عده‌ای معتقدند که ما دو نوع فرهنگ داریم: فرهنگ‌های تماس‌پذیر *Contact cultures* (فرهنگ‌هایی که اعضای آن با تماس‌های بدنی ارتباط برقرار می‌کنند، مثل فرهنگ مردم آمریکای لاتین، حوزه مدیترانه، فرانسه و اعراب) و فرهنگ‌های تماس‌گریز *Noncontact cultures* (فرهنگ مردم آلمان، انگلستان، آمریکا و کانادا). اگر چه در آمریکا و انگلیس مردان به ندرت یکدیگر را در آغوش می‌گیرند (به استثنای وقتی که به عنوان ابراز احساسات و هیجان شدید ناشی از پیروزی در رقابت‌های ورزشی یکدیگر را بغل می‌کنند)، اما این کار در بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین کاملا رایج و عادی است.

حال و حوصله ما نیز می تواند رفتار و نظرها را در خصوص نوع فاصله یا حریم تغییر بدهد. مثلاً برخی از مردم وقتی عصبانی می شوند یقه طرف مقابل را می گیرند، او را به طرف خود می کشانند، بینی خود را به بینی وی می چسبانند و فریاد می زنند.

تماس (لمس): عبارت است از داخل شدن فردی در قلمرو و حریم فرد دیگر. این دخول ممکن است با اجازه یا بی اجازه باشد. پوست بدن شما دریافت کننده این شکل ارتباط است. نوازش، نیشگون، دست کشیدن، سیلی یا مشت زدن، فشار دادن و بوسیدن که همه دارای معانی خاصی هستند. یک پزشک به بدن شما دست می زند تا حساسیت و بیماری شما را تشخیص دهد. در مراودات اجتماعی به یکدیگر دست می دهید. پیام هایی که به این شکل منتقل می شوند، به حالت، موقعیت و طرف مقابل شما وابسته است.

اهمیت تماس و لمس کردن، به خوبی ثابت شده است. مثلاً بسیاری از مردم وقتی که ناراحت و نگران هستند، دست های خود را به هم می مالند. ما با دست زدن به شانه دوست خود، به او اطمینان خاطر می دهیم. تحقیقات نشان داده است که نوزادانی که نوازش می شوند سریع تر از نوزادانی که نوازش نمی شوند، چاق می شوند. این نوزادان، فعال تر، باهوشتر و حاضر جوابتر هستند و بهتر می توانند مشکلات را تحمل کرده و احساسات خود را کنترل کنند.

بیشتر مردم اگر به طرزی مناسب و در زمان مناسب لمس شوند، عکس العمل مثبت از خود نشان می دهند. خوشحال شدن یا ناراحت شدن از لمس، ریشه در نوع پرورش افراد دارد. فرهنگ های مختلف، نگرش های متفاوتی در مورد تماس و لمس دارند. در برخی فرهنگ ها از تماس اجتناب می کنند، در حالی که فرهنگ های دیگر تماس و لمس را تشویق می کنند. همین مسئله در مورد خانواده ها نیز صادق است. مثلاً در آمریکا، که جامعه ای تماس - متوسط است، اگر فرد بزرگسال سر بچه کوچکی را، که والدینش او را معرفی کرده اند، نوازش کند، کاری غیرمعمول و غیرعادی نیست در حالی که در مالزی و دیگر کشورهای شرق آسیا، نوازش کردن سر افراد - به ویژه سر یک کودک - عملی ناپسند بوده و نوعی هتک آبرو و عمل خجالت آور محسوب می شود، زیرا سر را جایگاه و ماورای روح می دانند. در آمریکا، دست تکان دادن به هنگام خوشامدگویی عملی پسندیده و مناسب است، در ژاپن برای خوشامدگویی تعظیم می کنند و در فرانسه دو گونه یکدیگر را می بوسند.

اکولوژی گروه کوچک: Small - group ecology، طرز ایستادن یا نشستن اعضای یک گروه کوچک نسبت به یکدیگر بر رفتار آنها موثر است. اکولوژی این گروه کوچک که شامل طرز چیدن صندلی ها، محل و وضعیت فردی که جلسه را هدایت می کند و محل انتخاب شده برای تشکیل جلسه گروه است، بر عملکرد گروه تاثیر مستقیم دارد.

مثلاً اگر اعضای گروه به شکل دایره ای بنشینند، در مقایسه با حالتی که پشت سر هم یا کنار هم می نشینند، بیشتر احساس راحتی می کنند و بهتر می توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در وضعیت دایره ای، آنها می توانند عکس العمل های غیرکلامی یکدیگر را به راحتی و به دقت مشاهده کنند و از آنجا که به عنوان عضوی از گروه تبدیل شده اند، خودخواهی و خجالتی بودن را فراموش کنند.

سازمان های تجاری بزرگ از چنین روش های غیرکلامی برای برگزاری جلسات کوچک استفاده می کنند. یک روش دیگر آن است که اعضای مهم گروه در موقعیت های ممتاز و برجسته بنشینند تا هم بحث ها را شروع کنند و هم جریان مذاکرات را هدایت کنند.

زمان:

ارتباط ما با دیگران، بر اساس روش استفاده ما از زمان یا به اصطلاح «زمان بندی» *Chronemic* است. هر یک از ما در دنیای زمانی خاصی متولد و بزرگ می شویم، در محیطی با ریتم خاص خود که با آن خود را سرگرم می سازیم.

اهمیت زمان به عنوان یکی از عناصر اصلی ارتباطات، گاهی بسیار بد و اشتباه درک می شود. در برخی جوامع، زمان ارزش بسیار زیادی دارد. در برخی فرهنگ ها، به زمان بهای چندانی نمی دهند و بنابراین در مورد آینده نگران نیستند. در این فرهنگ ها، همه چیز متولد می شوند و با مرور زمان پیر شده و می میرند، از

محصولات گرفته تا طلوع و غروب خورشید. در این چرخه زمان *Circular time*، هیچ گونه اجباری برای تولید بیشتر از نیاز وجود ندارد و از مرگ هراسی نیست. چنین جوامعی به شکلی موفق، گذشته و حال را درون حالتی آرام و صلح آمیز از زمان حال پیوند زده اند. بسیاری از بومیان کشورهای جهان سوم با چنین دیدگاه و نگرش فرهنگی به زمان پرورش یافته اند.

برخی جوامع دیگر، بر اساس زمان خطی *Linear time* عمل می کنند که اصولا به آینده می پردازند. این جوامع بر اطلاعات فنی و حقیقی مورد نیاز جهت تامین تقاضاهای قریب الوقوع تاکید و تمرکز می کنند. در بخش اعظمی از اروپای غربی، آمریکای شمالی و ژاپن، وقت شناسی بخشی از رفتارهای پسندیده به شمار می رود. بنابراین تاخیر کردن می تواند علامت آن باشد که شخص می خواهد از چیزی اجتناب کند یا این که فعالیتی که باید انجام شود یا شخصی که باید ملاقات شود، آن قدر مهم نیست که شخص تلاش کند که سر وقت در محل حاضر باشد.

شیوه دیگر نگرش به زمان، درک کاربردهای فنی، رسمی و غیررسمی آن است. زمان فنی *Technical time* زمانی دقیق است، مثل وقتی که دانشمندان بررسی می کنند که چگونه چیزها در میلیونیم ثانیه ها روی می دهند. تعداد بسیار کمی از ما از این نوع زمان استفاده می کنیم و با آن سروکار داریم. از سوی دیگر، زمان رسمی *Formal time* روشی است که از طریق آن یک فرهنگ، زمان خود را تعریف می کند و این نوع زمان در بیشتر طول زندگی ما نقشی روزانه بازی می کند. این نوع زمان به قرن ها، سال ها، ماه ها، هفته ها، روزها، ساعت ها و دقیقه ها برمی گردد. به عنوان یک دانشجو شما می توانید به ترم های تحصیلی یا سال تحصیلی فکر کنید.

زمان غیررسمی *Informal time* به کاربرد نسبتا منعطف زمان، نظیر «زود، به زودی» یا «همین الان» برمی گردد. این واژه ها غالبا موجب بروز مشکلاتی در ارتباط می شوند چون اختیاری هستند و برای افراد مختلف معانی مختلفی دربردارند. مثلا «خیلی زود» دقیقا یعنی «چه موقع»؟

زمان به عاملی حیاتی و مهم در محل کار آمریکایی ها تبدیل شده است. در زندگی شغلی یک شخص، وقت شناسی به عنوان معیاری برای ارزیابی کارایی او مورد استفاده قرار می گیرد. شخصی که برای انجام مصاحبه شغلی دیر می کند، احتمالا برای غلبه کردن بر اولین اثر منفی ایجاد شده در مصاحبه کننده مشکل خواهد داشت و کارگران و کارمندانی که دیر به محل کار می آیند یا زود محل کار را ترک می کنند، توبیخ می شوند و حتی ممکن است اخراج شوند.

زمان مبتنی بر فرهنگ است. مردم آمریکایی - اروپایی، آمریکای شمالی، اروپای غربی به طور کلی مقید به زمان هستند، آفریقایی ها، آمریکای لاتینی ها و برخی فرهنگ های خاور دور مقید به زمان نیستند. زمان بر سیستم های شخصی استوار است. بازرگانان اروپائی که به خارج از کشور مسافرت می کنند از بی توجهی ساکنان بعضی از کشورها به تعهدات زمانی خود ناراحت می شوند. در کشورهای آمریکای لاتین و خاورمیانه، تورها با تاخیر انجام می شوند و راهنمایان نمی توانند زمان دقیق ورود و خروج به یک محل را تعیین و اعلام کنند. اما در جایی مثل سوئیس، یک مسافر می تواند ساعت خود را با زمان ورود و عزیمت قطارها تنظیم کند. بازرگانان غالبا در مورد معنای «به موقع و سر وقت بودن» وقتی که با مردمی از فرهنگ های دیگر قرار ملاقات دارند، گیج می شوند، زیرا این عبارات در فرهنگ های مختلف، معانی متفاوتی دارد. در بریتانیا و آمریکای شمالی، هنگام یک ملاقات کاری شخص مجاز است تا ۵ دقیقه تاخیر کند، اما نه ۱۵ دقیقه و قطعا نه ۳۰ دقیقه، که در کشورهای عربی امری کاملا عادی است. در آمریکای لاتین دیر رسیدن شخص به قرار ملاقات دور از انتظار نیست. اما همین تاخیر از نظر آلمانی ها عملی گستاخانه تلقی می شود.

در فرهنگ هایی که وقت شناسی نوعی ارزش به شمار می رود، یکی از سوالاتی که غالبا مطرح می شود در باره شخصی است که دائما تاخیر می کند. سوال این است که عادت کاهلی و دیرکردن، نشانگر چه چیزی در مورد شخص است؟ دیرکردهای زمانی عمیقا ریشه در روح و روان شخص دارد. در برخی موارد تاخیر عمدی *Compulsive tardiness* پاسخی است به چند ارزش که مورد توجه شخص است.

یک دلیل اساسی در مورد شخصی که عمداً تاخیر می کند آن است که او می خواهد به نحوی، خاص و از دیگران متمایز باشد. شاید به این شخص به اندازه کافی توجه نمی شود، هر کس باید به گونه ای، خاص و ویژه باشد، بنابراین شخص با دیرکردن خود را نشان داده و مشخص می کند. دلایل دیگر تاخیرهای عمدی عبارتند از: مجازات، ابراز قدرت، یا نوعی ابراز دشمنی و خصومت.

شامه:

شامه سنجی *Olfactics* مطالعه در باره «بو» است. ما از طریق بوی خود نیز ارتباط برقرار می کنیم. حس بویایی ما فوق العاده دقیق است. تحقیقات نشان می دهند که ما آن چه را که می بوئیم، در مقایسه با آن چه می بینیم یا می شنویم مدت زمان بیشتری به خاطر می سپاریم. حس بویایی ما بسیار گزینشگر است و در نتیجه گیری به ما کمک می کند. ما جذب رایحه ادکلن های خاصی می شویم و از رایحه های دیگر فرار می کنیم. بعضی از مردم، بوی بدن فرد را آزار دهنده می دانند. این موضوع به ویژه در کشورهای غربی که از طریق تبلیغات و توصیه های پزشکان آموخته اند که بوهای طبیعی را دفع و زائل کرده و بوهای خنثی *Neutral*، بوهای خوش *Fragrance-free*، یا بوهای جانشین *Substitute* را جایگزین آنها سازیم، بیشتر صدق می کند. این مسئله در مورد فرهنگ های دیگر صدق نمی کند و همین امر باعث می شود که بسیاری از غربی ها، افراد حامل بوی طبیعی بدن را افرادی کثیف بدانند.

ما غالباً پیشاپیش تصمیم گیری می کنیم بدون این که درک کنیم که این تصمیمات بر بوهای بدن استوارند. پدیده هایی هستند که هر کدام در مورد این که بوها چگونه به عنوان یک ابزار ارتباطی غیرکلامی عمل می کنند بینشی ارائه می دهند: کوربویی، بوسازگاری، خاطره بویی، بوزدگی، بوشناسی.

کوربویی *Smell blindness*: هر شخصی از نظر توانایی خود در شناسایی و تمیز بوها، در نوع خود بی نظیر و منحصر به فرد است. کوربویی هنگامی روی می دهد که شخص قادر به شناخت بوها نیست. کوربویی مانند کوررنگی و ناشنوایی است، زیرا یک نوع نقص فیزیولوژیکی محسوب می شود. به همین دلیل است که بعضی قادر نیستند بوی بدن خود یا دیگران را درک کنند یا تفاوت در بوی غذاهای مختلف را حس کنند. از آنجا که بو و مزه بسیار با یکدیگر در ارتباط می باشند می توان پی برد که امکان دارد افرادی که کوربو هستند در شناسایی مزه ها نیز دچار مشکل می شوند.

بوسازگاری *Smell adaptation*: بوسازگاری هنگامی روی می دهد که به دلیل استشمام بویی خاص، حساسیت خود را نسبت به آن بو از دست می دهیم. هنگامی که وارد یک نانوایی می شوید، احتمالاً بوهایی مطبوع احساس می کنید. اما کارگران نانوائی ممکن است آن قدر به این بوها عادت کرده باشند که آن بوها را احساس نکنند. سرعت بوسازگاری ما با پویایی پیام (سرعتی که به نوعی بوی خاص عادت می کنیم) و قدرت بو و مدت زمانی که در معرض آن بو هستیم وابسته است.

خاطره بویی *Smell memory*: در کودکی مادر بزرگ برای شما غذای دلخواهتان را تهیه می کرد، چند سال بعد هنگامی که وارد منزل شخصی می شوید و بوی همان غذا را استشمام می کنید ممکن است خاطرات مادر بزرگ خود را به یاد آورید. این توانایی یادآوری موقعیت ها و خاطرات گذشته به هنگام استشمام بوی همراه با آن موقعیت، خاطره بویی نامیده می شود. بوییدن یک مداد رنگی ممکن است شما را به یاد کودکستان بیندازد، بوهای یک مطب پزشکی ممکن است موجب درد گرفتن دندان شما شود و هنگامی که از کنار پیشخوان فروش لوازم آرایش می گذرید و بوی عطرها و ادکلن هایی را که همسران از آنها استفاده می کند استشمام می کنید به یاد او می افتید.

بوزدگی *Smell overload*: بوزدگی هنگامی روی می دهد که ما مغلوب حجم زیادی از بوها یا قدرت تاثیر بعضی از بوها می شویم. وقتی در آسانسور از شدت بوی عطری که یک نفر به خود زده احساس ناراحتی می کنیم یا وقتی که خرد کردن پیاز برای سالاد موجب سرازیر شدن اشک مان می شود یا هنگامی که در فروشگاه از کنار راهروی خاص لوازم پاک کننده و شوینده می گذریم، یا در اتاق کوچکی که چند نفر در حال کشیدن سیگار هستند می ایستیم، دچار بوزدگی می شویم.

بوشناسی *Smell discrimination*: توانایی شناسایی مردم، مکان‌ها و چیزها با توجه به بوی آنها، بوشناسی نامیده می‌شود. ما قادر هستیم بیش از ده هزار بوی مختلف را شناسایی کنیم. شما ممکن است توانسته باشید فردی را که متوجه او نشده‌اید و به دنبال شما حرکت می‌کند از طریق بوی موهای او شناسایی کنید. این نوع شناسایی، از طریق بوشناسی انجام می‌پذیرد که به ما امکان می‌دهد که تفاوت بین دارچین و سیر، تفاوت بین پرتقال و موز و تفاوت بین یک شخص با شخص دیگر را متوجه شویم.

زیبایی‌شناسی *Aesthetics*

انتقال یک پیام یا حالت از طریق رنگ یا موسیقی، زیبایی‌شناسی نامیده می‌شود. حتی وقتی که در یک فروشگاه بزرگ قدم می‌زنید این اصل به طور ناخودآگاه عمل می‌کند. در طی یک تحقیق مشخص گردید در روزهایی که در یک فروشگاه بزرگ موسیقی با ضرب آهسته نواخته می‌شد دریافتی خالص فروشگاه بیشتر از روزهایی بود که موسیقی با ضرب تند پخش می‌شد.

چنین آثاری را در مواردی بسیار می‌توان مشاهده کرد. مثلا، هنگامی که در حال رانندگی هستید نوع موسیقی که از رادیو پخش می‌شود بر رانندگی، هوشیاری و تمرکز شما اثر می‌گذارد و آهنگی که در یک آسانسور نواخته می‌شود تقریبا هرگز بلند و ضرب دار نیست، زیرا چنین صدایی برای مکان بسته و کوچکی چون آسانسور باعث فشار روانی بسیاری می‌شود.

بر اساس مطالعات، گوش دادن زیاد به موسیقی «راک» موجب ضعیف شدن کلیه ماهیچه‌های بدن می‌شود. لذا افرادی که در کنسرت‌های راک شرکت می‌کنند، پس از پایان برنامه خسته، کسل و خواب‌آلود می‌شوند. عده‌ای از متخصصان معتقدند که برخی موسیقی‌های راک دارای نوعی ایستایی هستند که در دیگر انواع موسیقی‌ها وجود ندارد، به این معنا که در انتهای هر مجموعه‌ای از نت‌ها یا در انتهای میزان ضرب، موسیقی متوقف و سپس باز آغاز می‌شود. چون شنونده به طور ناخودآگاه در انتهای هر گام فرایند گوش دادن را متوقف می‌کند این امر موجب خستگی شنونده می‌شود.

بر اساس برخی تحقیقات، اثر موسیقی همچنین به گام یا سرعت، ریتم، ترتیب و نظم آن بستگی کامل دارد. موسیقی می‌تواند موجب افزایش توجه شنونده یا دلزدگی و خستگی او شود. بنابراین موسیقی، نوعی زبان غیرکلامی را ایجاد می‌کند که می‌تواند موجب تغییر یا تحریک فعالیت‌های مختلف شود و حتی می‌تواند به عنوان نوعی دارو در تنظیم رفتار یا تسکین درد عمل کند.

رنگ‌ها نیز بر اشخاص اثر می‌گذارند و بسیاری از موسسات بر این نکته تاکید زیادی دارند و آن را به کار می‌گیرند. به عنوان مثال، بیمارستان‌ها استفاده از رنگ‌های مختلف را برای اتاق‌های خود آزمایش می‌کنند به این امید که تنوع رنگ، موجب بهبود سریع بیماران یا تسکین درد آنها شود.

همچنین در بیمارستان‌ها قطعات بزرگ تجهیزات پزشکی، نظیر اشعه ایکس را به همان رنگ زمینه دیوارها رنگ آمیزی می‌کنند تا موجب هراس بیماران نشود. در رنگ آمیزی ملحفه‌ها و پتوها از رنگ‌های ملایم صورتی، آبی و رنگ‌های روشن به جای رنگ سفید سرد و بی‌روح استفاده می‌شود. در زندان‌ها نیز از سایه‌های صورتی کم رنگ استفاده می‌شود زیرا این رنگ آرامش بخش‌ترین رنگ‌ها است. به همین ترتیب، رنگ‌های روشن به کلاس‌های درس افزوده می‌شود تا دانش‌آموزان احساس نشاط و هوشیاری کنند، البته نه به آن میزان که رنگ‌ها غالب شوند.

مشخصات فیزیکی

جاذبه‌های عمومی و قد، از جمله نشانه‌های غیرکلامی هستند.

جاذبه (جذابیت) *Attractiveness*: بسته به این که ظاهر یک شخص از نظر فیزیکی چگونه باشد، ما جذب او شده یا از او می‌گریزیم. در جامعه آمریکا پیشداوری علیه افراد غیرجذاب (زشت) عمیقا جا افتاده است. این دیدگاه ممکن است تا حدی نتیجه تاکیداتی باشد که از سوی صنعت تبلیغات در آگهی‌های تلویزیونی، مجلات و روزنامه‌ها، بر جذابیت و زیبایی می‌شود و همچنین نقش مثبت و دیدگاه مثبتی که در مورد افراد جذاب (مرد، زن یا کودک) از سوی رسانه‌ها ترسیم و تبلیغ می‌شود.

جذابیت به عقیده و نظر بیننده بستگی دارد. معنا و مفهوم جذابیت از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. اگر چه در فرهنگ سفیدپوستان آمریکای شمالی، لاغری برای زنان مظهر زیبایی محسوب می شود اما این امر ضرورتاً در مورد سیاه پوستان صدق نمی کند. در یک نظرسنجی از دختران نوجوان، دختران سفیدپوست جذابیت را با قد حدود ۱۷۰ سانتیمتر، وزن بین ۴۵ تا ۵۰ کیلوگرم با چشمان آبی و موهای بلند افشان نقاشی کردند. دختران سیاه پوست در این مطالعه، دور کمر پر و گوشتی و ران های بزرگ را از نشانه های جذابیت نامیده اند. میزان درآمد افراد نیز تحت تاثیر جذابیت می باشد. یک بررسی نشان می دهد که وکلای مرد جذاب در مقایسه با وکلای مرد با ظاهری ساده، از درآمد بیشتری برخوردارند.

قد (بلندی): نباید تعجب کرد که قد نیز می تواند یک عامل برقراری ارتباط باشد. مردان را غالباً بر اساس ظاهر و حضور فیزیکی آنها ارزیابی می کنند. اندازه هیکل می تواند بر زندگی یک مرد تاثیر بگذارد. در بعضی از جوامع، مردان کوتاه قد بیشتر مورد تبعیض قرار می گیرند.

در آمریکا مردان کوتاه تر از ۱۶۷ سانتی متر، کوتاه قد محسوب می شوند و مردم به آنها به دیده افرادی ضعیف می نگرند. به مردان کوتاه قد «توسری خور» و «ضعیف» لقب می دهند و به مردان قد بلند با القابی نظیر «عاقل» و «محترم» اشاره می شود. حتی دانش آموزان دوره ابتدایی نیز از این گونه پیشداوری ها آگاهند. اگر چه جامعه آمریکا مردان قد بلندتر را ترجیح می دهد، اما در مقابل «زنان قد بلند» را زمخت و غیرجذاب *Ungainly* (زشت) تلقی می کند.

مصنوعات Artifacts

لباس، آرایش، عینک و جواهرات هر یک پیام های مشخصی را منتقل می کنند. احتمالاً پوشاک از میان همه مصنوعات جلوه گرتر می باشد. پوشاک تقریباً مانند بدنی دیگر است که به بیننده می گوید شما چه کسی هستید. از آن جا که شما می توانید نوع پوشش خود را انتخاب کنید، این انتخاب بیانگر آن ذهنیتی است که می خواهید در مورد خود در دیگران ایجاد کنید و در واقع این روشی است که شما با استفاده از آن می خواهید دیگران در مورد شما خوب قضاوت کنند. پوشیدن چیزی بر خلاف عرف ممکن است موجب بروز عکس العمل هایی از سوی دیگران شود. کسانی که می خواهند در سازمانی که در آن کار می کنند مقام و موقعیت بهتری کسب کنند، هنوز هم همان لباس رسمی را که معمولاً در مصاحبه ها می پوشند، به تن می کنند. در بعضی از کشورهای غربی، زنان به عنوان لباس رسمی یک کت و دامن سورمه ای و یک پیراهن کرم رنگ می پوشند. مردان نیز به عنوان لباس رسمی کت و شلوار سورمه ای، پیراهن سفید و کراوات قرمز می پوشند.

گرچه بسیاری از شرکت های خارجی، اجازه نمی دهند کارکنان شان در زمان خدمت شلوارهای لی، کتان و کاپشن بپوشند اما کفش های بدون بند، کاپشن و شلوارهای جنس کتان مصنوعی طرفداران بسیاری دارند. استفاده از یونیفورم های مخصوص در محل کار در بیشتر کشورهای دنیا مرسوم است. یونیفورم ها نه تنها در ساندویچ فروشی ها، بلکه در بانک ها، بنگاه های مسافرتی و بر تن دلان در بورس های سهام و بر تن کارگران در غسال خانه ها دیده می شود.

شرکت هایی که در بازارهای خارجی فعالیت می کنند به خوبی می دانند که پوشیدن کت و شلوار یک رنگ و یونیفورم جاذبه شغلی نیرومندی است. در کشورهای مثل ژاپن، انگلیس و آلمان پوشیدن لباس دلخواه و غیررسمی، معمول و پذیرفته نیست.

وکلا و قضات به خوبی می دانند که نوع پوشش آنها در موفقیت شان موثر است. در آمریکا داشتن ریش یا سبیل متعارف و معمول نیست و گاه حتی در جریان محاکمات به ضرر متهم تمام می شود. در بیشتر جوامع انتظار می رود افراد به شکل معمول و متعارف اما مناسب سن و موقعیت اجتماعی خود لباس بپوشند.

فصل هشتم – مدل‌های ارتباطی

در پایان انتظار می‌رود فراگیران با اصول کلی مدل ارسطو، لاسول، مدل شنن و ویوور، مدل ات‌هیل دوسلاپول، مدل دیوید برلو، مدل آندروش، مدل بکر، مدل وایت، مدل وستلی مک لین، مدل مک نلی، مدل برن لوند و مدل ارتباطی گربنر آشنا شوند.

پیش مدل ارسطو

ارسطو ارتباط را علم نمی‌دانست. او هدف از ارتباط را ترغیب می‌دانست. این مدل شامل سه عنصر

- گوینده

- گفتار

- مخاطب است

از دید ارسطو ارتباط فاقد ویژگی خاص و اصول منظم می‌باشد.

مدل هارولد لاسول

در سال ۱۹۴۸ منتشر شد. این مدل در ۵ عبارت کوتاه خلاصه می‌شود.

چه کسی؟ چه می‌گوید؟ در چه کانالی؟ به چه کسی؟ با چه تاثیری؟

در این مدل علاوه بر سه عنصر مدل ارسطویی، عناصر کانال و تاثیر پیام نیز مطرح شده است.

مدل ارتباطی کلود شنن و وارن ویوور

- دو ریاضی دان آمریکایی بودند که مدلی ساده و روشن را ارائه دادند این مدل از دیدگاهی ریاضی به بررسی ارتباط می‌پردازد.

- برای برقرای ارتباط نیاز به یک منبع است که بعد از رمز گذاری پیامی را تولید کند. این پیام به وسیله گیرنده رمز خوانی می‌شود. در این مدل به نقش پارازیت توجه شده است.

به طور مثال یک مرد در پشت تلفن (منبع) با دهانی تلفن (رمز گذار) کلماتی به کار می‌برد (پیام) این پیام صوتی در سیستم تلفن بصورت تحریک الکتریکی عبور می‌کند (کانال) و توسط یک گوشی تلفن دیگر (رمز خوان) توسط ذهن شنونده تلفن (گیرنده) درک و فهمیده می‌شود.

- در این مدل رمز خوانی و رمز گذار، هر نوع دستگاهی دانسته می‌شود که اطلاعات را در یک فرم به فرم دیگر تبدیل کند.

- مغز انسان نیز نوعی دستگاه رمز گذار است که تصاویر و ایده‌ها را به کلمه و نمادهایی تبدیل می‌کند که توانایی انتقال در گفتگو یا نوشته را داشته باشد.

- در این مدل پارازیت را مربوط به کانال یا پیام دانسته‌اند.

در این مدل توسعه کامپیوتر و توسعه اکثر مدل‌هایی که برای ارتباط طراحی شد تاثیر بسزایی داشته است.

سیستم‌های ارتباطی در مدل تسهیل دوسلاپول

- در این مدل فقط به سیستم ارتباطی توجه شده است. سیستم ارتباطی عبارت است از چیزی که بیان کننده رابطه یا عدم رابطه بین موضوعات یا اشیاست.

- یک سیستم ارتباطی از شش جنبه قابل تفکیک است:

(۱) تعداد اعضای یک جمعیت

(۲) ظرفیت پیام (message capacity)

(۳) حجم جریان پیام (volume of message flow)

(۴) ساخت شبکه (network structure)

(۵) نوع پیام

(۶) ساز و کار تفکیک

۱- تعداد اعضا یک جمعیت:

اگر تعداد واحد ها را با n و ظرفیت حلقه های ارتباطی با (l) نشان داده شود فرمول محاسبه ظرفیت یک سیستم ارتباطی:

$$L=(n2)= n!$$

این مطلب بیان کننده این است که چرا رفتار یک گروه کوچک به سرعت تبدیل به رفتار یک گروه بزرگ می شود.

۲- ظرفیت پیام

اشاره به محاسبه تعداد واحدهای اطلاعاتی دارد که می توان از طریق کانال ما بین اعضای سیستم ارتباطی منتقل شود.

۳- حجم جریان پیام

مقدار اطلاعاتی است که عملاً از میان یک کانال می گذرد.

۴- ساخت شبکه: همه حلقه های ارتباطی لزوماً نیاز به یک ساخت دارند که باید دارای سه ویژگی شامل موارد زیر باشند:

الف- ساخت جهتی: جهت جریان ارتباط میان اعضا یک شبکه ارتباطی را مشخص می کند.

ب- حلقه های مجاز یا ممکن: فراوانی حلقه های مجاز ارتباطی می تواند متفاوت باشد و قوانین و امکانات فیزیکی شبکه می تواند محدودیتهایی را ایجاد کند به طور مثال ساخت زبان مشخص کننده نوع پیامی است که می تواند از طریق آن زبان منتقل شود.

ج- احتمالات - احتمالات موجود در ساخت شبکه مطرح می کند که چه تعداد از کانال های ویژه مورد استفاده قرار خواهند گرفت. به طور مثال یکی از اعضا می تواند به عنوان رهبر حالت کانال ویژه به خود بگیرد.

۵- نوع پیام

پیام می تواند از نظر شکل و محتوا تفکیک شود.

۶- ساز و کار شلیک

سیستم ارتباطی بر اساس شرایط می تواند تغییر کند. سیستم می تواند به طرف ثبات یا عدم تعادل پیش برود. نکته جالب آن است که می توان ثبات یا تحول سیستم را پیش بینی نمود
نکته - یک سیستم ارتباطی می بایست بر اساس شش جنبه ای که اشاره شد توصیف شود.

مدل ارتباطی ویلبر شرام

- دایره پوشش این مدل وسیع است.

- برای درک این مدل از ۵ مرحله عبور می کنیم

مرحله اول:

منبع پیام خود را به شکل رمز در می آورد. به صورت علامت های خاصی جهت مقصد می فرستد و انتظار او آن است که منبع بتواند با او در معنی یکسانی از پیام اشتراک داشته باشد.

برخی اشکالات وارده در این مسیر عبارتند از:

کمبود اطلاعات منبع / ناتوانی در رمز گذاری مناسب / عدم موفقیت در ارسال / سرعت کم ارسال پیام / نرسیدن پیام به مقصد / ناتوانی مخاطب در رمز خوانی
موفقیت در ارتباط وابسته به موفقیت در تمام مراحل یاد شده است.

نکته*

- توضیح موضوع و مساله ای برای مقصدی که اصلاً او را نمی شناسیم شبیه یک معجزه است.

- ظرفیت یک کانال ارتباطی را می توان تصحیح کرد اما هرگز نمی توان بیش از ظرفیت کامل از آن استفاده کرد.

در مرحله دوم مدل:

عنصر میدان تجربه مطرح می شود منبع و مقصد می بایست دارای تجربیات مشترک، یکسان باشند تا امر اتصال پیام به طور موثر انجام شود.

اگر هیچ تجربه مشترکی میان منبع و مقصد وجود نداشته باشد، ارتباط غیر ممکن است.

منبع می بایست پیام را طوری تنظیم کند که با بخشهایی از تجربیاتش که به مقصد نزدیک است ربط دهد.

در مرحله سوم مدل:

در این مرحله این مسئله مطرح می شود که هر فردی در فراگرد ارتباط، کد گذاری و باز خوانی کد را انجام می دهد. او دریافت کننده، انتقال دهنده و شرح و تفسیر کننده است.

آنچه یک فرد کد گذاری می کند وابسته به انتخاب پاسخهای قابل دسترس و موقعیت و شرایط مشخص و معنی هایی که ارتباط با آن هستند، دارد.

فرد به طور مداوم، علایم را از محیط خود باز خوانی می کند. آنها را تفسیر می کند و بر اساس شرایط خاص واقعا "موجود عینی و ذهنی، چیزی را به عنوان نتیجه، کد گذاری می کند. پس فراگرد ارتباط شروع و پایان ندارد و واقعا "بی انتهاست".

در مرحله چهارم:

شرام به نقش باز خورد و اهمیت آن در ارتباط می پردازد. منبع می بایست بر اساس باز خورد گیرنده، پیام خود را تنظیم کند.

نکته: در هر ارتباط بندرت پیام تنها در یک کانال فرستاده می شود. منبع با استفاده از تن صدا، لحن صدا، و کیفیت صدا (عمق، ارتفاع، خشن بودن، نازک بودن، قوی بودن، ظریف بودن، تند و کند بودن) کانال چهره، اندام وضعیت کلی بدن و.... در حال ارسال پیام و باز خورد است.

این نوع کانال ترکیبی (multiple channel) حتی در ارتباط نوشتاری نیز وجود دارد. (تیترا، نوع فونت، اندازه، و رنگ، جای مطلب در صفحه، تصویر و ...)

مدل دیوید برلو

این مدل حاوی چهار عنصر منبع، پیام، کانال و گیرنده می باشد:

منبع و گیرنده:

مسائل مطرح در مورد منبع (source) و گیرنده (receiver) عبارت است از مهارت های عمومی/انگیزش/دانش/سیستم های اجتماعی/پیرامون/فرهنگ.

پیام:

در این مدل شامل (محتوا، عناصر، نحوه ارائه ساختار و کد) می باشد.

کانال:

کانالهای مطرح عبارتند از (کانال دیدن، شنیدن، لمس کردن، بوسیدن و چشیدن)

منبع می تواند شخص یا گروه معین باشد. یک منبع با ایده ها، نیازها، مقاصد، اطلاعات و هدفی برای ارتباط، جزء اول یک فراگرد ارتباط است.

هدف منبع به شکل پیام توضیح داده می شود. یک پیام، رفتاری است فیزیکی و در دسترس.

اجزایی که در این مدل مورد بررسی قرار می گیرند عبارتند از:

منبع ارتباط/رمزگذار/پیام/کانال/رمزخوان/گیرنده ارتباط

در این مدل پارازیت در مفهومی گسترده تر از مدل شرام مورد تاکید قرار گرفته است.

برلو، پارازیت را بطور گسترده شامل عواملی می داند که در هر یک از اجزای ارتباطی می تواند باشد.

پارازیت و صحت (fidelity) مانند یک سکه دو رو هستند، با افزایش یکی دیگری کم می شود.

نکته:

گفتیم چهار نوع عامل در منبع وجود دارد که می تواند صحت را افزایش بدهد: مهارتهای ارتباطی/نگرش/سطح دانش/موقعیت منبع در یک سیستم فرهنگی اجتماعی.

(۱) **مهارتهای ارتباطی:** مهارت رمز گذاری/مهارت نوشتن/گفتن/مهارت خواندن/مهارت شنیدن/مهارت فکر یا تعقل/مهارت استفاده از اشارات و حرکات

نگرشها نگرش های موثر در ارتباط نگرش منبع نسبت به خود

(۲) نگرش ها :

نگرش های موثر در ارتباط عبارتند از

الف) نگرش منبع نسبت به خود

ب) نگرش منبع نسبت به مطلب خودش

ج) نگرش نسبت به گیرنده

(۳) **سطح دانش:** یک منبع برای ارتباط موثر علاوه بر مهارتهای ارتباطی نیاز به سطح مناسبی از دانش دارد.

(۴) **موقعیت منبع در یک سیستم اجتماعی - فرهنگی:** نقش فرد در سیستم فرهنگی - اجتماعی؟ پایگاه او؟ زمینه فرهنگی سیستم ارتباط؟ باورها و ارزشهای حاکم بر جامعه؟ شکلهای رفتاری مورد قبول؟ انتظارات شخص از او و انتظارات او از دیگران؟ مسایلی است که می با یست ضمیمه شود.

سیستم اجتماعی فرهنگی در موارد زیر نقش دارد:

انتخاب کلمات افراد/هدف از ارتباط/معنی های مورد نظر برای یک کلمه/گیرنده گانی که انتخاب می کنند/نوع کانال

نکته: مهارت هایی که جهت منبع پیام مطرح شد برای گیرنده نیز مطرح است.

کانال: اگر پیام را مانند بسته ای بدانیم که قرار است سوار یک قایق از طریق جریان آب به سمت دیگر رودخانه برده شود در این شرایط می توان سه معنی اصلی برای کانال در نظر گرفت:

(۱) روشهای رمز گذاری و رمز خوانی پیام (باراندازها)

(۲) وسیله نقلیه پیام (قایق)

(۳) وسیله نقلیه حمل کننده (آب)

- در ارتباطات انسانی حس ها را به مشابه باراندازها و به طور مثال وسایل ارتباط جمعی را به عنوان قایق در نظر می گیرند.

- انتخاب کانال مناسب بر اساس محتوا، رمز و نحوه ارائه پیام صورت می گیرد.

مدل ارتباطی آندروش، استتس و بوستروم

مدلی است برای درک فراگرد ارتباط کلامی که می تواند ارتباط چهره به چهره و تا حدودی گروهی را توجیه کنند.

- پیچیدگی ارتباط کلامی بسیار زیادتر از یک فراگرد معمولی ارتباط است.

- تحریک ارتباط گر به وسیله رویداد محیطی اتفاق می افتد. ارتباط گر که ادراک خاصی از رویداد دارد، از آن رویداد تاثیر می پذیرد.

- در ارتباط، خود شخص، زبانش و سیستمهای ارزشی او بخشی از پیامی هستند که در یک ارتباط کلامی دریافت می شوند.

- در هر موقعیتی وقتی دو یا بیشتر انسان کنار هم باشند، یکی شروع به فرستادن جنبه هایی از پیام می کند.

- منبع حتی قبل از صحبت کردن، با چهره و بدن خود یک پیام محسوب می شود.

مدل ارتباطی بکر

- مدلی است که در آن عوامل و ریشه های شکل گیری پیام در فرستنده بررسی شده است.
- اکثر کنشهای ارتباطی از عناصری شکل می گیرند که ناشی از بیش از یک وضع اجتماعی است.
- در این مدل پیامهای دریافتی منبع ریشه های پیام را تشکیل می دهند. و در مدل بکر بصورت موزاییک نشان داده می شود.
- تفاوت های فردی در دریافت پیام موثرند.
- در واقع علاوه بر روابط بین واحدهای اطلاعاتی، روابط داخلی خاصی نیز وجود دارد. موزاییک به عنوان یک واحد اطلاعاتی از طریق اجتماع به فرد می رسد.

مدل وایت

- این مفهوم دلالت بر هر نوع عملی می کند که سازمانهای ارتباطی برای انتخاب یا رد و یا پس زدن مضمونهای بالقوه برای انتشار انجام می دهند.
- این مفهوم اولین بار توسط کرت لوین بکار برده شد، اطلاعات همیشه در کانالهایی قرار می گیرد که حاوی منطقه دروازه است. منطقه ای که در آنجا تصمیمها بر اساس مقررات بی طرفانه یا مقررات شخصی از سوی دروازه بانان اتخاذ می شود.

مدل براسی وستلی و مالکم مک لین

- مدلی است که تفاوت بین ارتباط جمعی با ارتباط میان فردی را بررسی می کند.
- تفاوت عمده بین این دو را اینگونه توضیح می دهند:
 - ۱- ارتباطات چهره به چهره در بر گیرنده بارهای عاطفی و احساسی بیشتری است.
 - ۲- در ارتباطات چهره به چهره، باز خورد به صورت سریع روی می دهد.
 - ۳- در ارتباط چهره به چهره بین **A** و **B** یک نوع نظارت متقاطع انجام می شود. سهم این نظارت متقاطع برای **A** بیشتر از **B** است. بین فرد **A** و **X** با فرد **B** یک رابطه منظم وجود دارد. **X** در واقع می تواند یک موضوع آشنا از دیدگاه **B** باشد. جهان تلفیقی از **X** هاست و این **X** ها ممکن است شامل **X** های فرد **A** نیز باشند. **B** در حوزه حسی خود **X** های بالقوه نامحدودی دارد. و از میان **X** ها آنهایی را انتخاب می کند که به حداکثر خشنودی و رضایت منتج شود.
- مساله مهم این است که این **X** ها یا پیامها، ویژگی های یک محرک را دارند و مثل هر محرکی، به دنبال پاسخی ظهور خواهد کرد.
- مثال: فرض کنید فرد **B** دارد از پنجره خانه اش بیرون را نگاه می کند ناگهان شعله هایی از آتش را در خانه همسایه می بیند. در این لحظه فرد **B** بر اساس **X** هایی که در واقع بدون **A** به او رسیده است باید پاسخ دهد و در آن وضعیت کاری بکند.
- در این وضعیت به نقش دیگری احتیاج پیدا می شود که **C** نامیده می شود. این فرد **C** کسی است که در اوضاعی که تماس و مرتبط شدن از طرق دیگر برای **B** غیر ممکن است از او استفاده می کند. وجود فرد **C** سبب می شود که فرد **B** برای دستیابی به آن خشنودی و حل آن مسائل که مکرراً به آن اشاره شد از یک محیط گسترده تر استفاده کند. در واقع اثر افزایش نقش **C**، گستردگی محیط برای **B** است.
- بر اساس این مدل این پیام ها به دو صورت پیام مفید و غیر مفید تقسیم می شوند:
 - پیام مفید: پیامی است که با این هدف از سوی **A** منشا گرفته که ادراک **B** را از یک **X** تقویت کند.
 - پیام غیر مفید: پیامی است که به **B** منتقل می شود (چه مستقیم و چه به وسیله یک **C**) بدون قصد و منظوری برای تحت تاثیر قرار دادن **B** از سوی ارتباط گر.

مدل مک نلی

این مدل به نقش انواع ارتباط گران میانجی بین رویداد و گیرندگان نهایی اشاره می کند. برای نخستین بار در جریان اخبار بین المللی این مدل انتشار یافت.

در مدل مک نلی، جریان اخبار به صورت فرضی چنین در نظر گرفته می شود. اگر خبر نگار را بصورت **c1**، مسئول بنگاه خبری در آن شهر بصورت **c2** و متن خبر ارسالی بصورت **s** در نظر بگیریم. خبری که در دسترس **c2** قرار گرفته می شود ممکن است در دفتر منطقه ای کمی تغییر کند و خلاصه آن در اختیار **s1** قرار گیرد. این چرخه ادامه دارد تا خبر مذکور مسیر طولانی و پر از ارتباط گران میانجی را طی کند و به گیرندگان خبر برسد. مک کوایل درباره این مدل می نویسد: «نخست حقیقت آن است که مهم ترین عمل دروازه بانی خبر به ویژه در مورد اخبار بین المللی پیش از آنکه به روزنامه برسد اتفاق می افتد. دوم آنکه دروازه بانی خبر صرفاً "پذیرش یا رد یک خبر نیست بلکه میانجی ها اغلب شکل و ذات این مطلب را تا زمانی که بدست گیرندگان نهایی برسد تغییر می دهند. سوم، عمل دروازه بانی خبر در مرحله انتشار از سوی وسیله ارتباط جمعی پایان نمی یابد بلکه گیرندگان ابتدایی خبرنگار اغلب نقش دروازه بانان خبر را برای دیگران ایفا می کنند و چهارم آنکه باز خورد کمتر اتفاق می افتد و اغلب اگر هم باشد با کمی تغییر انجام می شود.

مدل برن لوند

مدل طراحی شده بنام مدل راهنما خوانده شده است. برن لوند در مدل خود به جای استفاده از رمز، از کلمه راهنما استفاده می کند. که در واقع به این علت بوده که معنی رمز، نشانه تصویری و نشانه طبیعی، هر سه را با هم داشته باشد. این مدل ارتباط فرد با محیط، فرد با فرد و فرد با دیگران را توضیح می دهد. وی در مدل خود ارتباط درون فردی و ارتباط میان فردی را تشریح می کند.

برن لوند اذعان دارد که مدل راهنمای او ممکن نیست که بطور کامل همه معیارهای یک مدل مطلوب و کامل را داشته باشد اما این مدل می تواند وسیله ای باشد که تحقیقات در این زمینه را به سوی راههای بهتر معطوف گرداند.

مدل ارتباطی گرنبر

این مدل نخستین بار در سال ۱۹۵۶ مطرح شد. ویژگی این مدل آن است که می تواند گونه های مختلف شرایط ارتباطی را توصیف کند. این مدل برای توصیف یک فراگرد ساده مثل پیام و رویدادهای مربوط به آن قابل استفاده است و می تواند پاسخهایی درباره طبیعت و اثر متقابل شناخت و ادراک از یک سو و تولید پیام از سوی دیگر عرضه کند. این مدل، هم برای پیام های کلامی و هم انواع پیامهای تصویری و گرافیکی قابل استفاده است.

مدل گرنبر سوالهای لاسول را بصورت زیر توسعه می دهد و مطرح می کند:

- | | |
|------------------------------|------------------------------------|
| ۱- یک شخص | ۶- توسط امکاناتی که در دسترس دارد، |
| ۲- یک رویداد را درک می کند، | ۷- به شکل و فرمی خاص، |
| ۳- وبه آن واکنش نشان می دهد، | ۸- و زمینه ای ویژه |
| ۴- در یک شرایط و موقعیت خاص، | ۹- برای انتقال محتوا، |
| ۵- به خاطر مقاصد و هدفهایی، | ۱۰- با نتایجی. |

البته تمام این عناصر در داخل مدل گرنبر نشان داده نشده است. این مدل در سطوح مختلف مفید است و نشان می دهد که فراگرد ارتباط انسانی، یک فراگرد ذهنی، انتخابی، متنوع و متغیر و غیر قابل پیش بینی است. در واقع سیستم ارتباط انسانی یک سیستم باز است.

فصل نه - راهنمای ارتباط با شخصیت‌های متفاوت

همه ما هر روز با افراد دشوار سر و کار داریم. گاهی اوقات کافی است در آینه نگاه کنیم تا یکی از آنها را ببینیم. شما نمی‌توانید همیشه از افراد مسئله ساز دوری کنید. شناخت این افراد و چگونگی برخورد با آنها به شما کمک خواهد کرد تا ارتباطات بهتری داشته باشید. این مقاله روشهایی را برای شناخت و برقراری ارتباط با افراد دشوار بیان می‌کند.

اداره موقعیتهای دشوار، بخشی از زندگی روزانه ماست. همه ما هرروز با افراد دشوار سر و کار داریم و این افراد را می‌شناسیم. شاید هیچ چیز به اندازه برخورد با این افراد، خسته کننده و ملال آور نباشد. این افراد انرژی ما را تحلیل می‌برند، احساساتمان را تحریک می‌کنند، حوصله همه را سر می‌برند و ما را در حالتی نامطلوب قرار می‌دهند. این رفتارها در محل کار براحتی می‌توانند یک محیط شاد را نابود کنند، کارایی را کاهش دهند و روحیه افراد را پایین آورند. هر یک از ما نیز به نوعی در درون خود شخصیت دشواری را پنهان کرده ایم. گاهی اوقات کافی است در آینه نگاه کنیم تا آن را بهتر ببینیم.

برخی از ما می‌توانیم این شخصیت را بخوبی مخفی کنیم اما گاهی در موقعیتهای رقابتی و شرایط حاد(مثل رانندگی در ترافیک، انجام یک بازی رقابتی و ...) آن را نشان می‌دهیم. متأسفانه جامعه به ما یاد داده است که بهترین روش رفتار با افراد مسئله سازی که ما را آزار می‌دهند، نادیده گرفتن آنهاست. به همین علت از کودکی آموخته ایم با چنین افرادی معاشرت نکنیم. اما نادیده گرفتن این موقعیتهای به ضرر ماست چرا که نحوه برخورد ما با شخصیت دشوار درونی و دیگر افراد بدقلق هنری است که هر فردی از آن اطلاعی ندارد. برخورد مناسب با این افراد باعث می‌شود از فشارهای عصبی ناشی از رفتارهای ناشایست دیگران بکاهیم و کار خود را موثرتر و سودمندتر انجام دهیم.

افراد بدقلق یا افراد مسئله ساز در هر شکل و لباسی ظاهر می‌شوند، ولی خصوصیات مشترک همه آنها این است که رفتار و برخورد آنها همیشه برای یک نفر ایجاد مشکل می‌کند. هنگام برخورد با افراد دشوار باید علائمی را که از خود بروز می‌دهند بشناسیم و ماهیت آن را تشخیص دهیم. به این ترتیب می‌توانیم اثر نامطلوب رفتار آنها را به کمترین حد برسانیم. این یک واقعیت مسلم است که هنگامی می‌توانیم در دیگران نفوذ کنیم که آنها را همانطور که هستند ببینیم نه آنگونه که آنها می‌خواهند یا خودمان میل داریم.

ما باید حضور افراد دشوار را در زندگی مان بپذیریم. الهام گرفتن از تعالیم دینی و آموزه های مذهبی در این مورد به ما کمک می‌کند. تمامی انبیا الهی و افراد صالح در جریان انجام رسالت خود همواره با چنین افرادی برخورد داشته اند. رفتار دوستانه و به دور از خشونت آنها، الگوی مناسبی برای برخورد ما با افراد دشوار است. یادگیری کنترل احساسات و واکنشهای شخصی نیز هنگام برخورد با افراد دشوار اهمیت بسیاری دارد. باید از خود بی‌رسیم چرا این افراد برای ما مسئله ساز هستند و سعی کنیم نگرش منفی نسبت به این اشخاص را در خود از بین ببریم، زیرا گاهی اوقات علت رفتارهای دشوار دیگران، رفتارهای غیر اصولی خود ماست. وقتی با یک فرد دشوار برخورد می‌کنیم باید به این موضوع توجه کنیم که چه چیز باعث می‌شود یک نفر چنین گفتار و رفتاری داشته باشد، در این صورت در موقعیتی قرار می‌گیریم که نه تنها می‌توانیم شرایط دشوار را کنترل کنیم، بلکه طرف مقابل را نیز یاری می‌دهیم مشکل خود را حل کند.

انواع اشخاص مسئله ساز و روش برخورد با آنها

شما همیشه نمی‌توانید از افراد مسئله ساز دوری کنید. شناسایی انواع رفتارهای مسئله ساز به شما کمک می‌کند تا به نحو مطلوب موقعیتهای دشوار را بخصوص در سازمان اداره کنید. طبقه بندیهای مختلفی از انواع رفتارهای دشوار در مقالات و نوشته های گوناگون انجام شده است. در این مقاله سعی شده است تا با بهره گیری از منابع مختلف، انواع عمده افراد دشوار و بدقلق و روش برخورد با آنها مورد بررسی قرار گیرد.

به طور کلی می توان انواع اصلی افراد دشوار را به صورت زیر طبقه بندی کرد:

۱- زورگو و متخاصم

این شخصیت عصبانی و متخاصم است و عصبانیت خود را با اعمال زور نشان می دهد. خصومت، کینه توزی، استفاده از کلمات نیشدار، امتناع از کارهای گروهی و خودپسندی و تکبر از جمله ویژگیهای این افراد است. آنها دلشان می خواهد همیشه غالب و مسلط باشند و سعی می کنند با توسل به هر شیوه و روشی به خواسته های خود برسند.

راه حل: درمقابل آنها بایستید، اما سعی نکنید با آنها بجنگید. هرگز رفتار آنها را تحمل نکنید بلکه در مقابل آنها قاطع، محکم، جسور و با اعتماد به نفس باشید.

۲- همیشه شاکی

از نظر این افراد تنها چیزی که زندگی به آنها عطا کرده، بدشانسی است. آنها به جای پیدا کردن راه حل برای مسائل و مشکلات، عادت کرده اند که شکایت کنند و بهانه بگیرند. نگرشهای این افراد مسموم و متاسفانه بیماری آنها واگیر است. این افراد بندرت سعی می کنند شرایط ناخواسته را تغییر دهند، در عوض دائم دقیقاً مثل بچه ای که به او اجازه کاری داده نمی شود رفتار می کنند. اجازه ندادن باعث منفی بافی او می شود. جمله معروف آنها این است: «هیچ کس مرا دوست ندارد».

راه حل: به این افراد نشان دهید که مسائل آنها را می بینید و می شنوید، زیرا آنها به محیط حمایتی و تشویق احتیاج دارند. همچنین باید سطح فشار و استرس را برای این افراد پایین آورد. علاوه بر این به آنها اجازه شکایت کردن ندهید، مگر زمانی که راه حلی برای مشکل پیش آمده داشته باشند.

۳- وسواسی و کمال گرا

این افراد دلشان می خواهد کارها به بهترین نحو ممکن انجام گیرد. چنین افرادی درعین حال که ممکن است خسته کننده و ملال آور به نظر رسند، اما دارای مهارتهای تجزیه و تحلیلی اند که مستلزم توجه زیاد به جزئیات است. استانداردهای عملکرد این افراد در سطح بسیار بالایی قرار دارد. در برخی مواقع کار خوبی که توسط دیگران مورد تمجید واقع می شود از نظر این افراد قابل قبول نیست. جمله معروف آنها این است: «این کار می توانست بهتر انجام شود».

راه حل: در صورتی که در برخورد با این افراد، واقعیتها و منطق را ارائه دهید، می توانید بهترین بهره را از آنها ببرید. در عین حال حرفهای این افراد را درباره بهتر انجام شدن کارها جدی نگیرید. آنها معمولاً نقاط ضعف خودشان را بیان می کنند نه نقاط ضعف شما را. سعی کنید با این افراد به گونه ای کار کنید تا بتوانند انتظارات واقعی برای خود و دیگران داشته باشند و مطابق انتظارات واقعی عمل کنند.

۴- افراد یخی

این افراد برای تغییر آمادگی ندارند و هر تغییری - هر چند کوچک - می تواند آنها را نگران و آشفته سازد و آغازی برای رفتار منفی در آنها باشد. جمله معروف آنها این است: «راه قدیمی بهتر است».

راه حل: در مقابل این افراد صبور باشید، زیرا ممکن است در مسیر انجام تغییرات مانع تراشی کنند. این افراد را در تغییر درگیر کنید یا از تغییرات تدریجی برای ایجاد فرصت مناسب برای آنها استفاده کنید.

۵- افراد بسته

راههای برقراری ارتباط با این افراد مسدود است. این افراد بسیار تودار و دیرجوش هستند و تنهایی و خلوت را به بودن در میان جمع ترجیح می دهند. آنها هرگز درباره تفکرات و احساسات خود صحبت نمی کنند و به همین دلیل ارتباطات محدودی دارند. «حوصله ندارم» یا «فعلاً وقت ندارم» از جملاتی است که آنها برای فرار از جمع از آن استفاده می کنند.

راه حل: برای برقراری ارتباط با این افراد باید حوصله کنید. ممکن است مدتی طول بکشد تا این گونه افراد احساس راحتی بکنند و با شما راحت تر و بهتر برخورد کنند. هنگام صحبت با این افراد از سوالات باز استفاده کنید و آنها را به شرکت در بحثها تشویق کنید.

۶- کم حرف و منفعل

این افراد زیاد سخن نمی گویند. حتی اگر اصرار کنید، فریاد بکشید یا از آنها خواهش کنید، جوابی بیشتر از آری یا خیر نخواهید شنید. این افراد حتی زمانی که باید از حقوق خود دفاع کنند، ساکت می مانند. در نتیجه غالباً مورد ظلم قرار می گیرند. فرد منفعل همیشه احساس ناامنی می کند و اعتماد به نفس بسیار پایینی دارد. آنها غالباً از شرکت در تصمیم گیریها امتناع می کنند و یا نظری ارائه نمی دهند.

راه حل: این افراد شدیداً به اعتماد به نفس و حمایت احتیاج دارند و باید بطور مستقیم از آنها انجام اموری را که می توانند انجام دهند خواسته شود. تشویق نیز در ایجاد اعتماد به نفس آنها بسیار موثر است.

۷- افرادی که می گویند: «کار من نیست»

این افراد دائم از زیر بار قبول مسئولیتهای بیشتر شانه خالی کرده و منفی بودن خود را با رد کردن انجام کارهایی که باید برعهده بگیرند، ظاهر می کنند.

معمولاً دوستان و همکاران این افراد باید کارهای مربوط به آنها را انجام دهند و این در حالی است که این افراد انجام آن کارها را جزء وظایف آنها می دانند نه وظایف خودشان. جمله معروف آنها این است: «این کار جز وظایف و شرح شغلی که من باید انجام دهم نیست».

راه حل: سعی کنید شرح شغل این افراد را واضح و روشن در اختیار آنها قرار دهید، تا جایی برای توجیحات آنها باقی نماند. بازرسی و کنترل غیر محسوس نیز در برخی مواقع می تواند کارساز باشد.

۸- شایعه پراکن ها

این افراد از شایعه بعنوان سلاح قوی جهت کنترل روی دیگران و محیط استفاده می کنند. آنها با پخش شایعه و درگیر کردن دیگران در مسائل مربوط به آن لذت می برند و احساس مهم بودن می کنند. جمله معروف آنها این است: «اجازه بده من بگویم چه اتفاقی دارد می افتد».

راه حل: بهترین راه جلوگیری از شایعه سازی در سازمان، دادن اطلاعات و حقایق لازم و کافی به افراد است. وقتی افراد سازمان از کلیه اطلاعات مربوط به مسائل سازمان آگاهی داشته باشند، به شایعه و افراد شایعه پراکن توجهی نمی کنند. در نتیجه انگیزه ای برای این افراد بمنظور ایجاد شایعه و پخش آن باقی نمی ماند.

۹- افراد منفی گرا

این افراد نگرش بدی نسبت به دنیا دارند. آنها فکر می کنند که دنیا بر سرشان خراب شده است. آنها از شیوه انجام امور ناراضی هستند و مهم نیست شما چقدر تلاش کنید تا کاری برایشان انجام دهید. در واقع این افراد همیشه نیمه خالی لیوان را می بینند و برای انجام یک کار بیشتر بر عواقب منفی آن تأکید دارند تا نتایج مثبت. این افراد اعضای خوبی برای کارهای گروهی نیستند. جمله معروف آنها این است: «من می دانم این کار شدنی نیست».

راه حل: تغییر نگرش افراد منفی گرا کار آسانی نیست. اما شما باید آنها را مجبور به تطبیق با عاداتهای مثبت کنید تا از عاداتهای منفی دور شوند. ایجاد تفکرات مثبت و نشان دادن نتایج خوب کارهایی که او امیدی به انجام آنها نداشته است، می تواند به این اشخاص کمک کند.

۱۰- افراد غیر متعهد

این افراد آنقدر برای انجام کاری بهانه می آورند تا شخص دیگری آن را انجام دهد و یا آنقدر در انجام تصمیمی تعلل می کنند که ارزش آن از بین می رود. آنها کار خود را بطور جدی انجام نمی دهند، زیرا کار برای آنها اولویت

ندارد. انجام امور شخصی و پرداختن به مسائل غیر کاری برای آنها مهمتر از انجام کارهای سازمانی است. جمله معروف آنها این است: «او می تواند منتظر شود».

راه حل: دلیل اصلی تأخیر و تعلل آنها را سوال کنید. این افراد معمولاً احتیاج به اهداف و استانداردهای واضح و انتظارات رسمی دارند و اینها باید به او ابلاغ شود. همچنین آنها به یک سیستم نظارتی بسته نیازمندند تا نتوانند براحتی از زیر کار شانه خالی کنند.

۱۱- افراد همیشه منتقد

این افراد همیشه با کلمات نیشدار و انتقادات بی مورد خود، دیگران را آزار می دهند. آنها درباره هر ایده ای، انتقادات خاص خود را دارند؛ چه آن ایده، خوب باشد یا بد. هدف این افراد مخالفت با تمام چیزهایی است که گفته می شود. آنها هر جا می روند مشکلات را پیدا می کنند. جمله معروف این افراد این است: «ایده بدی است».

راه حل: در مذاکره و گفتگو با افراد انتقاد کننده بر اطلاعات تمرکز کنید. از آنها درباره علت انتقاد و مخالفتشان سوال کنید و همیشه آنها را برای اطلاعات بیشتر تحت فشار قرار دهید. هرگز رفتارهای نامناسب چنین افرادی را تأیید نکنید.

۱۲- افراد خودخواه

افراد خودخواه، همیشه می خواهند راه خود را ادامه دهند و فکر می کنند همه چیز را می دانند. در واقع این افراد می خواهند نداشتن امنیت خود را به گونه ای پنهان کنند.

راه حل: با این افراد تنها بر اساس حقایق و واقعیتها رفتار کنید. قبل از ملاقات با آنها تمام اطلاعات مورد نیاز را بدست آورید و خود را برای پاسخ به سوالات آنها آماده کنید. به یاد داشته باشید برخورد تهاجم آمیز یا تسلیم در برابر آنها کارساز نخواهد بود.

۱۳- افراد فداکار (قربانی)

این افراد قلب خونین سازمان هستند. آنها زود سرکار می آیند و دیر می روند و یار و پشتیبان همکاران و دوستانشان هستند. از آنها هر کاری که بخواهید انجام می دهند، زیرا این افراد معمولاً به دلیل مسائل شخصی ترجیح می دهند بیشتر اوقات زندگی خود را در محیط سازمان بگذرانند. در صورتی که از خدمات آنها قدردانی نکنید، منفی گری آنها آغاز می شود. جمله معروف افراد فداکار این است: «من زندگی ام را وقف این شرکت کردم، ولی برای هیچ کس مهم نیست».

راه حل: به حرفهای این افراد گوش دهید و به آنها نشان دهید که وجودشان تا چه اندازه برای سازمان اهمیت دارد. از تلاشها و همکاری آنها صمیمانه قدردانی کنید و این کار را در حضور دیگر کارکنان انجام دهید.

۱۴- افراد خود سرزنش کن

این افراد همواره کمبودهایی را در عملکرد کاری و رفتاری خود می یابند و دائم خود را ملامت می کنند. آنها از هیچ یک از جنبه های زندگی شخصی و کاری خود راضی نیستند. جمله معروف آنها: «من توبیخ خواهم شد. من می توانستم این کار را بهتر انجام دهم».

راه حل: اعتماد به نفس آنها را بالا ببرید و از کارهای مثبت و خوب آنها قدردانی کنید. به آنها نشان دهید آن طور که خودشان فکر می کنند بی دست و پا و کار خراب کن نیستند.

۱۵- افراد پر حرف

این افراد به قدری حرف می زنند که اجازه صحبت به افراد دیگر نمی دهند. جالب اینجاست که بیشتر حرفهای آنها اصلاً ربطی به موضوع مورد بحث ندارد و صرفاً از دست دادن وقت و زمان مفید است.

راه حل: برخورد با این افراد این است که به آنها تنها چند دقیقه فرصت صحبت کردن داده شود. در صورتی که باز هم به حرف زدن ادامه دادند، به هیچ وجه رفتار آنها را تحمل نکنید. به آنها بگویید، باید بروید و فرصتی برای گوش دادن به حرفهای آنها ندارید.

۱۶- افراد نامنظم

این افراد در انجام وظایف و شرکت در جلسات، نظم و ترتیب را رعایت نمی کنند و نوعی آشفتگی در رفتار و کردار آنها دیده می شود. آنها دائم به دنبال وسایل خود می گردند و همیشه در جلسات تأخیر دارند. راه حل: برای برخورد با این افراد نظم و انضباط را عامل مهمی در ارزیابی عملکردشان اعلام کنید و آنها را به مرتب بودن تشویق کنید.

۱۷- افراد بی مسئولیت

این افراد تحمل قبول مسئولیت یا توبیخ بابت اشتباه را ندارند. آنها از زیر بار مسائل شانه خالی می کنند و انگشت اتهام خود را همیشه به سمت دیگران نشانه می روند. جمله معروف آنها این است: «من این کار را نکردم، فلانی آن کار را انجام داد».

راه حل: با آنها قاطع برخورد کنید و بطور مستقیم اشتباهشان را با دلیل برایشان توضیح دهید تا نتوانند اشتباه را به دیگری منتقل کنند.

۱۸- افراد پوست تخم مرغی

این افراد بسیار حساس هستند و بی اهمیت ترین مسائل آنها را ناراحت می کند. روحیه حساس آنها باعث می شود دیگران در برخورد با آنها بسیار محتاط باشند و از برقراری ارتباط با آنها احساس راحتی نکنند. راه حل: بازخورد، به این افراد باید سریع و مستقیم نباشد، بلکه به آرامی و با توجه به شخصیت آنها باشد. در برقراری ارتباط با آنها شخصیت حساسشان را در نظر بگیرید.

۱۹- افراد ریزنگر

این افراد همواره می گویند: «من احتیاج به چک کردن مجدد کار دارم، شاید چیزی از زیر دستم رد شده باشد.» آنها به جزئی ترین و ریزترین موارد یک مسئله توجه می کنند و گاهی به خاطر یک مسئله کوچک اوقات دیگران را تلخ می کنند.

راه حل: آنها را عادت دهید در کنار توجه به جزئیات به مسائل کلی و اصلی توجه کنند. آنها باید یاد بگیرند کلیات و جزئیات را با هم در نظر بگیرند و به دلیل مسائل جزئی کل پروژه را به تأخیر و خطر نیندازند.

۲۰- افراد خیلی خوب

این افراد به نظر می رسد که با شما موافق هستند، اما چنانچه کاری را که آنها از شما خواسته اند انجام ندهید، مسئله ساز می شوند.

راه حل: این افراد به تأیید بسیار نیاز دارند. به آنها نشان دهید، دوستشان دارید و برایشان ارزش قائلید.

نکاتی در برخورد با افراد دشوار

همه افراد در برخی شرایط غیر قابل پیش بینی و تحریک پذیر می شوند. در برخورد با افراد مسئله ساز موارد زیر را همواره به خاطر داشته باشید:

- تفاوت های افراد را بیشتر و بیشتر بشناسید. تفاوتها همواره منجر به اصطکاک می شود. اگر تفاوت میان انسانها را یک موهبت - نه یک مسئله - بدانید، می توانید به خوبی موقعیتهای دشوار را اداره کنید.

- مطمئن باشید که همه افراد سازش و هماهنگی را دوست دارند. این اندیشه که دیگران به دنبال تحقیر و صدمه زدن به ما هستند، درست نیست. مطمئن باشید همه توافق و یکدلی را دوست دارند. با اعتقاد به این مسئله شما فرصت پیدا می کنید، درهای گفتگو را برای رسیدن به توافقات دوجانبه باز کنید.

- باور کنید که می توانید در کنار افراد مسئله ساز بدون تنش و اصطکاک کار کنید. شما ممکن است که با افراد دشوار دوست و صمیمی نباشید، اما می توانید با آنها رفتار مسالمت آمیز داشته باشید. سعی کنید به خواسته های هم احترام بگذارید.

- در تله افراد دشوار گرفتار نشوید. وقتی دیگران به گونه ای رفتار می کنند که شما عصبانی و خشمگین می شوید، در واقع شما را در تله خود گرفتار کرده اند. ما اغلب در تله رفتارها، گفتارها، لبخندها و نگاههای افراد گرفتار می شویم. نباید اجازه دهیم رفتارهای افراد مسئله ساز، ما را در کنترل رفتارمان دچار مشکل سازد و آنها را بر ما مسلط گرداند.
- گوش کنید؛ گوش کنید؛ گوش کنید_ وقتی دیگران بدانند شما حرفهای آنها را می شنوید و به مسائلشان اهمیت می دهید، کمتر رفتارهای دشوار را از خود بروز می دهند.
- برای ایجاد رابطه بهتر افراد را با نام صدا بزنید(نام هر فرد گرمترین آهنگی است که او می شنود و دوست دارد بشنود).
- افراد را سرزنش نکنید. سرزنش افراد، آنها را برای بروز رفتارهای مسئله ساز مستعد می سازد.
- مراقب بلندی و لحن صدا و زبان بدن خود باشید. استفاده از زبان بدن به شما کمک می کند ارتباط بهتری را با دیگران برقرار سازید. با برقراری ارتباطات عمیق و اصولی، فرصت کمتری برای نشان دادن تعارضات و رفتارهای دشوار ایجاد می شود.
- از به کار بردن کلمات زیر پرهیز کنید: باید، ولی، من می خواهم....، متاسفم، نمی توانی و.....
- اگر طالب صداقت هستید با دیگران نیز صادقانه برخورد کنید و به تعهدات خود عمل کنید.
- استفاده از کلمات جادویی را بیاموزید. در دامنه لغات ما، کلمات زیادی وجود دارند که اثرات فوق العاده ای بر جای می گذارند. این کلمات را بیابید و از آنها استفاده کنید.
- فنون مذاکره را یاد بگیرید چرا که موفقیت در زندگی امروز در گرو ارتباطات خوب است و مذاکره در این راه به شما کمک می کند.

فصل ده - ارتباطات در ۵۴ جمله

۱- ارتباط چیست؟ (Communication)

انتقال آگاهیها، نظریات، عواطف، مهارتها و غیره با استفاده از نمادها (واژهها، تصاویر، شماها، نمودارها و غیره) و عمل یا فرآیند انتقال، معمولاً ارتباط نامیده می شود.

۲- زبان (Language)

زبان، نظامی است مرکب از نمادهای گویشی و نوشتاری که به طریقی نسبتاً استاندارد شده، توسط اعضای یک گروه اجتماعی، در جهت فراخوان معنی، به کار می رود. چنان که هالندر مسئله را بررسی کرده: «زبان، برجسته ترین ویژگی نمود انسان است.»

سه عملکرد عمده برای زبان قائل هستند:

الف) زبان ناقل اصلی و اولیه ارتباط است.

ب) زبان، بازتاب شخصیت فرد و فرهنگ جامعه اوست و به نوبه خود، در امر شکل دادن به شخصیت و فرهنگ، یاری می کند.

ج) زبان، رشد و انتقال فرهنگ، تداوم جوامع و کارکرد و کنترل مؤثر گروههای اجتماعی را میسر می کند.

۳- نماد (Symbol)

نماد چیزی است که به عمد و سنجیده، برای نمایاندن و جایگزینی چیزی دیگر به کار رود. هر چه که نماد به جای آن نشیند، همان چیزی است که گروه اجتماعی اذعان می کند که نماد به جای آن (چیز) نشسته، یعنی مورد مراجعه، وجود ندارد. با توافق جامعه مبنی بر جانشینی نمادی معین برای شیئی خاص، اعضای جامعه نماد و شیئی را جدایی ناپذیر می بینند.

پس نمادها، واحدهای اصلی نظامهای ارتباطی به شمار می آیند که می توانند کلامی (همچون واژه گویشی)، ترسیمی - تصویری (مانند واژه نوشتاری)، یا نموداری - نمایشی (مثل پرچم، نشان ویژه و غیره) باشند.

۴- فرستنده - گیرنده (Sender - Receiver)

مدل اصلی درک فرآیند ارتباط، انگاره لازول است در مورد اینکه، چه کسی، چه چیزی را در چه مجرای ارتباطی، به که، با چه تأثیری می گوید.

۵- پیام (Message)

پیام، گزینش بسامان نمادهایی است که برای رسانش آگاهی یا اطلاع منظور گردیده است. منظور از بسامان، ترتیبی عمدی و سنجیده، و غرض از گزینش، تمیز و تبعیض یک شق از میان مجموعه بزرگتری از شقوق مختلف است.

پس پیام، مجموعه ای از نمادها (اغلب اوقات زبان) در انتقال معنی از فرستنده به گیرنده است.

۶- پارازیت (نوفه) ارتباط (Communication Noise)

هر دو مجرای ارتباط رسمی و غیر رسمی در معرفی پارازیت است که محدود کننده نهایی انتقال مؤثر پیام است. پارازیت ارتباط بر دو نوع عمده تقسیم می شود: پارازیت مجرا (حامل) و پارازیت معنایی در هر دو مورد، نتیجه پارازیت یکی است که همانا از دست رفتن معنی در طول انتقال پیام است.

پارازیت مجرا (حامل):

این نوع پارازیت شامل هر مانع و مزاحمتی است که در کار راست نمایی انتقال پیام، مداخله کند.

پارازیت معنایی:

این نوع پارازیت، حاصل تعبیر نادرست پیام است.

۷- مجرا (حامل) ارتباط (Communication Channel)

مجرای ارتباط رسانه ای است که بر ای انتقال پیام به کار می رود . مجرای ارتباط ، مسیر یا وسیله ای است که پیام با استفاده از آن ، بین ارتباط گر (فرستنده یا منبع) و ارتباط گیر (گیرنده) طی طریق می کند .

اعتبار مجرا:

تخصص و قابل اعتماد بودن مجرا ، آنگونه که از جانب گیرندگان (پیام) درک و دریافت می شود . اغلب ، اعتبار مجرا مستقیماً با ارتباط گر و ویژگیهای مخاطب پیوند دارد . به طور کلی اما ، اعضای گروههای اجتماعی - اقتصادی بالاتر ، رسانه های چاپی را معتبرتر می دانند ؛ گروههای اجتماعی - اقتصادی پایین تر ، تلویزیون را معتبرتر می شناسند .

۸- مجراهای غیر رسمی ارتباط (Informal Channels Of Communications)

مجراهای غیر رسمی ارتباط ، شبکه های ارتباطی بین افراد است که در اطراف کنش متقابل رودر روی اشخاص با علایق یا مقاصد مشترک ، بنا گردیده است . با گذشت زمان ، این شبکه ها به تدریج به صورت منابع بسیار با ثبات و موثق آگاهی در می آید .

دو نوع اساسی مجراهای غیر رسمی عبارت است از :

- ۱- مجرای که به طور خود انگیخته (طبیعی) به وجود آمده است .
- ۲- مجراهای کمکی (وابسته) .

۹- مجراهای رسمی ارتباط (formal Channels Of Communication)

خصیصه متمایز یک مجرای رسمی ارتباط ، همچنان که شبیوتانی اشاره می کند ، این است که معتبر و نافذ بوده و به عنوان معیاری عمل می کند که گزارشهای منتسب به تمامی منابع دیگر در برابر آن رسیدگی یا بازبینی می شود در داخل یک سازمان ، مجراهای رسمی « نمایشگر خطوط رسمی ارتباط است ، خطوطی که بر نمودارهای سازمان معین و نصب شده است » (ردنیک و سن بورن) « از سطحی به وسعت جامعه مجراهای رسمی اساساً با رسانه های همگانی برابر گرفته می شود » (شبیوتانی) در این صورت ، مسأله مهم این نیست که ارتباط از طریق تماس شخصی ، چاپ ، یا برخی وسایل الکترونیک به وقوع می پیوندد بلکه مهم این است که خود مجرا معتبر ، موثق و نافذ باشد .

خصیصه دوم این است که در این مجرا ، منبع پیام قابل تشخیص است .

۱۰- شبکه ارتباط (Communication Network)

اصطلاح شبکه ارتباط ، نشانگر نظامی برای انتشار آگاهی در میان اعضای یک گروه است . شبکه های ارتباط را می توان در قالب یکی از دو نوع اساسی ، رسمی و غیر رسمی ، مطالعه کرد .

از شبکه های غیر رسمی ، غالباً به عنوان شبکه های ارتباط خلق الساعه یاد می کنند . این شبکه ها ، در ارتباط میان فردی که در آن هیچ کس آگاهانه ، استفاده از نقاط خاص تماس را محول یا تحمیل نمی کند ، پدیدار می شوند .

از شبکه های رسمی ، غالباً به عنوان شبکه های ارتباط تجویزی یاد می کنند .

۱۱- ارتباط درون فردی (Intrapersonal Communication)

ارتباط درون فردی ، یک داد و ستد ارتباطی است که در درون (وجود) شخص روی می دهد . به طور خلاصه ، این ارتباط حرف زدن با خود است .

۱۲- ارتباط میان فردی (بین افراد) (formal Channels Of Communication)

ارتباط میان فردی ، ارتباطی است مستقیم بین دو نفر یا تعداد بیشتری از افراد که در مجاورت فیزیکی قرار دارند . طی این ارتباط ، تمامی حواس پنجگانه می تواند به کار گرفته شود و پس فرست آنی و بلاواسطه در جریان کار حضور دارد .

۱۳- ارتباط سازمانی (Organizational Communication)

ارتباط سازمانی شکلی از ارتباط میان فردی است، اما ویژگیهای آن به گونه ای است که خود تشکیل دهنده حوزه متمایز و شاخصی در مطالعه ارتباطات می شود.

ارتباط سازمانی، به ناگزیر، باید با ویژگیهای ارتباط میان فردی آغاز به کار کند. این ارتباط، با کنش متقابل رودر رو و متمرکز سروکار داشته؛ از تمامی حواس (پنجگانه) یاری می گیرد و پس فرستی آنی، فراهم می آورد. به هر حال، ارتباط سازمانی به وسیله شماره و ملاحظات وظیفگی - منزلتی، مانند تفویض اوامر، هنجارهای حرفه ای، مجاری معین (تجویز شده) ارسال یا انتقال، مصوبات و نظایر آن، مشخص می شود. شکل اصلی انتقال در ارتباط سازمانی، شکل شفاهی است.

۱۴- شایعه (Rumor)

شایعه، گزارشی است که از منبعی ناشناخته منتشر می شود. این شکل ارتباط، یک بده و بستان همگانی یا اشتراکی است که اجزای آن را فعالیت عقلانی و ارتباطی تشکیل می دهد، شایعه با جمع آمدن اشخاص در یک وضعیت مبهم، هنگامی که از طریق ائتلاف منابع عقلانی خود برای ساختن تعبیری معنی دار از آن وضعیت کوشش می کنند، پدیدار می شود (شیبوتانی)

مختصر آنکه، شایعه تلاشی جمعی، در جهت یافتن یک تعریف است (لانگ و لانگ)

شایعه در مجراهای غیر رسمی (میان فردی) ظاهر می شود.

شایعه، جانشینی است برای خبر (تائید شده)

۱۵- ارتباط بینابین (Medio Communication)

ارتباط بینابین، از راه حضور یک آلت فنی که اغلب اوقات تحت شرایط محدود و با دخالت شرکت کنندگان قابل شناسایی، از آن استفاده می شود، تشخیص داده می شود. پس ارتباط بینابین، سطح واسطه یا میانی ارتباط است که ویژگیهای هر دو ارتباط میان فردی و جمعی را دارد.

همانند ارتباط میان فردی، معمولاً گیرندگان پیام در ارتباط بینابین از لحاظ تعداد، اندک اند (غالباً، تنها یک نفر) و از نظر ارتباط گر شناخته شده؛ پیام در اکثر اوقات تحت شرایط محدود، منتقل می شود (زیرا پیام برای همگان نیست).

شرکت کنندگان، به طور معمول از مشارکت فکری که غالباً ملازم ارتباط میان فردی است، برخوردارند. و دست آخر اینکه، الگوی کنش متقابل تا حد قابل توجهی ناساخته (بی ساختار) است.

از طرف دیگر، همچون موقعیتهای ارتباطی جمعی، اعضای گیرنده پیام در ارتباط بینابین می توانند نامتجانس بوده، و از نظر مکان تا حدود زیادی از یکدیگر جدا باشند.

ارتباط بینابین، شامل ارتباطات دور نقطه به نقطه (تلفن، تله تایپ، فکس رادیوی سیار، رادیوی هوا به زمین ارتباط از طریق شبکه های کامپیوتری و غیره)، ارتباطات نظارتی از راه دور (رادار، بازنگری آلودگی جوی، ماهواره هوا شناسی و غیره) تلویزیون مدار بسته (صنعتی، آموزشی و غیره)، فیلمهای خانگی و بسیاری چیزهای دیگر است.

۱۶- ارتباط جمعی (Mass Communication)

ارتباط جمعی یک فرآیند است و با اینکه تکنولوژی مدرن در شکل رسانه های گروهی برای این فرآیند ضروری است ولی حضور این آلات فنی را نباید با خود فرآیند ارتباط جمعی اشتباه گرفت.

ارتباط جمعی، بنا به تعریف رایج، با ویژگیهای زیر مشخص و متمایز می شود:

- ❖ ارتباط جمعی به سوی پیام گیرندگان نسبتاً بسیار نامتجانس و ناشناخته، هدایت می شود.
- ❖ پیامها برای عموم ارسال می شود و انتقال آنها، به شیوه ای زمان بندی می شود که پیام گیرندگان همزمان به آنها دسترسی یابند. پیامهای مذکور خصلتاً گذرا و ناپایدارند.

❖ ارتباط گستر ، یا یک سازمان پیچیده یا عاملی است که در محدوده آن سازمان (که متحمل هزینه های گزاف نیز می باشد) به کار می پردازند .

۱۷- رسانه های گروهی (همگانی) (Mass Media)

اصطلاح رسانه های گروهی غالباً به وسایل یا تدابیر فنی که ارتباط جمعی از طریق آنها به وقوع می پیوندد ، اطلاق می شود . از این دیدگاه ، رسانه های گروهی را می توان مشتمل بر این موارد دانست :

رسانه چاپی : روزنامه ، مجله

رسانه های الکترونیکی : الف) برنامه های رادیو ب) برنامه های تلویزیون

بالا رفتن میزان تحصیلات ، اشتباهی انسان به همه رسانه های گروهی بیشتر می شود (شرام) هر چه مردم تحصیلات و سواد بیشتری داشته باشند ، رسانه های چاپی را بیشتر به رسانه های الکترونیکی ترجیح می دهند. اما مطالعات دیگر ، نشان می دهد تلویزیون ، از همه رسانه ها باورکردنی تر است و چنانچه مردم محدود به گزینش یک رسانه باشند از همه رسانه ها خواستنی تر است .

مطبوعات (رسانه های خبر رسان) :

امروز ، اصطلاح مطبوعات معمولاً به چهار رسانه اصلی ارتباط جمعی ، روزنامه ، مجله ، رادیو و تلویزیون و نیز دیگر ضمایم مانند اتحادیه های خبری که کارشان گرد آوری و پخش اطلاعات به منظور مصرف عمومی است ، اطلاق می شود .

۱۸- ارتباط از راه دور (TeleCommunication)

ارتباط از راه دور که خود محصول انقلاب صنعتی است فرآیند برقراری ارتباط از یک مسافت (دور) با استفاده از ابزار الکترو مغناطیسی طراحی شده برای آن منظور است . برخی از اجزاء فرعی ارتباط از راه دور عبارت است :

ارتباط جمعی از راه دور : تلویزیون آموزشی ، تلویزیون کابلی ، ماهواره ای
ارتباط راه دور ، از نقطه ای به نقطه دیگر : تلفن ، تله تایپ ، تلگراف
ارتباط مراقبتی از راه دور : رادار ، ماهواره هواشناسی

۱۹- ارتباط غیر کلامی (Non - Verbal Communication)

ارتباط غیر کلامی ، انتقال معنی در غیاب صدای نمادین یا باز نمود صدایی است . ارتباط غیر کلامی را عموماً زبان صامت می خوانند .

بر طبق نظر دانکن ، ارتباط غیر کلامی را به این صورت می توان طبقه بندی کرد :

۱ . حرکات بدنی یا رفتار جنبشی : این طبقه شامل ژستها ، اداها و سایر حرکات بدنی ، از جمله حالت چهره ، حرکت چشم و حرکت وضعی است .

۲ . فرازبان : این طبقه ، شامل کیفیات صدایی (انسان) ، فقدان سلاست در گفتار ، خنده ، خمیازه ، و خرخر است .

۳ . برداشت از مجاورت (مکان) : این طبقه در بر گیرنده استفاده و درک و دریافت انسان از فضا یا مکان فیزیکی است .

۴ . (حسی) بویایی :

۵ . حساسیت پوست به لمس و حرارات

۶ . استفاده از مصنوعات : این طبقه شامل چیزهای از قبیل لباس و لوازم آرایشی - زینتی است .

ارتباط غیر کلامی پابند فرهنگ است .

۲۰- ارتباط سیاسی (Political Communication)

ارتباط سیاسی ، ارتباطی است که تأثیراتی بالفعل یا بالقوه بر عملکرد یک نظام سیاسی یا هر وجود مستقل سیاسی دیگر ، داشته باشد .

۲۱- خبر (News)

خبر ، گزارش رویداد یا اتفاق است .

ارزشهای خبری :

- ۱- کشمکش یا ستیز (تنش - غافلگیری)
- ۲- پیشرفت (پیروزی - موفقیت)
- ۳- تیره بختی (شکست - نابودی)
- ۴- پی آمدها (تأثیر بر اجتماع محلی)
- ۵- برجستگی (برتری)
- ۶- بداعت (غیر معمول و حتی به نهایت معمول)
- ۷- علایق انسانی (زمینه عاطفی)
- ۸- بجا یا بموقع بودن (تازگی و نو بودن)
- ۹- مجاورت (جاذبه محلی)
- ۱۰- جنسیت
- ۱۱- حیوانات

۲۲- ژورنالیسم (خبر پردازی) عینی (Objective Journalism)

ژورنالیسم عینی - یعنی ارائه خبر به شیوه واقعی ، بی غرض و عمدتاً غیر شخصی - در ابتدای قرن حاضر به صورت آرمان ژورنالیسم آمریکای در آمده بود .

۲۴- آگهی / شهرت پراکنی (Advertising / Publicity)

آگهی ، عبارت است از عرضه و ارتقاء یک محصول ، نوعی از خدمات ، یا نظر و اندیشه ، هر جا که هزینه آن عرضه و ارتقاء به وسیله بانی و حامی مربوطه پرداخت شده یا با نام او شناسایی شود .
شهرت پراکنی در مقابل ، عبارت است از عرضه خبر یا نظر سردبیری در مورد یک محصول ، نوعی از خدمات یا نظر و اندیشه ، وقتی که هزینه عرضه مذکور را بانی و حامی مشخصی پرداخت نکرده باشد .

۲۵- روابط عمومی (Public Relations)

تلاشی است آگاهانه برای برانگیختن یا تحت تأثیر قرار دادن مردم از طریق ارتباط ، تا از این رهگذر نظر خوبی نسبت به سازمان پیدا کنند ، به آن احترام گذارند ، حمایتش کنند ، و در عسرت و سختی همراهش باشند .
(کاتلیپ و سنتر)

روابط عمومی دارای سه عملکرد اصلی و تاریخی است که عبارت است از : مطلع ساختن مردم ، ترغیب مردم ، و یگانه ساختن و وحدت مردمان با یکدیگر (برنیز)

۲۶- آوازه گری (تبلیغات) (Propaganda)

آوازه گری ، بیان عقیده یا عمل افراد یا گروههاست که به طور سنجیده و عمدی برای نفوذ بر عقاید با اعمال افراد یا گروههای دیگر ، و برای تأمین مقاصد از پیش تعیین شده ، طرح و اعمال می شود .
دانشمندان علوم رفتاری ، آوازه گری را در صورتهای آوازه گری سفید و آوازه گری سیاه نیز طبقه بندی کرده اند . آوازه گری / تبلیغات سفید ، آن نوع تبلیغات است که مخاطبان ، آن را به صورت تبلیغات منتشره از سوی منبعی خارج از مرتبه یا سلک خود تصور کنند . آوازه گری / تبلیغات سیاه ، تبلیغاتی است که به شکل انتشار از داخل سلک و مرتبه خود مخاطبان ، درک و دریافت شود .

هفت شگرد مختلف برای آوازه گری شناخته اند که عبارت است از :

شگرد لقب گذاری - شگرد تعمیم با زرق و برق - شگرد انتقال - شگرد گواهی - شگرد مردم صاف و ساده - شگرد جور کردن ورقهای بازی - شگرد طرف برنده

۲۷- جامعه پذیری (Socialization)

جامعه پذیری، یک فرآیند مادام‌العمر جامعه‌شناسی - روانشناسی است که طی آن هر فرد هنجارها، ارزشها و الگوهای رفتاری را که جامعه وی بر آنها تأکید دارد، به صورت جزئی از وجود خویش در می‌آورد.

تغییر گرایش:

گاه، تغییر گرایش نامنطبق نیز خوانده می‌شود. تغییر گرایش در واقع، القاء یک تبدیل یا جابه‌جایی (گرایش) است، به گونه‌ای که گرایش جدید علامتی مخالف اختیار کند، مثلاً از مثبت به منفی تبدیل شود. این امر معادل فرایند برگردان گرایش است.

تأثیر بومرنگی:

تغییر گرایشی در جهت عکس آنچه که منظور فاعل بوده است { تأثیری که به جانب خود فاعل بر می‌گردد. م } ابقاء:

نگهداری وضع موجود و پیامهایی که به منظور جلوگیری از تغییر و تبدیل یک گرایش در نظر گرفته شده است.

خنثی سازی:

تغییر یک گرایش به جانب ناحیه خنثی، به عبارت دیگر، گرایشی که تمایلات کنشی موافق یا مخالف نیرومندی در آن نباشد.

تأثیر سقفی:

تقویت یک گرایش، تا حدی که تقویت بیشتری را نتوان بر آن متصور شد.

۳۰- توجه انتخابی / درک انتخابی / نگاهداشت انتخابی (Selective Exposure / Percepti -)

(On / Retention

توجه انتخابی:

گرایش است که مردم در جهت قرار دادن خویش در معرض ارتباطاتی که با عقاید و علایق موجودشان توافق دارد (و پرهیز از ارتباطاتی که با عقاید و علایق موجودشان سازگار نیست) نشان می‌دهند.

درک انتخابی:

تمایلی است که مردم جهت درک نادرست و تعبیر غلط از ارتباطات ترغیب‌کننده - وادارکننده (در توافق با تمایلات قبلی خود و از طریق انحراف پیام به سویی که مطلوب آن تمایلات است) از خود نشان می‌دهند.

نگاهداشت انتخابی:

درک انتخابی مسلماً می‌تواند در بردارنده نگاهداشت انتخابی نیز باشد. اشخاص ذی‌علاقه و هوادار موضوع، مواد مورد نظر را با سهولت بیشتری فرا می‌گیرند و اشخاصی که نسبت به موضوع بی‌تفاوت یا بی‌علاقه‌اند، آن مواد را با سهولت بیشتری به دست فراموشی می‌سپارند.

۳۲- فعالیتهای عمده ارتباط جمعی (Major mass Communication activities)

چهار فعالیت عمده ارتباط جمعی را (که گاه نقش یا عملکردهای ارتباط جمعی نامیده می‌شود) می‌توان تشخیص داده و بر شمرد. (رایت) اینها عبارت است از: ۱- نظارت بر محیط، ۲- کمک به جامعه در پاسخ به محیط خود، ۳- انتقال میراث اجتماعی به اعضای جدید جامعه، ۴- سرگرمی و تفریح.

۳۳- نقش هنجار اجتماعی (Social Norm Function)

با تغییر شکلی که جامعه، به هنگام بیرون آمدن از صورت جامعه‌ای سنتی به یک جامعه پیچیده صنعتی به خود می‌گیرد، رسانه‌های گروهی نیز نقش افزوده‌ای اختیار می‌کنند و آن پیشبرد و اجراء هنجارهای اجتماعی است (که گاه، سازگاری اخلاقی و هم‌رنگ گردانی نامیده می‌شود). در چنین نقشی است که رسانه‌های گروهی، کجروی از شیوه‌های تثبیت شده قومی، رسوم اخلاقی و قوانین را در معرض نظاره عموم گذاشته و از این راه در جهت پیشبرد یک رویه اخلاقی خاص تلاش می‌کنند.

۳۴- نقش تفویض منزلت (Status Conferral Function)

رسانه های گروهی می توانند از طریق گزینش مسائل ، اشخاص ، سازمانها ، یا جنبشهای اجتماعی به منظور جلب توجه ، موقع و مقام خود را به آنها تفویض نمایند .

۳۵- نقش نابهنجار تخدیرگری (رسانه های همگانی) (Narcotizing Dysfunction)

نقش نابهنجار تخدیرگری ، همان انباشتگی اطلاعات مربوط به مسائل همگانی (از جانب رسانه های گروهی) ، و جایگزین شدن این آگاهی با دانش به جای کنش اجتماعی است .
نقش نابهنجار تخدیرگری چنین عمل می کند : فرد از طریق تماس به رسانه های گروهی به صورت شهروندی علاقه مند و مطلع در می آید . این شهروند علاقه مند و مطلع ، از خود به خاطر برخورداری از این وضع یعنی علاقه و اطلاع ، خشنود می شود و حتی ممکن است در مباحثات بسیاری پیرامون موضوعاتی که از آنها آگاهی دارد ، با دوستان ، آشنایان و بستگان شرکت کند . اما با همه اینها در مشاهده و تشخیص پرهیز خویشتن از تصمیم گیری و عمل ، در می ماند . خلاصه آنکه شخص ، همچون یک معتاد به مواد مخدر در احساس کاذب ایمنی و خاطر جمعی نشئه و آسوده می شود .

۳۶- خصوصی گردانی (خصوصی کردن) (Privatization)

خصوصی گردانی ، عبارت است از تغییر موضع فرد از اهداف گروهی موجود ، به جانب اهداف صرفاً شخصی .

۳۷- تکمیل یا پس آوری (Supplementation)

تکمیل یا پس آوری مربوط به تشدید و تقویت نقش متقابل رسانه های گروهی و دیگر منابع اطلاعاتی ، بویژه منابع اطلاع میان فردی است . و حال آنکه رسانه ها را به عنوان ایفاگر نقش کمکی ، که استفاده از دیگر منابع ارتباطی سازمان یافته را تکمیل می کند ، می نگرند .

۳۸- انحصار (Monopolization)

شرایط انحصار هنگامی به وجود می آید که کنترلی بر اعمال ارتباطی باشد ؛ اعمالی که آنچنان وضعیت انحصاری ایجاد کند که شخص هیچ فرصتی برای سبک و سنگین کردن شقوق دیگر کار ، نداشته باشد .

۳۹- ره گزینی (Canalization)

ره گزینی ، مفهومی در باره توانایی رسانه های گروهی در به مجرا انداختن الگوهای رفتاری یا گرایشی یک فرد است .

از یک سوی ، رسانه های گروهی می توانند در شکل بندی گرایشها (تحول تمایلات کنشی موافق و مخالف مربوط به فرد) وسیله قرار گیرند . از سوی دیگر رسانه های گروهی در تغییر گرایشها (جابه جایی در تمایلات کنشی فرد) نیز مؤثر باشند . یعنی همین که گرایش شکل پذیرفت ، رسانه ها می توانند در مقام یک کارگزار در هدایت آن به جهات مختلف ، عمل کنند .

۴۰- اثر تلقیح (Inoculation Effect)

اثر (یانگه) تلقیح در ارتباطات ، نام خود را از همسانش در دانش زیست شناسی گرفته که منظور ، ایجاد مقاومت در برابر شرایط ناخواسته است . در این حالت ، اثر تلقیح ، رویه ای برای مقاوم کردن فرد یا گروه در برابر ضد تبلیغات است .

زنده تر کردن گرایش از طریق تامین اطلاعات و مباحثات تقویتی (که با درمان تقویتی - گرفتن رژیم غذایی ، مصرف ویتامینها ، و تمرینات بدنی - به منظور ایجاد مقاومت بیولوژیکی در برابر بیماری ، قابل قیاس است) است و راه دیگر ، تلقیح گرایشها از طریق ارائه تبلیغات ضد گرایشی ضعیف شده است .

۴۱- نگره های مطبوعات (رسانه های خبر رسان) (Theories Of The Press)

چهار نگره (یا فلسفه) در مورد رابطه میان رسانه های خبر رسان و جامعه یا حکومتی موجود است که عبارت است از :

نگره سلطه جویی :

مطابق این مفهوم ، رسانه های خبر رسان باید سیاستهای حکومتی را پیروی و پشتیبانی کنند . با اینکه رسانه های خبر رسان توسط دولت و از طریق جواز یا امتیاز کنترل می شوند ، ولی مانند یک مؤسسه خصوصی عمل می کنند .

نگره اختیار گرایی :

عملکرد رسانه های خبر رسان در این نظام ، پرده برداشتن و ارائه حقیقت به مردم بوده و عمدتاً در مقام یک مؤسسه خصوصی ، بدون کنترل دولت ، کار می کنند .

نگره کمونیستی :

مطابق این فلسفه ، مطبوعات در جهت دوام و گسترش نظام سوسیالیستی عمل می کند . رسانه های خبر رسان صرفاً وسیله در دست دولت بوده و تحت مالکیت و استفاده حکومت قرار دارند .

نگره مسئولیت اجتماعی :

این فلسفه که حاصل و منشعب از نگره اختیار گرایی است ، محدودیتهای اخلاقی بسیاری را بر رسانه های خبر رسان اعمال می کند . فلسفه مذکور ، به جای آزادی بر مسئولیت تأکید می کند .

۴۲- آراء (عقاید) عمومی (Public Opinion)

اصطلاح آراء عمومی ، اصطلاحی بسیار قدیمی است . ماکیاولی ، دولتمرد ایتالیایی قرن شانزدهم گفته است که انسان عاقل ، آراء عمومی را نادیده نمی گیرد .

۴۵- سانسور (Censorship)

سانسور ، عبارت از حذف عمدی موادی از جریان عبور آگاهیهها به منظور شکل دادن عقاید و اعمال دیگران است .

اما سانسور در شکل گسترده ترش ، می تواند در بر گیرنده هر نوع تلاشی جهت تضعیف یا جلوگیری از انتشار مواد نامطلوب از نظر برخی از اولیای امور ، باشد .

۴۶- دروازه بان (Gatekeeper)

دروازه بان شخصی است که چه در مجراهای رسمی و چه در مجراهای غیر رسمی ارتباط ، در هر کدام ، به عمل متقابل بپردازد ، می تواند ارسال یا عدم ارسال ، و نیز چگونگی ارسال پیام را معین دارد . اصطلاح دروازه بان را نخستین بار دانشمند علوم اجتماعی کورت لوین به کار گرفت .

۴۹- نگره تفاوتهای فردی (Individual Differences theory)

نگره تفاوت های فردی که بر آمده از تفکر انگلیختار - پاسخ (S - R) مکانیکی در فعالیتهای روانی اولیه است ، یکایک مخاطبان را افرادی مشخص و متمایز (نه یکدست و هم شکل) می بیند که به مجرد برخورد با یک پیام ، به روشهایی که خاص خودشان است با آن (پیام) برخورد می کنند .

۵۰- نگره دسته بندیها (سنخها) اجتماعی (Social Categories Theory)

نگره دسته بندیهای اجتماعی در ارتباط جمعی ، بیانگر این مطلب است که مردم دارای خصوصیات اجتماعی همسان ، رفتار ارتباط جمعی همسانی از خود نشان می دهند . این رفتار ، مشتمل بر توجه به رسانه ها ، رجحان رسانه ای بر رسانه دیگر ، تأثیرات ارتباط و نظایر آن است . آن دسته از مخاطبان پیام که خصوصیات مشابهی دارند در ره گزینیها و الگوهای مشترک عرفی مربوط به رسانه های گروهی ، سهیم هستند .

۵۱- نگره جریان دو مرحله ای ارتباط (Two Step Flow Of Communication)

جریان دو مرحله ای ، این فرضیه را پیش می کشد که پیامهای انتقال یافته از طریق ارتباط جمعی ، همواره مستقیماً به همه گیرندگان (مخاطبان) غایبی نمی رسد . این پیامها گاه از راه فرآیندی دو مرحله ای ، ابتدا به بخشی از جامعه رسیده و از آنجا برای بقیه ارسال می شود : « قدرت نگره جریان دو مرحله ای ارتباط ،

در ملحوظ داشتن این حقیقت است که انسان نه موجودی تک افتاده در اجتماع، که شرکت کننده ای فعال در بسیاری از روابط اولیه و ثانویه میان فردی است. بدین ترتیب، به جای آنکه مؤثر بودن رسانه های گروهی را صرفاً حاصل از تأثیر مستقیم آنها بر گیرندگان پیام بدانیم، به نگره دو مرحله ای توجه می کنیم که می گوید آگاهیها اغلب از رسانه های گروهی به سوی نفوذ مندان (یا رهبران آراء و عقاید) جریان می یابد و از نفوذ مندان به جانب وابستگان کمتر فعالشان که تحت نفوذ آنها هستند، روان می شود. «

۵۲- نفوذ مندان (Influentials)

نفوذ مندان یا رهبران آراء و عقاید، افرادی آگاه و معتمد در جامعه اند که از طریق تماسهای شخصی روز به روز در موضع گروه اولیه، از لحاظ تصمیم گیری و شکل دهی عقیده بر دیگران تأثیر می گذارند.

۵۳- منحنی پذیرش (Adoption Curve)

نوآوران:

نخستین کسانی که اندیشه یا فرآورده ای را می پذیرند. نوآوران، نه محترمند و نه لزوماً اسلوب سازنده؛ به عوض، نقش نوآوران معرفی یک اندیشه (یا ایده) مشخص است.

نفوذ مندان:

دومین گروه پذیرنده و مهمترین آنها نفوذ مندان یا رهبران عقاید هستند. نقش نفوذ مندان در فرآیند پذیرش، اساسی و بسیار حساس است، زیرا نفوذ مندان، اندیشه مورد نظر را برای تمامی نفوس جامعه مشروع و موجه می کند.

اکثریت مقدم:

این گروه، اشارات و فرامین اجتماع خود را از نفوذ مندانی می گیرد که تا حال، رفتار جدید خاصی را به مشروعیت رسانده اند.

اکثریت مؤخر:

این گروه که نیمه دوم طبقه وسیع و گسترده اکثریت را تشکیل می دهد، می تواند اشارات و فرامین اجتماع را هم از نفوذ مندان و هم از اکثریت مقدم بگیرد.

وابس ماندگان:

افراد این گروه، می توانند به سه منبع مراجعه کنند. بدین ترتیب که یا به گروهی که درست پیش از آنها، نوآوری را پذیرفته (اکثریت مؤخر) برگردند یا مستقیماً به نفوذ مندان یا اکثریت مقدم روی آورند.

جان سخنان:

از لحاظ تئوری، جان سخنان هرگز تسلیم اندیشه ای نمی شوند، اما البته در عمل، آنها بر وفق اندیشه ای کهن تر رفتار می کنند.

۵۴- نگرش تمتع و تلذذ در مطالعات اتباط جمعی (Uses and Gratifications Approach)

نگرش تمتع و تلذذ در مطالعات جمعی، به عنوان راه چاره ای در برابر موفق نشدن بسیاری از پژوهشها در مقوله ارتباط که به منظور فراهم آوردن گواه مستقیم تأثیر رسانه ها بر گیرندگان پیام، انجام می گرفت، به منصفه ظهور رسید. بویژه آنکه، این شیوه برخورد را پژوهشگرانی که نگرش عملکردها در رسانه های گروهی را پذیرفته بودند، به صورت راهی جهت تشریح و توصیف سطوح بالای مصرف رسانه ها، در آوردند. این نگرش (یا برخورد) می گوید که تعامل مردم با رسانه های گروهی را اغلب اوقات می توان از طریق کاربرد و استفاده (تمتع)هایی که مردم از محتوای رسانه ها می برند یا خشنودی و تلذذی که به دست می آورند، توضیح داد.

۵۵- نگره اطلاعات (تئوری افاده آگاهی) (Information Theory)

آنچه برایشان مهم است. ارسال صحیح علائم است (که به عنوان باز نماها از آنها یاد می کنند).

۵۶- سبیرنتیک (فرمان شناسی) (Cybernetics)

سبیرنتیک ، مطالعه پیامها ، بویژه بررسی کنترل مؤثر پیام در قلمرو فیریولوژی و مهندسی است . (وینر)

۵۸- تجزیه و تحلیل محتوا (Content Analysis)

بر اساس تعریف کلاسیک برلسون تجزیه و تحلیل محتوا ، یک تکنیک پژوهشی برای توصیف عینی (مبتنی بر نظام) و کمی از محتوای آشکار ارتباطات است .

بخش دوم

تعریف ارتباط

واژه ارتباط یا communication در فرهنگ لغت " وبستر " به معنای رابطه برقرار کردن تعریف شده است و از معادل هایی نظیر : رساندن - بخشیدن - انتقال دادن و آگاه ساختن به عنوان مترادف آن استفاده شده است.

((ارتباط)) مصدر باب افتعال از ریشه ((ربط)) است و ربط دادن دو جز منفک از هم به معنای پیوند دادن آن دو جز باهم به گونه ای که خواص اولیه خود را از دست ندهند می باشد
اگر تکه ای چوب را به تکه دیگری چوب بچسبانیم و یا آنها را به هم وصل کنیم بین این دو قطعه چوب ارتباطی بوجود نیآورده ایم زیرا در صورت استفاده از چسب بین آنها خواص عناصر سطحی آنها از بین می رود ...

وصل شدن آنها نیز به معنای تبادل برخی از ویژگی های هر قطعه با دیگری نیست ...

حال آنکه در ارتباط بین عناصر علاوه بر آنکه خواص فیزیکی و شیمیایی هر یک تغییر نمی کند ... برخی از ویژگی های سطحی هر یک با جز مقابل مبادله می شود....

بنابر این اگر دو عنصر مجزا از هم به گونه ای در کنار یکدیگر قرار گرفتند که اولاً به هم نزدیک شوند و ثانیاً تغییری در اصل آنها رخ نداد و ثالثاً برخی از ویژگی های هر یک با دیگری مبادله شود ... بین آن دو عنصر ارتباط ایجاد شده است

اگر ازدواج را نوعی ارتباط انسانی تلقی کنیم ... هنگامی این ارتباط سالم و کامل است که هر یک از طرفین در کنار دیگری باشد ولی تغییری در اصل افکار و خصوصیات آنها صورت نگیرد ... در عین حال هر یک از طرفین بخشی از ویژگی های فردی خود را با طرف دیگر به مبادله گذارد

ازدواج هایی که خارج از این تعریف کاربردی قرار می گیرند عمدتاً به دلیل نبود ((رابطه)) سالم میان زوجین ادامه نخواهند یافت و یا از محور انسانی خود خارج می شوند

منظور همسرانی است که یا در کنار هم زندگی نمی کنند ... یا به سبب اینکه در کنار هم زندگی می کنند چنان تاثیری در هم گذاشته اند که اصل و ماهیت اولیه هر یک تغییر کرده است ... (این قبیل ارتباطات انسانی اگر چه شکل فیزیکی رابطه دو نفر با یکدیگر است ولی رابطه ای سالم نیست)

از نخستین بخش این گفتار نتیجه گرفتیم که :

اولاً - موضوع ارتباط سالم میان انسانها یک موضوع اجتماعی است و تنها در محیط اجتماعی قابل برقراری است و انسانها در محیط های غیر اجتماعی و غیر قانونمند قادر به برقراری ارتباط سالم با هم نیستند . زیرا به دلیل نبود یک نظام قانونی برای ارتباط میان آنها هر لحظه امکان به خطر افتادن روند ارتباطی از سوی یکی از طرفین ارتباطی وجود دارد. به عبارت دیگر برای برقراری رابطه سالم با هم نوعان خود نیازمند تدوین قوانین ارتباطی فی مابین هستیم . حتی اگر یک دوستی ساده با کسی برقرار می کنیم باید از همان ابتدا

مشکلات و محدودیت ها و شرایط خاص و مقررات این دوستی را بدون رودربایستی مطرح کنیم و از طرف مقابل بخواهیم که تمام این مقررات را مو به مو رعایت کند تا دوستی بین ما به خطر نیفتد. بسیاری از افراد در ابتدای برقراری یک رابطه با هم نوع خود نوعی ترس و واهمه دارند که مبادا مطلب یا نکته نادرستی بگویند و یا مرتکب شوند تا دوستی آنها به هم بخورد.

این اضطراب موجب می شود که از ترسیم خطوط مرزی این رابطه نیز صرفه کنند و متاسفانه در آینده به دلیل نامشخص بودن قوانین حاکم بر روابط خود با طرف مقابل دچار مشکل شوند.

این مساله در مورد ازدواج بین دو نفر هم صادق است. یعنی دو طرف قبل از ازدواج باید تمام موانع و محدودیت ها و خواسته های خود را به صورت شفاف و صریح عنوان کنند و حتی اگر روی یک یا چند مورد از شروط حساسیت های ویژه ای دارند لازم است این شروط را در ذیل عقد نامه بنویسند تا طرف مقابل همیشه ملزم به رعایت آنها باشد. دقیقا مثل عقد یک قرارداد تجاری که طی آن طرفین معامله باید ضوابط و شرایط تبادل کالا یا خدمات و مرجع نظارت بر حسن اجرای معامله و داور حاکم بر اختلافات فی مابین را تعیین کنند.

وقتی چارچوب یک رابطه از بدو ایجاد؛ چنین محکم و قانونی چیده شود احتمال به مخاطره افتادن نظام آن بسیار نادر است.

فراموش نکنیم که روابط غیر قانونی فقط مختص جوامع حیوانی و جنگل است ... یعنی اگر کسی از قانونگذاری برای یک رابطه خوشنود نیست مسلما در پی ایجاد رابطه در شرایط بی قانونی و هرج و مرج است تا به راحتی هر عمل خلافی را مرتکب شود و به هیچکس پاسخگو نباشد.

به عکس آن دسته از افرادی که رابطه با انسانها را ضابطه مند و قانونی می پندارند و خواهان شناخت چارچوب های حاکم بر روابط خود با دیگران هستند اثبات می کنند که به حقوق خود و طرف مقابل خود پایبند هستند و به آن احترام می گذارند.

اغلب اختلافات زناشویی در جامعه ما ناشی از نادیده گرفتن همین نکته ظریف است که در ابتدای ارتباط یکی از طرفین و یا هر دو نفر آنها از تعیین ضوابط و مقررات شانه خالی کرده اند و بدون هیچ دلیل خاصی به طرف مقابل خود اعتماد نموده اند... بعد از سالها وقتی خلاف تصورات اولیه خود را در زندگی زناشویی مشاهده کرده اند دچار پریشانی و سردرگمی شده اند.

افرادی که بی جهت به کسی اعتماد نمی کنند و قاطعانه خواسته ها و شرایط خود را برای برقراری یک رابطه اعلام می کنند نشان می دهند که برای خودشان و خواسته های خود احترام قائلند.

پس نتیجه می گیریم که در ابتدای برقراری هر نوع رابطه انسانی اعم از یک معامله تجاری یا یک دوستی ساده و یا حتی یک زندگی زناشویی باید حتما چارچوب ها؛ اصول؛ ضوابط؛ قوانین و مقررات و کلا باید ها و نبایدهایی که ممکن است دوام رابطه را به خطر بیندازد؛ مشخص شود و طرفین رابطه تعهد کنند که همواره ملزم به اجرای تعهدات خود هستند و در صورت تخطی از مقررات مجازاتی که از سوی داور عادل اتخاذ شود را می پذیرند.

از تعریفی که در مورد ارتباط کردیم؛ همچنین می توان نتیجه گرفت:

ثانیا - ارتباط داشتن انسانها تنها به مفهوم نزدیک شدن آنها به یکدیگر نیست. حتی اگر انسانها به هم وصل شوند نیز ارتباطی میان آنها برقرار نشده است. باید نوعی پیوند و تبادل ویژگی میان انسانها صورت گیرد تا بتوان گفت آنها با هم ارتباط دارند. این نکته بدان معناست که دوستی بین دو نفر مستلزم توجه به افکار و عقاید یکدیگر و تبادل تجارب میان آنهاست. همسرانی که کمتر با شریک زندگی خود تبادل نظر می کنند موفق نیستند.

رابطه سالم منوط به میزان شناخت و تعامل طرفین از همدیگر است. جامعه شناسان معتقدند رابطه انسانها باید تعاملی پویا باشد... تعامل یعنی هر نوع کنش که باز خورد آن قابل مشاهده و ارزیابی باشد. اعمالی که عکس العملی آنها نیز مورد بررسی قرار گیرد... مثل رفت و آمد؛ زد و خورد؛ گفت و گو با این تعریف می توان گفت که ارتباط نوعی تعامل است. یعنی در هر ارتباط شما کاری انجام می دهید و بازخورد آن را دریافت می کنید. اگر احساس و یا افکار خود را به دیگری منتقل می کنید بلافاصله احساس و افکار بازخوردی آن را پس می گیرید. نکته مهم اینجاست که به لحاظ تعاملی بودن ماهیت ارتباطات انسانی؛ شما باید رفتاری را مرتکب شوید که از بازخورد آن خرسند باشید... گفتاری را به زبان آورید که از شنیدن پاسخ آن لذت ببرید.

اما پویایی ارتباط یعنی قابلیت تغییر مستمر آن. به عبارت دیگر در برقراری رابطه با دیگران باید بطور مداوم شیوه های رفتاری خود را تغییر دهیم... البته تغییر مثبت! به اصطلاح دیگر رابطه ای سالم باقی خواهد ماند که طرفین آن در جهت بهبود و تحکیم هرچه بیشتر آن تلاش کنند و به شرایط موجود بسنده نکنند و خواهان تعالی این ارتباط باشند. نتیجه آنکه رابطه انسانها باید دینامیک و سینرژیک باشد.

رابطه دینامیک یعنی کنش های فعال و تعاملی که در آن باید هر کدام از طرفین تلاش کنند تا رفتار خود را با بازخورد آن بسنجند. بنابر این اعمالی را مرتکب شوند که از عکس العمل آن ناراحت نشوند و اما رابطه سینرژیک یعنی کنش های روبه بهبود و متعالی که در آن هر کدام از طرفین باید تلاش کند تا روز به روز رابطه بهتر و مستحکمتر از دیروز با مخاطب خود داشته باشد. سینرژیک بودن یعنی بالندگی و تکامل روز افزون.

از تعریف ارتباط همچنین می توان نتیجه گرفت:

ثالثا - تبادل ویژگی و پیوند به معنای هضم شدن یک طرف در دیگری و یا از یاد بردن خصوصیات؛ افکار؛ عقاید؛ ارزشها؛ هنجارها؛ فرهنگها و سایر ویژگی های هیچیک از طرفین نیست. ارتباط واقعی فقط تبادل ویژگی ها ضمن حفظ خصوصیات اولیه هر فرد با دیگری است. یعنی نباید یکی از طرفین ارتباط احساس سلطه گری و دیگری احساس سلطه پذیری داشته باشد. باید هر دو نفر ضمن تبادل ویژگی ها با هم از اصل و ماهیت قبلی خود فاصله نگیرند با یک شدت و قدرت به تعامل باهم بپردازند.

ارتباط میان انسانها عرصه مبارزه و همورد نیست ولی طرفین یک ارتباط باید توان یکسانی در تعامل و تبادل داشته باشند.

اگر در طول دوران ارتباط با یک نفر همواره شما در حال تبادل ویژگی‌ها باشید و طرف مقابلتان هیچ اقدام جدی برای تبادل ویژگی‌ها با شما نکند و یا شدت تبادل ویژگی از سوی او کمتر از شما باشد؛ در واقع نسبت تعامل میان بین شما به هم خورده است و تداوم این معضل می‌تواند اساس رابطه تعاملی بین شما را بر هم ریزد.

همینطور اگر در یک رابطه فقط شما برای تعالی و پویایی رابطه بکوشید و طرف مقابل تلاش جدی برای پویایی رابطه با شما به خرج ندهد مسلماً ویژگی پویایی رابطه بین شما دو نفر در حال از بین رفتن است و دیگر نمی‌توان به آن یک رابطه سینرژیک گفت.

آنها که رابطه زناشویی را به منزله میدان نبرد می‌نگرند و تبادل و تعامل را به مفهوم تخاصم و تهاجم تعبیر می‌کنند خیلی زود خسته می‌شوند و ناامید به گوشه‌ای می‌نشینند و خود را شکست خورده می‌پندارند و ناخواسته اسیر سلطه طرف مقابل می‌شوند و از آنچه که قبلاً بودند هم کمتر می‌شوند.

ولی آنها که رابطه زناشویی را مجالی برای آمیختن و تعالی اندیشه می‌دانند هیچگاه احساس خستگی و شکست نمی‌کنند و روز به روز بر شوق تعامل و پویایی آنها افزوده می‌شود. چرا که پردازش را به معنای پیروزی و دریافت را به معنای شکست نمی‌بینند. آنچه انجام می‌دهند برای بالندگی است و آنچه باز خورد می‌گیرند مزد تبادل با طرف مقابل است.

به عبارت ساده تر احساس هضم شدن و کوتاه آمدن در قبال آنچه که تصور می‌کنید حق شماست رفتار درستی نیست شما باید ضمن محترم شمردن حریم رابطه متعالی با طرف مقابلتان؛ از خواسته‌های خود دفاع کنید و برای دستیابی به آنها پویایی بیشتری به خرج دهید.

تاریخچه ارتباطات انسانی (نقش نیاز در برقراری ارتباط)

برای اینکه ارتباط را طبقه بندی و تحلیل کنیم ناگزیریم نگاهی به تاریخچه برقراری ارتباط میان انسانها داشته باشیم و به مرور زمان به ارزیابی فراز و نشیب ارتباطات انسانی بپردازیم

هنوز مدرک علمی و قابل استنادی یافت نشده است که نشان دهد نخستین ارتباط انسان با همنوع خود چه زمانی و در کدام مکان و با چه فرآیندی برقرار شده است ولی براساس برخی مستندات تاریخی احتمالاً انسان غار نشین اولیه هنگامی که برای برطرف کردن نیازهای روزمره خود با مشکل روبرو شد و به تنهایی نتوانست آنها را برطرف کند ناگزیر از همنوع خود کمک گرفت تا با همکاری یکدیگر نیازهای مشترک را برطرف کنند. مثلاً از آنجا که به شکار رفتن و تهیه غذا یا نگهداری و حراست از غار محل سکونت برای انسان بطور توانمند امکان پذیر نبود قرار شد که یکی به شکار برود و دیگری در غار بماند و از آن حراست کند.

این شاید ساده ترین مدل ارتباط اولیه انسانهاست. یا مثلاً قرار شد که یکی آتش درست کند و دیگری غذا را تهیه کند. در واقع انسانهای اولیه دریافته‌اند که می‌توانند با همکاری یکدیگر نیازهای مشترک خود را برطرف کنند.

نخستین نتیجه ای که از این قسمت میگیریم آن است که اساسا هیچ ارتباطی بدون نیاز برقرار نمی شود و علت برقراری تمام ارتباطات نوعی نیاز طرفین ارتباطی به یکدیگر است. همین نتیجه علمی را میخوایم در زندگی روزمره خودمان نیز تجربه کنیم

میخواهم بگویم که اگر کسی را دوست داریم و میخواهیم با او ارتباط داشته باشیم به دلیل نیاز ما به او است . نیازی که خود آگاهانه و یا ناخود آگاهانه ما را به سوی پاسخگوی آن می کشاند ؛ حتی شاید این نیاز کاملا مشهود و ملموس نباشد ولی به هر حال وجود دارد . باور این نیازمندی زیبا ترین قسمت ارتباطات انسانی است و عدم توجه به آن موجب فروپاشی روابط خواهد شد.

به عبارت ساده تر در هر ارتباطی ما به دنبال یافتن پاسخ نیاز درونی خود هستیم . اگر این پاسخ را دریابیم به آرامش خواهیم رسید و به رابطه خودمان با آن منبع رفع نیاز ادامه می دهیم ولی اگر به پاسخ نیاز خود دست نیابیم سرگشته و حیران بر میزان نیازمندی ما افزوده خواهد شد.

ممکن است بپرسید آیا وقتی ما با یک نفر ارتباط برقرار کرده و به او کمک میکنیم ؛ به او نیازمندیم ؟

آیا وقتی در خیابان به یک مستمندی برخورد میکنیم و به او کمک میکنیم و در واقع برای لحظه ای کوتاه با او ارتباط برقرار میکنیم به معنای نیازمندی خود ماست؟

در پاسخ میگویم بله کمک کردن به یک گدا قبل از اینکه رفع نیاز مادی او باشد رفع نیاز روحی ماست ... ما به فقرا کمک میکنیم چون معتقدیم چنین کاری نزد پروردگار مطلوب و با ارزش است و از آنجا که نیاز داریم خودمان را مطلوب نظر پروردگار قرار دهیم پس دنبال راهی برای برطرف کردن این نیاز میگردیم .

هرگاه نیاز را از فلسفه وجودی یک ارتباط بگیریم بطور قطع آن ارتباط از بین خواهد رفت افرادی در برقراری یک ارتباط با هم نوع خود موفق تر هستند که به این مساله واقفند و نیاز خود را به درستی می شناسند و ایمان دارند که نیاز آنها تنها توسط فرد مورد نظرشان پاسخ گفته خواهد شد.

هرگونه بی نیازی اعم از بی نیازی منبعت از غرور و خود خواهی و یا بی نیازی منتج از پاسخ گرفتن و سیراب شدن و رفع اصل نیازمندی میتواند اصل رابطه مندی را به خطر اندازد.

به عنوان مثال افرادی که بیشترین نیاز را به خدا دارند بهترین ارتباط را با او برقرار می کنند مومنین واقعی افرادی هستند که از فرط نیاز به خدا هنگام ارتباط با او به التماس و زاری می افتند و در درگاه خدا نالان و گریان خواهان توجه و مرحمت او هستند..... برعکس افرادی که پرده های کبر و غرور و خودپسندی مانع از درک نیازمندی آنها شده رابطه خود را با خدا کمتر و کمتر می کنند چون اساسا خود را بی نیاز از این ارتباط می دانند.

در روابط دوستانه هم هرگاه دو نفر خود را نیازمند یکدیگر حس کنند به دوستی با هم ادامه می دهند زندگی زناشویی نیز از همین قانون تبعیت می کند هرگاه همسران بر نیاز خود به دیگری واقف باشند و بخوبی ریشه های این نیاز را درک کنند هیچگاه راضی نخواهند شد رفتاری انجام دهند که جریان ارتباطی با پاسخگوی نیاز خود را قطع کنند عمده افرادی که با همسر خود مشکل دارند از درک نیاز خود به طرف مقابل و یا نیاز طرف مقابل به خود غافلند.... وقتی پای صحبت افرادی که از همسر خود جدا شده اند بنشینید حتما این جمله را خواهید شنید که من تصور می کردم جای خالی همسر را می توانم با فلان

جایگزین؛ پر کنم. اما وقتی او را از دست دادم فهمیدم که جای خالی او را با هیچ چیز نمی توانم پر کنم.... یعنی گروهی از مردم از آنجا که به خوبی نیاز خود را نمی شناسند.... شخص یا فاکتور بر طرف کننده نیاز را هم نمی شناسند.... بنابر این به بیراهه می روند و دنبال پاسخ گفتن به نیاز خود در محل دیگری هستند هنگامی که پاسخگوی واقعی را از دست می دهند تازه می فهمند که نیاز واقعی آنها چه بوده و پاسخگوی واقعی چه کسی بوده است.

درک نیازمندی در ما هرگز به معنای عجز و حقارت نیست.... بلکه نمایانگر اوج بالندگی فکری ماست که خواهان کمک گرفتن از هم نوع خود و کمک رساندن به او هستیم.

اما نکته اینجاست که پیش از برقراری هر رابطه ابتدا باید نیازمان به برقراری آن رابطه را بخوبی درک کنیم و بسنجیم که آیا طرف مقابل ما توان رفع این نیاز را دارد یا خیر؟

پس دو مرحله پیش از برقراری رابطه واجب است:

اول - شناخت نیاز واقعی

دوم - شناخت پاسخگوی واقعی

نیاز های ارتباطی جزو ابتدایی ترین اصول رابطه مندی هستند و همانطور که در بالا گفته شد ریشه در تاریخ ارتباطات انسانی دارند

تاریخچه ارتباطات انسانی (روابط حرکتی)

در قسمت قبل عرض کردم که احتمالاً اولین مرتبه انسانهای اولیه برای رفع نیاز خود ناچار شدند که با هم نوعان خود رابطه برقرار کنند؛ اما به درستی هنوز نحوه برقراری این رابطه میان انسانهای اولیه بر کسی روشن نیست

گروهی معتقدند انسانهای اولیه برای اینکه منظور خود را به انسانهای دیگر منتقل کنند راهی نداشتند جز آنکه با انجام حرکات اعضای مختلف بدن به نوعی مفاهیم ذهنی خود را نمایان کنند و در طرف مقابل تاثیر ایجاد نمایند..... مثلاً ابتدا انسان یک دست یا یک پای خود را تکان داد و همین حرکت ناگهانی موجب جلب توجه انسان دیگری شد تا مفهوم مورد نظر وی را درک کند.... رفته رفته این روش به یک مکانیزم انتقال مفهوم بین انسانهای اولیه تبدیل شد و انسانهای اولیه در زمانی که هنوز خط و زبان اختراع نشده بود با حرکات دست و پا با هم رابطه برقرار می کردند.

این متد در زمان خود یکی از کارآمد ترین روشهای انتقال مفهوم بین دو نفر بوده است که به دوره ((ارتباطات حرکتی)) مشهور است. انسان اولیه ناچار بود با حرکات دست و پا با هم نوع خود رابطه برقرار کند چون غیر از این روش؛ راه دیگری را نمی شناخت. ولی بعدها که شیوه های بهتری برای ایجاد رابطه بین انسانها ایجاد شد استفاده از روشهای حرکتی کاربرد خود را از دست داد و حتی تا حدودی ناپسند جلوه کرد.

تصور بفرمایید در زمان حال که روشهای مختلفی برای ارتباط انسانها با یکدیگر ایجاد شده استفاده از روشهای حرکتی تا چه اندازه نامطلوب و غیر اجتماعی است.

افرادی که هنگام صحبت کردن بسیار تکان می‌خورند و یا دستهای خود را بسیار حرکت می‌دهند اگرچه دارای مشکلات خاص روحی هستند که در جای دیگری به آن خواهیم پرداخت ولی بیش از این نقیصه؛ باید بپذیریم که این افراد روشهای بهتر و تاثیر گذارتر از ارتباطات حرکتی را نمی‌شناسند.

گروهی معتقدند درگیری های فیزیکی و کتک کاری میان انسانها درواقع استفاده از شیوه ارتباطات حرکتی برای انتقال مفهوم خشم و نفرت است و افرادی که برای بروز خشم و نفرت فقط به کتک کاری متوسل می‌شوند؛ دانش ارتباطی در حد یک انسان اولیه دارند و آگاهی های ارتباطی آنها از حد انسانهای اولیه فراتر نیست.

فراموش نکنیم که ارتباطات حرکتی شاید موجب انتقال سریع مفهوم بین دو انسان باشد ولی هرگز اثری ماندگار ندارد.

پدري که در خانواده برای انتقال مفهوم قدرت و مدیریت بر امور؛ فرزند خود را تنبیه بدنی می‌کند و یا همسر خود را مورد ضرب و شتم قرار می‌دهد؛ به جز آنکه مشکلات روحی خود را نمایان می‌سازد اثر ماندگاری مفهوم مورد نظرش را در مخاطب به مرور زمان می‌کاهد. به عبارت ساده تر شاید در یک دوره کوتاه مدت فرزندان به سبب ترس از کتک خوردن؛ از والدین خود تبعیت کنند و به حرف آنها گوش دهند و والدین هم تصور کنند که فرزندان را ادب کرده و بر آنها مدیریت کرده اند؛ اما به مرور زمان خیلی سریع تر از آنچه والدین تصور کنند احساس درد ناشی از تنبیه بدنی از بین می‌رود و فرزندان به دلیل آنکه برای عدم انجام رفتار ناشایست خود توجیه نشده اند؛ ممکن است مجددا مرتکب همان رفتار ناشایست قبلی شوند؛ یا دستکم تا زمانی که شدت تنبیه بدنی را حس می‌کنند از ارتکاب مجدد رفتار ناشایست خود ممانعت خواهند کرد ولی به محض آنکه به این شیوه عادت کنند کمتر احساس درد خواهند کرد و خیلی راحت مجددا سرغ همان رفتاری خواهند رفت که قبلا بخاطر ارتکاب آنها کتک خورده اند.

پس نتیجه می‌گیریم که ارتباطات حرکتی مفاهیم را بصورت ماندگار به مخاطب منتقل نمی‌کنند و خیلی سریع از یاد خواهند رفت.

تاریخچه ارتباطات انسانی (روابط صوتی)

در قسمت قبلی تا اینجا پیش رفتیم که ارتباطات حرکتی یکی از ابتدایی ترین اشکال ارتباط میان انسانهاست که به دلیل ناپایداری تاثیر انتقال معنی ممکن است موجب کاهش سطح روابط انسانی شود با این حال بد نیست که بدانید همین شیوه ابتدایی در برخی از ارتباطات انسانی بهترین مکانیزم پاسخ به نیاز مخاطب است و اگر چه تاثیر آن مقطعی است ولی به لحاظ شدت تاثیر گذاری موجب برقراری سریع ارتباط میان افراد می‌شود

برخی تحقیقات روانی نشان می‌دهد که انسانها در هنگام بالا رفتن درجه افسردگی و یا هنگام سوگ علاوه بر نیاز به همدردی و مشاوره نیازمند نوازش نزدیکان و احساس آنها هستند.

مادری که در سوگ کودک خود ماتم دارد بیش از یک مشاوره گفتاری به لمس حرکتی دستان سایر کودکان خود و نیز احساس وجود همسرش نیازمند است تا باور کند در این ماتم بزرگ هنوز هم ذخایر گرانبهایی برای عشق ورزی و محبت در کنار او وجود دارد.

همینطور جوانی که به دلایل مختلف شرایط ادامه حیات را برای خودش غیر مقدور می‌داند و تصمیم به خودکشی گرفته است ... احتمالاً با احساس گرمای شانه‌های والدین و نزدیکان خود از تصمیم اشتباهی که گرفته است منصرف خواهد شد و باور می‌کند که هنوز هم پشتیبان و همدرد دارد. منظورم این است که گاهی اوقات همین ارتباط حرکتی و بدون کلام دو نفر با هم که اثری کوتاه مدت و مقطعی دارد چنان نافذ و عمیق تاثیر می‌گذارد که در کوتاه مدت تمام نیازهای ارتباطی طرفین را برطرف می‌کند.

امروزه در برخی از متد پزشکی و روانپزشکی تاثیر لمس درمانی در کاهش شدت احساس درد به اثبات رسیده است. در بسیاری از کشور های اروپایی هنگامی که زمان زایمان خانم‌ها فرا می‌رسد از همسران آنها دعوت می‌شود تا در اتاق زایمان با لمس دستان همسر خود به او در تحمل درد زایمان کمک کنند. البته این مکانیزم دلایل اجتماعی دیگری نیز دارد که چندان مرتبط با بحث ما نیست. اضافه می‌کنم که لمس درمانی و احساس لمس تنها نوعی از روابط حرکتی میان انسانهاست و این نوع ارتباط انواع بسیاری با کارکرد های مختلف دارد.

در کشور ما هم فردی که با قرار دادن دست خود روی سینه و خم شدن به جلو نسبت به دوست خود ادای احترام می‌کند ... صمیمیت و گرمی خود را به نمایش می‌گذارد. یا وقتی هنگام خداحافظی با یک دوست دستان خود را با حرکتی آرام به چپ و راست برای او تکان می‌دهیم و به اصطلاح بای بای میکنیم در واقع با استفاده از مکانیزم ارتباط حرکتی مفهوم صمیمیت را به مخاطب منتقل می‌کنیم. پس همانطور که دیدید ارتباط حرکتی هم می‌تواند مانع تداوم رابطه انسانها شود و هم قادر است در کوتاه مدت موجب استحکام روابط شود مشروط بر آنکه کاربر آن زمان و نوع بکارگیری از این شیوه را بدانند.

برگردیم به مرور تاریخی فرآیند ارتباط میان انسانها

انسان اولیه رفته رفته به این نتیجه رسید که قادر است از سایر توانایی های خود در برقراری ارتباط با هم نوع استفاده ببرد ... به عنوان مثال به تدریج در یافتن از حنجره خود به واسطه عبور باد و تکان دادن تارهای صوتی میتواند اصواتی ایجاد کند که نظر طرف مقابل را به خود جلب میکند ... انسان اولیه اصوات مختلفه را از حنجره خود بیرون آورد و با هم نوع خود قرار گذاشت که هر وقت از من صدای ((آ)) شنیدی یعنی فلان کار را انجام بده و هر وقت صدای ((ف)) شنیدی یعنی فلان مفهوم ...

این مکانیزم توان ارتباطی انسان با هم نوع خود را افزایش داد و به او قدرت داد تا اگر هم نوع او در صورتش نگاه نمی‌کند با بلند کردن صدا و داد زدن توجه او را به خود جلب کند تا به او نگاه کند ... برخی از افراد با گذشت میلیونها سال از این کشف ابتدایی هنوز از این روش برای انتقال مفاهیم و منظور خود به دیگری استفاده می‌برند ... مردانی که بلند بلند در اتوبوس صحبت میکنند و زنانی که بسیار بی پروا بلند

بلند می‌خندند تصور میکنند نوعی از ارتباط صمیمی و شجاعانه منبعث از اعتماد به نفس ارتباطی را به اجرا گذاشته اند در حالیکه علوم نوین ثابت میکند افرادی که بلند بلند صحبت میکنند و یا بسیار زیاد حرف می‌زنند معمولا در صدد اختفای برخی از کاستیهای رفتاری و شخصیتی خود هستند

همینطور افرادی که فریاد زدن را بهترین روش تخلیه عصبانیت و یا مطیع سازی مخاطب می‌دانند در حقیقت از کاستیهای عدیده ای در شخصیت مدیریتی خود رنج می‌برند ... مردان و زنان بسیاری را میشناسم که هنگام مباحثه و مجادله آهسته آهسته بدون آنکه متوجه رفتار خود باشند طنین آوایی آنان بالا می‌رود و چیزی نمی‌گذرد که به جای بحث بایکدیگر و اثبات نظر خود سر طرفه مقابل داد می‌زنند و می‌خواهند از مکانیزم رعب و ترس بر طرفه مقابل مدیریت کنند و او را به فرمانبرداری توأم با ترس و لرز وادارند

این قبیل افراد هم هنوز در مراحل نخستین شیوه های ارتباطی مانده اند و بلد نیستند که چگونه ارتباط موثری با مخاطب برقرار کنند ... زنانی که با تهدید سر همسران خود جیغ می‌کشند و مردانی که با شدت هرچه تمام سر همسر خود داد می‌زنند جزو این افراد نابه‌هنجار هستند و درست بر عکس آنها که در کمال عصبانیت و شادی کنترل طنین آوایی خود را در دست دارند ... مدیران موفقی هستند که در پی بکارگیری شیوه های نوین تر و منطقی تر برای ارتباط با مخاطب هستند

به این شیوه از ارتباط که کمی از روش حرکتی پیشرفته تر است ولی بسیار ابتدایی است شیوه ارتباط صوتی می‌گویند

اینک فرصت داری تا به اطراف خودت خوب نگاه کنی و ببینی چه نمونه هایی از این افراد را می‌بینی و چرا آنها اصرار به ادامه ارتباط از این روش ابتدایی دارند

خانمی می‌گفت شوهرش در خانه نسبت به هر کاری عصبانی و پر خاشجوست و دائما سر یک موضوع جزئی مکافات به پا می‌کند و داد و فریاد راه می‌اندازد

گفتم این بار که شوهرت سر تو داد زد آرام و بدون اضطراب آنقدر در چشمان او نگاه کن تا خسته شود و صدایش را پایین بیاورد ... یا حتی می‌توانی برای فرصتی کوتاه به اتاق دیگر بروی و یا از خانه خارج شوی و خلاصه به داد زدنهای شوهرت توجه نکنی تا بفهمد این شیوه جلب توجه و مطیع سازی و مدیریت صحیحی نیست

ارتباط صوتی گاهی چنان اثر مثبتی از خود برجا می‌گذارد که قابل قیاس با هیچ شیوه ای نیست ... مردانی که همسران خود را به نام کوچک و صمیمی و همراه با یک لقب زیبا و عاطفی ... به آرامی صدا میکنند ... در واقع آرامش را به همسران خود هدیه میکنند ...

همینطور دوستانی که همدیگر را به آرامی و با القاب محترمانه خطاب می‌کنند به تداوم دوستی سالم خود کمک می‌کنند

برای تاریخ ارتباطات انسانی دوره های دیگری نیز تعریف شده که در آنها انسان به ثبت علائم ارتباطی خود در روی سنگ ، چوب ، کاغذ و ... روی آورد و ارتباطات ثبتي و نقشی را ایجاد کرد . دوره های دیگری نیز دوره ارتباطات مدرن شناخته شده که انسانها از وسایل مدرن ارتباط جمعی (تلفن، فاکس ، کامپیوتر و...)

برای ایجاد رابطه با همنوعان خود کمک گرفته اند. البته در مورد تاثیر این وسایل بر ارتباط بیشتر و سالم تر انسانها با یکدیگر در آینده گفتگو خواهیم کرد.

تاریخچه ارتباطات انسانی (روابط صوتی - حرکتی)

انسان نخستین به مرور فرا گرفت که قادر است از تلفیق توانمندی ها و استعداد های مختلف خود به نیروهای جدید ارتباطی دست یابد .

یعنی میتواند از ادغام توانایی های حرکتی با استعدادهای صوتی به مکانیزمهای ارتباطی مشتمل بر صوت و حرکت دستیابی پیدا کند . این پایه اختراع گویشهای اولیه میان ملل باستان است ... جایی که انسان آموخت برای پاسخ منفی دادن به یک سؤال لازم است هم از صدای ((ن)) و ((ه)) یعنی ((نه)) استفاده کند و هم سر و کله خود را به سمت عقب و بالا حرکت دهد ... درست همان کاری که ما امروزه برای نفی کردن یک امر بکار می بریم

از این دوره به بعد شاهد ترکیب اصوات باهم و اختراع کلمات با معنی در میان اقوام انسانی هستیم ... یعنی انسان آموخت اگر ((ع)) و ((ش)) و ((ق)) را در کنار هم قرار دهد معنی جدیدی با صدای ((عشق)) ایجاد میکند که نمونه عینی آن در طبیعت نیست و نمیتوان آن را به تصویر کشید ...

در همین دوره انسان بسیاری از وقایع و رویدادهای اطراف خود را که قابل مشاهده و لمس کردن بود با زغال یا رنگ روی دیوار غارها میکشید تا مفاهیم مورد نظرش را به انسانهای دیگر منتقل و با آنها ارتباط برقرار کند .

قدیمی ترین پاپیروسها (ورقه هایی از جنس برگ درختان که انسان نخستین روی آنها نقاشی میکرد) کشف شده متعلق به همین دوره است و نشان میدهد که از این پس انسان در صدد ارتباط با آینده خود است ...

تا این زمان انسان فقط قادر بود با افرادی که در دوره خودش زندگی میکنند ارتباط برقرار کند ولی اختراع سنگ نوشته ها و تجسم واقعیات پیرامون بر روی برگ درختان به او اجازه داد که با دنیای آینده خود نیز ارتباط برقرار کند و اخبار زمان خود را به آیندگان منتقل سازد

در موزه ایران باستان سنگ نوشته ای به خط باستان وجود دارد که ترجمه امروزی آن اگر اشتباه نکنم بدین شرح است : چند کارگر برای کار در کارگاه استخدام شد با مزد کیسه گندم

از خواندن این متن میتوان نتیجه گرفت که نگارنده این متن چند کارگر را برای ساختن معبد بزرگ استخدام کرده است و به آنها مزد پرداخته است و دهها مطلب دیگر یعنی مفاهیم وسیعی از مدنیت ابتدایی و حقوق کارگر به جامعه امروز منتقل میشود

همین فرآیند به انسان شوق نگارش بخشید و او توانست با قرار دادن اشکال مختلف در کنار یکدیگر و رسم تصویر آنها بر دیوارها و پاپیروسها خط را اختراع کند که به حق شکل مدرنی از ارتباط میان انسانهاست ... این مراحل را به ترتیب دوران ارتباطات صوتی - حرکتی و دوران ارتباطات تصویری و دوران ارتباطات خطی میگویند

امروزه بسیاری از ما معانی و مفاهیم ذهنی خود را با استفاده از این مکانیزم ها به یکدیگر منتقل میکنیم ... دوستان صمیمی و زن و شوهر هایی که گاهی از اوقات برای هم نامه مینویسند و میزان عشق و علاقه به یکدیگر را اینگونه بیان میکنند در ارتباطات خود موفق ترند ... حتی گاهی لازم است برای بیان اختلافات دوستانه و یا مشکلات زناشویی و کدورت های میان یکدیگر بجای رودر رو شدن با هم برای یکدیگر نامه بنویسیم ... جالب است که بدانید یکی از روشهای مشاوره خانوادگی که معمولا در اختلافات همسران از آن استفاده میکنیم همین مورد است ...

یکی از دوستانم با همسرش اختلاف داشت ... اول سعی کردم حرفه هریک را جداگانه گوش کنم و به دیگری منتقل کنم ولی فایده ای نداشت ... به ناچار هریک از آنها را به اتاقی بردم و از آنها خواستم خوبجا و بدیهای طرف مقابل را به ترتیب روی یک تکه کاغذ بنویسد ... بعد نامه ها را با هم عوض کردم و از هر کدام خواستم با دقت بخوانند ... باور نمیکنید ... شوهر میگفت که من تاکنون نمیدانستم زنم اینگونه من را دوست دارد ... همسرش هم میگفت برای من جالب است که شوهرم تا این حد به من توجه داشته است و من از آن بی خبر بوده ام

این مثال ساده نشان میدهد که ارتباطات خطی اثری عمیق تر و طولانی تر بر افراد میگذارد و به همین لحاظ شکل قوام یافته تری نسبت به روشهای حرکتی و یا صوتی است .

مردان و زنانی که از این مکانیزم برای ارتباط با همسران خود استفاده میکنند یا دوستانی که در ارتباطات با هم گاهی به سراغ شیوه های خطی و تصویری می روند به واقع اهمیت فوق العاده ای برای ارتباط با طرف مقابل قائلند که میخواهند اثر آن به آینده نیز سرایت کند ... یعنی وقتی شوهری برای همسرش نامه میدهد و به او مینویسد که چقدر دوستش دارد ... در واقع عشق خود را در یک محور زمانی گذشته تا آینده به تصویر میکشد و همین مساله به طرف مقابل فرصت میدهد تا نسبت به خطاها - کاستیها - کمبودها و غیره چشم پوشی پیدا کند به همین صورت وقتی یک نفر برای دوست خود نامه ای می نویسد و یا تصویری نقاشی می کند به او فرصت می دهد تا با تعمق بیشتر به حرف ها و افکار او توجه کند.

اتفاقا بد نیست ما گلایه های خود از دوستان و یا همسرانمان را نیز کتبی به آنها بدهیم . چرا که فرصت مطالعه در زمان مناسب را خواهند داشت و قادر خواهند بود جوابی مناسب در زمانی کافی به آن بدهند البته مکانیزم ارتباطات خطی و تصویری همیشه موفق نیست و باید در کاربرد آن وسواس جدی داشت . یعنی نباید انتظار داشت در یک مجادله زناشویی با استفاده از این روش صلح و سازش بر پا کرد ارتباطات خطی به لحاظ روانشناسی روی مخاطبینی تاثیر گذار است که غالبا در پی کشف متد جدید ارتباط با مخاطب هستند ...

با این حال می خواهم توجه شما را به این نکته جلب کنم که شما نیز جزو گروهی از دوستان متعالی هستید که در ارتباط با دوستان خود از شیوه ارتباطات خطی (آن هم به شکل الکترونیکی) استفاده می کنید .

تراز ارتباطی

اگر پذیرفته اید که عامل اصلی ایجاد ارتباط میان انسانها نیازمندی هریک به کمک دیگری است باید بدانید که بهترین نوع ارتباط هنگامی برقرار می شود که دو طرف به برقراری آن نیازمند باشند.

هرگاه یکی از طرفین کمتر از دیگری نیازمند برقراری ارتباط باشد این خطر وجود دارد که زودتر نیازش برطرف شود و از ادامه ارتباط منصرف شود.

شخصی نزد من آمد و در خلال بیان مشکلات زندگی اش که تعداد آنها زیاد بود به این نکته اشاره کرد که در میزان ارتباط خانوادگی با همسرش مشکل دارد.... به این مفهوم که همسرش از خانواده کم جمعیتی است و نیاز او به دیدار افراد خانواده اش با یکبار رفت و آمد در طول ماه برطرف می شود ولی برعکس همین آقا از خانواده پرجمعیتی بود که اگر فقط ماهی یکبار میخواست خواهران و برادران خودش را ببیند باید حداقل ۴ روزی یکبار به یکی از خواهران و یا برادران سر میزد. در حالی که همسرش از رفت و آمد در چنین مقیاسی ناراحت بود

به او گفتم برادر من مشکل شما در تراز نیاز ارتباطی با خانواده قبلی خودتان است. یعنی همسر شما برای دید و بازدید خانوادگی بی نیاز تر از شماست ولی شما به دلیل گستردگی خانواده قبلی نیازمند تر هستید و همین عدم برابری و عدم تراز موجب اختلاف میان شما شده است

از گفتار این بخش نتیجه می گیریم که در برقراری ارتباط سالم با انسانها :

اولا - باید نیاز به برقراری ارتباط میان انسانها دو طرفه باشد (دوستان خوبم .. عشق یک طرفه محکوم به شکست است!)

ثانیا - دو دوست باید دارای تراز نیاز ارتباطی با هم باشند. یعنی دوستی هایی که در آن یکی بیشتر به دیگری نیاز دارد و یا بیشتر طالب نزدیک شدن و ارتباط تنگاتنگ است ماندگار و پایا نیست. چراکه نفع غنی تر خیلی زود از دیگری دلزده می شود

خودشناسی برای ایجاد ارتباط

حدود ۵۰ سال قبل یک جامعه شناس آمریکایی به نام ((هارولد لاسول)) با بررسی نظریات متفکرین قبل از خود نظریه معتبری در علم ارتباطات ارائه کرد که دانش مذکور را وارد کانالی جدید کرد

لاسول گفت در فرایند ارتباط با یک نفر باید به پنج سؤال اساسی پاسخ بگوییم

اول آنکه من چه کسی هستم؟

دوم آنکه نیاز من چیست و چه می گویم؟

سوم آنکه به چه وسیله ای نیازم را مطرح می کنم و از کدام کانال ارتباط برقرار می کنم؟

چهارم آنکه دوست من کیست و نیازم را برای چه کسی مطرح می کنم؟

و پنجم آنکه حرف های من چه تاثیری در دوستم می گذارد؟

نخست سؤال اول

واقعا بسیاری از ما خودمان را بخوبی نمی شناسیم منظورم این نیست که نمی دانیم نام و نام خانوادگی ما چیست منظورم این است که با روحیات و خلیات واقعی خودمان نا آشناییم و یا به دلایل عدیده ای که در بحث های بعدی خواهم گفت به خودمان دروغ می گوئیم و سر خودمان را کلاه می گذاریم

مثلا من آدم احساسی و زود رنجی هستم ولی بعضی روزها سرخودم شیره می مالم و ادای آدمهای غیر احساسی و خشک را در می آورم هنوز چیزی نگذشته درک می کنم که قالب جدید مناسب من نیست و طاقت ضربه هایی را که در این قالب به خودم وارد می شود ندارم

این مشکل را در مورد بسیاری از افراد جامعه مشاهده می کنم گویی همه ما با خودمان غریبه ایم و خودمان را نمی شناسیم و یا اصرار داریم که برای لحظاتی هرچند اندک شخص دیگری باشیم که با خصوصیات واقعی ما کاملا بیگانه است دوستی به من مراجعه کرد و گفت که در زندگی زناشویی با همسرش دچار مشکلاتی شده و حالا فکر می کند که از روز اول به خودش دروغ گفته و همسر مورد علاقه او شخص دیگری با خصوصیات اخلاقی دیگری است او می گفت که اوایل سعی داشته خودش را با خصوصیات قالبی که برای خودش به عاریه درست کرد بود وفق بدهد اما رفته رفته متوجه شده که قالب و شخصیت جدید کاملا با او بیگانه و متضاد است و حالا تاب تحمل این قالب بیگانه را ندارد

به او گفتم تو از روز اول با خودت صادق نبوده ای نه اینکه آدم دروغگویی باشی ولی برای لحظه ای تصمیم گرفته ای چیزی باشی که هنوز آماده پذیرش شرایط آن را نداشته ای اکنون که کار از کار گذشته به خودت آمده ای و فهمیده ای که خود واقعی خودت کیست ؟ البته در این شرایط سرزنش کردن فرد خاطی مشکلی را حل نمی کند و شاید باعث افسردگی و سرشکستگی بیشتر هم بشود

راه حل این است که اگر زمان از دست نرفته و جای جبران اشتباه وجود دارد شجاعانه شکست را بپذیریم و از اشتباهات قبل پلای برای پیروزی آینده درست کنیم اما اگر زمان از دست رفته و بازگشت به خط استارت به منزله شکستی بزرگتر است ناچاریم شرایط را از دوسو تغییر دهیم یعنی از یکسو خودمان را برای وفاق با شرایط جدید آماده کنیم . و از سوی دیگر از مخاطب و دوست یا همسر خودمان بخواهیم که شرایط ناهمگن ما را درک کند و در ایجاد یک هارمونی و وفاق جدید به ما کمک کند

این پروسه ممکن است سالها به طول بینجامد ولی ارزش جلوگیری از شکست مجدد و ایجاد تلفات روحی و ضایعات خانوادگی را دارد

آنها که این شکست را درک می کنند ولی تلاشی برای جبران آن نمی کنند دوباره به خودشان دروغ می گویند و مجددا در تضاد با خود واقعی خودشان بر می خیزند آنکس که نداند که نداند در جهل مرکب ابد والاهر بماند

ما قادریم که صادقانه اشتباهات خودمان را برای مخاطبین خودمان بیان کنیم و از آنها برای ترمیم ضایعات گذشته کمک بگیریم در ان صورت زندگی قالبی حقیقی و معنایی راستین به خود می گیرد و عشق از دریچه ای جدید به حلقه ارتباطی ما می تابد

ما قادریم که از فضای سلول یک زندان هم باغچه ای کوچک با گلهای رنگارنگ درست کنیم و به همان گلدانهای کوچک دل ببندیم در آن صورت عشق ساری و جاری خواهد بود و در افکار ما روان می شود دل بستن به گلستانی که دیگر در اختیار ما نیست دروغ گفتن به خود و پشت پا زدن به حقیقت است مواخذه کردن خود برای آنچه که در اختیار داشتیم و دیگر مال ما نیست هم نوعی شانه خالی کردن از پذیرش مسئولیت های جدید است

راه حل صحیح آن است که در هر شرایطی واقعیت را بپذیریم و در جهت وفاق با آن تلاش کنیم هرچند بسیار سخت باشد

حتی می توان برای وفاق با شرایط جدید از نیروهای جایگزین کمک بگیریم اگر ویژگی خاصی از شرایط جدید به هیچ وجه قابل وفاق نیست و نمی توان آن را تغییر داد باید فقط برای تر میم همان ویژگی از قالبی کمکی استفاده کرد

لاسول بسیار تاکید دارد که همیشه در لحظه ارتباط اول به خودمان و خصوصیات واقعی و انکار ناپذیر خودمان توجه کنیم البته این گفته از لاسول نیست زیرا سالها قبل از تولد لاسول حضرت علی هم در نهج البلاغه به آن تاکید کرد

حضرت علی گفت: خودشناسی مقدم بر خداشناسی است.... کسی که خودش را نمی شناسد یقینا خدای خود را هم نخواهد شناخت

شناخت نیازهای فردی

باسلام به شما.... امیدوارم ضمن همراهی با این سلسله مطالب در بحث ها فعالانه تر مشارکت کنید و نظر خود را راجع به هر قسمت بیان دارید

در ۱۰ قسمت قبل تا اینجا گفتیم که طبق نظریه ((لاسول)) برای برقراری ارتباط سالم با مخاطب باید حتما در نخستین گام به شناختی کامل و همه جانبه از خود دستیابیم و به این قبیل سئوالات پاسخی شفاف دهیم :

علائق و تمایلات من چیست ؟

تا چه اندازه از شدت وابستگی خود به این تمایلات اطلاع دارم ؟

برای دستیابی به این علایق و تمایلات تا چه اندازه مقاوم هستم و تاب تحمل مشکلات را دارم ؟

آیا پس از رفع نیاز و دستیابی به علایق خود حاضر به ادامه ارتباط با طرف مقابلم و رفع نیاز او و تحمل سختی های ارتباط را دارم ؟

سئوالاتی از این دست مستلزم شناختی همه جانبه از خودمان است. یعنی اینکه ((خود)) فردی و ((خود)) اجتماعی ما باید کاملا شناخته شود .

((خود)) فردی هر نفر خصوصیات منحصر به فرد اوست که احتمالا در دیگران یافت نمی شود. اما ((خود)) اجتماعی افراد نقشی است که افراد در ارتباط با دیگران بازی می کنند. به عنوان مثال من کامران نرجه هستم و خصوصیتی دارم که احتمالا منحصر به من است . خصوصیات مانند قد ... وزن ... رنگ مو میزان اشتهای غذایی نوع خون نوع پوشش ظاهری و مسائلی از این دست. اما ((خود)) اجتماعی من هویت و

مشخصاتی است که به واسطه ارتباط با دیگران پیدا کرده ام. مثلا من شوهر همسر هستم ولی اگر با او ازدواج نکرده بودم هرگز چنین ویژگی نداشتم. یا مثال دیگر اینکه من کارمند یک موسسه مطبوعاتی هستم که دارای قوانین خاصی است. مسلما اگر من کارمند این موسسه نبودم هرگز ملزم به رعایت این قوانین خاص نبودم

اما همه این خصوصیات و ویژگی ها نکات مهمی است که من در هنگام ارتباط با یک نفر دیگر به آنها توجه کنم. بدیهی است من در ارتباط با سایر انسانها نمی توانم ناقض اصل متاهل بودن خودم شوم و در این صورت دیگر ارتباط سالمی با طرف مقابل ندارم. یا اینکه من در ارتباط با دیگران نمی توانم تابع قوانینی باشم که ناقض اصول اشتغال من در محل کارم است.

شناخت کامل این باید ها و نباید ها در گرو درک کامل شما از افکار سیاسی - اجتماعی - اقتصادی - حقوقی - ادبی - فرهنگی - قومی و ملیتی - زبانی - شغلی - قشر بندی و غیره خود است.

حالا کلاه خودتان را قاضی کنید و بگویید که تا چه اندازه با خود سیاسی - خود فرهنگی - خود ادبی - خود زبانی - خود رفتاری و سایر ((خود)) های خودتان آشنا هستید.

مطمئن باشید که اگر پاسخ این سئوالات را ندانید و یا به طور دقیق خودتان را نشناسید یقینا در ارتباط با دیگران دچار مشکل خواهید شد و ارتباط سالمی با آنها برقرار نخواهید کرد.

حالا ممکن است که بگوئید شناخت دقیقی از خودتان دارید ولی در ارتباط با دیگران در پی تغییر و ارتقای این مشخصات هستید. این اصل قابل احترام و ستودنی است که در ارتباط با دیگران به دنبال بهبود خصوصیات خود باشید چراکه:

همنشین تو به باید تا تورا عقل و دین بیفزاید

اما پیدا کردن این همنشین بهتر از خود نیز مستلزم آن است که واقعا خودتان را بشناسید تا خدای ناکرده همنشینی بد تر از خودتان گیر نیآورید. کسانی که مبهم و نا شناخته به دنبال یار و همدم می گردند هرگز موفق به یافتن یار واقعی نخواهند شد و چه بسا پس از برقراری ارتباط با افراد دیگر دریابند که یافته آنها نیاز واقعی آنها نیست. پس همانطور که در این دومبحث اخیر عرض کردم اگر طالب برقراری ارتباط سالم با انسانها هستید اول باید خودتان را به خوبی بشناسید و بفهمید که نیاز واقعی شما برای برقراری این ارتباط چیست؟

اگر خدای ناکرده در ارتباط با دوستان و یا همسر خود مشکلی دارید بهتر است ابتدا نیم نگاهی به خودتان بیاندازید. آیا از روز اول راه درستی را پیموده اید؟ آیا گزینه انتخابی شما همان تمایل و علاقه منجر به تامین نیاز شما بوده است؟ آیا دقیقا می فهمید که در کدام نقطه با دوست و یا همسر خود اختلاف نظر دارید و در کدام نقاط هم نظرید؟

آیا اصلا میدانید که چه چیز می خواهید و آیا دوست یا همسرتان قادر به تامین آن هست؟

انشالله دوستان مجردی که این مطلب را مطالعه می کنند قبل از تصمیم گیری در مورد ازدواج چشمان خود را کاملا بازکنند و ببینند که چه کسی هستند و از همسر آینده خود چه می خواهند. اگر خودتان را خوب

پشناسید هرگز حاضر به خراب کردن آینده خود نیستید و انتخابی سالم می کنید ولی اگر خودتان را خوب نشناسید نه تنها زندگی خود بلکه زندگی طرفه مقابلتان را نیز خراب می کنید

انتخاب کانال ارتباطی

اگر بخاطر داشته باشید "هارولد لاسول" در سومین سؤال خود کانال و نحوه ارتباط شما با دوستانتان را پرسیده بود یعنی می گفت حالا که خودتان را به عنوان پیام دهنده و شخص نیاز مند ارتباط کاملا می شناسید و با ویژگی های اخلاقی خودتان کاملا واقعی و به دور از تعصب آشنا هستید و از طرف دیگر نیاز واقعی خودتان از ارتباط با مخاطب را بررسی کرده اید و با راهکار های برطرف کردن آن آشنا شده اید در سومین گام باید ببینید که نیاز واقعی خودتان را چگونه می خواهید مطرح کنید و از چه کانالی پیامتان را به گوش مخاطب برسانید

بسیاری از ما موقع بیان نیاز خود به دلیل انتخاب اشتباه یک رسانه ارتباطی دچار مشکل می شویم مثلا می خواهیم اوج عشق و علاقه خودمان را نسبت به همسرمان بیان کنیم هدیه ای میخریم که احتمالا مورد پسند او واقع نمی شود و همین مساله باعث می شود که او به عمق علاقه ما پی نبرد

یک کانال اشتباه ارتباطی ممکن است نه تنها ما را به هدف اصلی و تحکیم رابطه سالم نرساند بلکه رفع نیاز ارتباطی ما را هم به تعویق و تاخیر بیاندازد

کانال های ارتباطی همان روشهایی هستند که به ما در بیان نیازمان به مخاطب کمک می کنند مثلا صحبت کردن و مکالمه یک روشی است که می توان از طریق آن مستقیما به همسرمان و یا دوستان بگوییم که چقدر دوستش داریم

یا نامه نوشتن روش دیگری برای درد دل کردن و احتمالا بیان کدورت هاست

همینطور می توان از روشها و کانالهای ارتباطی دیگری مثل تلفن کردن مسیج فرستادن ایمیل زدن گل فرستادن ... هدیه خریدن لبخند زدن اخم کردن دست تکان دادن و غیره نامبرد

باید توجه داشت که هر یک از این کانال ها مکانیزم روانی خاص خود را دارد که باید از آن در زمان ویژه ای استفاده برد مثلا نمی توان برای عذر خواهی کردن از یک خطای احتمالی برای دوستان دست تکان بدهیم و لبخند بزنیم

یا صحیح نیست برای بیان هر نیاز ارتباطی به مخاطب خودمان هدیه بدهیم همانطور که گفتم هر کدام از این شیوه ها در جای ویژه ای مصرف دارد

آیا تاکنون به افرادی برخورد کرده اید که نمی دانند چگونه باید مقصود خودشان را به مخاطبشان بیان کنند این افراد در معرض اتخاذ تصمیم اشتباه در یک ارتباط سالم انسانی قرار دارند . چرا که اگرچه نیت آنها خیر است ولی ممکن است از کانالی نادرست مقصود خود را بیان کنند و نتیجه ای عکس دهد .

من معمولا به همسرانی که با هم اختلاف دارند و در مراحل اولیه اختلاف با یکدیگر هستند توصیه می کنم بدون فرزندان به یک پارک بروند و مستقیما از یکدیگر گلایه کنند و در عین حال راهکار حل مشکل را هم به هم بگویند حتی اگر زن و شوهر مطمئن هستند که در حین بیان مشکل عصبی نمی شوند و چنین

صدایشان بالا نمی رود در یک جلسه تلفنی با هم درد دل کنند البته راهکار مناسب تر آن است که دو طرف بدون عجله کردن و سر فرصت در محیطی آرام برای همدیگر نامه بنویسند زیرا در این صورت کمتر عصبی می شوند و بهتر قادرند تمرکز فکری داشته باشند و مسلماً منطقی تر و با تفکر بیشتر حرف خواهند زد لاسول هم همین را می گفت یعنی اینکه شما قادر باشید تشخیص دهید که چگونه باید نیازتان را بیان کنید

انتخاب کانال ارتباطی مناسب نیز یکی از روشهای ارتباط سالم با انسانهاست

مخاطب شناسی

یکی دیگر از مکانیزمهای برقراری ارتباط سالم و پایدار میان انسانها این است که فرد نیازمند به ارتباط _ شرایط مخاطب خود را بشناسد و درک کند

به عبارت دیگر همانطور که لازم است خودمان را برای شروع یک رابطه سالم بشناسیم و حلاجی کنیم باید مخاطبمان را نیز بشناسیم و با ظرفیت ها و توانایی ها و محدودیت های او آشنا شویم. این شناخت هم جنبه ای روانی دارد و هم جنبه ای اجتماعی (یعنی باید مخاطب خود را هم به لحاظ روانشناسی رفتار فردی بشناسیم و هم باید به لحاظ جامعه شناسی و نوع رفتار او در جامعه بررسی کنیم)

برخی از ویژگی ها و عقاید و رفتار مخاطب ما مختص به خود اوست و در هر موقعیتی آن را به همراه خواهد داشت . مثلا فردی که فرزند سوم یک خانواده ۶ نفره است همیشه این ویژگی را دارد و هیچوقت فرزند بزرگ خانواده خود نمی شود . یا فردی که در مواقع احساس خطر برای رهایی خود دروغ می گوید مشکلی رفتاری مختص به خود دارد که احتمالا تا زمانی که آن مشکل برطرف نشود همواره به رفتار خود ادامه خواهد داد. همینطور کسی که عقاید و ویژگی های نسبت به موضوعات پیرامون خود اعم از سیاسی - اجتماعی - اقتصادی و غیره دارد این عقاید را حتی اگر بروز ندهد همیشه با خود همراه دارد

اما شناخت اجتماعی و جامعه شناسانه مخاطب یعنی توجه به ویژگی ها و عقاید و رفتار یک فرد در داخل گروهی خاص مثلا فردی که در محیط شغلی خود رفتاری متفاوت از همان وضعیت در محیط شخصی خود دارد. یا ویژگی های وابسته به گروههایی که به آن تعلق دارد.

همانطور که در جلسات قبلی عرض کردم باید هم خودمان و هم مخاطبمان را از ابعاد زیر کاملا بشناسیم :

سیاسی - فرهنگی - اقتصادی - حقوقی - قشر بندی اجتماعی - جغرافیایی و غیره

خوب حالا این سؤال مطرح می شود که شناخت مخاطب ما با این حجم از گستردگی داده های اطلاعاتی چه

کمکی به برقراری رابطه سالم با او می کند ؟ برای چه باید اینقدر موشکافانه مخاطب مان را بشناسیم ؟

مسلم است که شناخت دقیق از یک موضوع یا یک فرد به درک توانمندیها - ظرفیت ها - محدودیت ها و قابلیت ها منتهی می شود . من اگر می خواهم با کسی رابطه ای سالم داشته باشم باید شرایط روحی و جسمی و محدودیت ها و ظرفیت های ارتباطی او را رعایت کنم و گرنه خیلی سریع او از دست من ناراحت می شود و من او را از دست می دهم.

بگذارید مثال شفاف تری بزنم :

بسیاری از ما وقتی به کسی تلفن می‌کنیم و می‌خواهیم با او صحبت کنیم ... فقط به رفع نیاز خودمان و بیان مشکلمان توجه داریم و اصلا در ذهن ما نیست که آیا مخاطب پشت تلفن زمان گوش کردن به حرفه‌های ما را دارد یا نه؟ آیا در شرایط حاضر قادر است مشکل ما را حل کند یا نه؟ آیا اصولا آدم قابل اتکا و اعتمادی برای طرح نیازمان هست یا نه؟ آیا آنچه که تا کنون از خودش گفته و رفتار کرده با واقعیت‌های شخصیتی و زندگی اجتماعی او تطابق دارد یا نه؟

دوستان خوبم در اینجا بیشتر روی صحبت‌ها با آنهاست که در شرف ازدواجند و مصمم هستند که در آینده رابطه‌ای سالم با همسر خود داشته باشند. اینقدر فقط به خودتان فکر نکنید!!! کمی هم به ظرفیت‌ها و توانایی‌ها و ویژگی‌های حقیقی و واقعی طرف مقابلتان توجه کنید. اگر امروز به شما توجه می‌کند شاید فردا که شرایط کمی عادی‌تر و یکنواخت‌تر شود ظرفیت و امکان چنین توجهی را نداشته باشد (پس می‌توان نتیجه گرفت که شما شناخت واقعی از ظرفیت‌های عاطفی او نداشته‌اید) ... اگر امروز نیاز دارید که هر روز به شما تلفن کند و گل بخرد و با هم بیرون بروید شاید فردا که با او رابطه زناشویی پیدا کنید و زندگی مشترک آغاز شود نتواند چنین میزان توجهی به شما داشته باشد....

ذکر این نکته را در همین جا لازم می‌دانم که در برقراری ارتباطات عمیق با افراد بسیار محتاط و کنجکاو باشید. اگر با کسی فقط یک رابطه دوستانه سطحی دارید و گاه‌گاه به او تلفن می‌کنید یا با هم بیرون می‌روید لازم نیست که در تمام احوالات شخصی و اجتماعی او دقیق شوید و اصطلاحا فضولی کنید ولی اگر فردی را برای یک ارتباط عمیق - طولانی و چند جانبه انتخاب می‌کنید حتما با دیده‌ای احتیاط آمیز به مشخصات اولیه او توجه کنید و تا به درستی و واقعیت آن پی نبرده‌اید به شک خودتان ادامه دهید. حتی لازم است او را در شرایط مختلف و اکنشی محک بزنید و ببینید که آیا رفتاری مطابق آنچه که قبلا گفته است دارد یا نه؟

خودگشودگی

یک جامعه‌شناس معاصر معتقد است یکی از مهم‌ترین شیوه‌ها برای برقراری ارتباط موثر و ماندگار با انسانها توجه به نکات زیر است:

۱- خودگشودگی (openness):

افرادی که خواهان برقراری رابطه سالم با انسانهای دیگر هستند نباید از تبادل اطلاعات با دیگران هراس داشته باشند و مخفی‌کاری را اساس رابطه خود قرار دهند. خودگشودگی یعنی اینکه ما اطلاعات لازم تاکید میکنم فقط اطلاعات لازم در مورد خودمان را به افرادی که می‌خواهیم با آنها رابطه داشته باشیم ارائه دهیم تا آنها قدرت تصمیم‌گیری در مورد ادامه رابطه با ما را داشته باشند. یعنی خیلی راحت و بدون دغدغه اطلاعات خصوصیات اخلاقی و رفتاری خودمان را به دیگران بدهیم و اصطلاحا خودگشودگی کنیم متاسفانه بسیاری از افراد در برقراری رابطه با دیگران و در اجرای اصل خودگشودگی دچار افراط و یا تفریط می‌شوند. یعنی یا هرچه که اطلاعات دارند اعم از خصوصی و عمومی ... نکات منفی و مثبت همه و همه را به دوستان خود میگویند و سفره دلشان را پیش هرکسی باز می‌کنند و دست آخر مورد سواستفاده اطلاعاتی قرار می‌گیرند یا اینکه (نم) پس نمی‌دهند و هیچ چیز نمی‌گویند و همه چیز را مخفی میکنند دست آخر هم

انتظار دارند همه افراد نسبت به آنها خود گشوده باشند پر واضح است که در هر دو مورد فوق رابطه سالمی برقرار نمی شود زیرا مخاطب شما تصویر مبهمی از شما در ذهن خود تصور میکند یا اینکه از اطلاعات بی شماری که در اختیار او می گذارید سو استفاده می کند. پس تاکید می کنم برای برقراری یک رابطه سالم خود گشودگی لازم است اما در حد متعارف و غیر مخرب!

همدلی

یکی دیگر از اصول برقراری رابطه سالم با انسانها اعتقاد به همدلی است

۲ - همدلی یا ALLIANCE

این فرایند که حکایت از حس مشترک و رابطه عمیق انسانها با یکدیگر است در ایجاد فضایی آرامش بخش برای تعامل انسانی بسیار موثر است .

مولوی می گوید :

ای بسا دو ترک چون بیگانگان ای بسا هندو و ترک همزبان

پس زبان هم دلی خود دیگر است همدلی از همزبانی بهتر است

واقعا دوستان ماهرچقدر هم که با یکدیگر همزبان باشیم و حرف یکدیگر را بفهمیم مادامی که دلهای ما به هم نزدیک نشده باشد و احساس مشترکی از خوشی ها و غمهای یکدیگر نداشته باشیم رابطه خوبی با هم نداریم

چند روز قبل من در همین کلوب از همه شما برای بهبود بیماری یکی از عزیزانم طلب دعا کردم و بسیاری از شما بنده حقیر را شرمنده کردید و با من همدلی نمودید تاثیر این همدلی شما و درک واقعی احساس پریشانی من به حدی قوی بود که فهمیدم رابطه سالم و پایداری با شما برقرار کرده ام و دوستانی دارم که حتی در یک محیط مجازی و الکترونیکی در غم و شادی من را تنها نمی گذارند

بینید همدلی و هم احساسی چقدر در برقراری رابطه سالم با انسانها موثر است !!!

فقط توجه داشته باشید که همدلی کردن با همدردی کردن تفاوت دارد . ما می توانیم احساس مشترکی از خوشی ها و غمهای یکدیگر داشته باشیم ولی نباید این احساس بیشتر از درک شخص اول باشد .

فرض بگیرید که دوست شما در سوگ همسرش نشسته و شما می خواهید با او همدلی کنید اگر بیشتر از او شیون و زاری و عزاداری نمایید دوست شما تصور می کند که همدلی شما نوعی چاپلوسی و یا همدردی بیش از حد است و در خلوص رابطه شما شک می کند .

همینطور افرادی که از شنیدن اخبار خوش زندگی دوستان خود بیش از حد خوشحال می شوند و پایکوبی می کنند در واقع مرز بین همدلی و همدردی را برهم زده اند. بیایید باهم همدل و Alliance باشیم

حمایت

در برقراری و حفظ یک ارتباط سالم با انسانها مساله حمایت و پشتیبانی نیز از اهمیت والایی برخوردار است .

۳ - حمایت یا supportivness

هنگامی که از مخاطب خودمان در برابر ناملایمات اجتماعی و رفتاری دیگران حمایت می‌کنیم در واقع نوعی حس اتکا و اعتماد را به او القا می‌نماییم و همین اصل باعث می‌شود که مخاطب ما همواره در کنار ما احساس امنیت و آرامش کند و رابطه خود را با ما حفظ نماید.

البته نباید حمایتگری از مخاطب بی‌مورد و یا بی‌اندازه باشد.

حمایت بی‌مورد نوعی رفتار دروغین و غیر عادلانه اجتماعی است و حمایتگری بی‌اندازه موجب دلزدگی ارتباطی مخاطبین خواهد شد و یا آنها را از پویایی رفتاری و ادراکی در برقراری رابطه عاجز می‌سازد

پس همیشه دوستانمان را به حد لزوم و مطابق با عدل و انصاف حمایت کنیم تا آنها نیز حامی ما باشند

مثبت‌گرایی

از همه دوستان عزیزم که به من لطف دارند و این سلسله مطالب را دنبال می‌کنند ممنونم

یکی دیگر از فاکتور های ایجاد رابطه سالم با دیگران مثبت‌اندیشی است

مثبت‌گرایی یا POSITIVNESS

بد نیست که بدانید نگرش ما نسبت به خودمان و همینطور نسبت به محیط اطراف در برقراری رابطه سالم با دیگران موثر است. ما باید در هر حالتی خودمان را دوست بداریم و به خودمان نگرشی مثبت داشته باشیم.

اصلا باید عاشق خودمان باشیم و بهترین‌ها را برای این معشوق انتخاب کنیم. مگر می‌شود کسی را دوست داشت ولی به او هدیه ای بد داد. پس اگر خودتان را دوست دارید همیشه بهترین‌ها را برای خودتان انتخاب کنید. هر وقت چنین نگرشی در شما ایجاد شود هرگز حاضر نخواهید شد عمل خطایی انجام دهید که به حساب شما نوشته شود هرگز حاضر نخواهید شد غذایی بخورید که برای سلامت شما مضر است

هرگز حاضر نخواهید شد کسی را به عنوان دوست خود برگزینید که موجب زیان شما بشود

اشتباه نکنید !!! این دوست داشتن خود با ((خودخواهی)) تفاوت دارد.

در این نگرش گذشت و جانفشانی ملاک اصلی است و غرور و کبر و خود پسندی جایی ندارد.

معمولا آنان که بیشترین گذشت را نسبت به اطرافیان خود دارند بیشترین عشق را به خود و آینده خود دارند.

این نگرش خاص به شما می‌آموزد که نسبت به خودتان همیشه احساس مطبوع و مطلوبی داشته باشید.

بنابر این همیشه مثبت باقی خواهید ماند.

مرحوم سعدی شیرازی می‌فرماید :

به جهان خرم از آنم که جهان خرم از اوست عاشقم بر همه عالم که همه عالم از اوست

و اما در مرحله بالاتر مثبت‌اندیشی شما باید همه محیط اطراف خود را همانطور که جناب سعدی فرموده اند زیبا ببینید چشم خود را به زیبا دیدن عادت دهید و سعی کنید نسبت به بدی های پیرامون خود ناپینا باشید.

چشم‌ها را باید شست

چو دیگر باید دید

با همه مردم شهر زیر باران باید رفت

چنین نگرشی شما را عاشق زندگی می کند و موجب می شود که حس عشق را به اطراف خود سرایت دهید .
مسلم در پرتو چنین دیدگاهی بهترین رابطه را با انسانهای دیگر برقرار می کنید و آنها در کنار شما احساس
زیبایی می کنند

زندگی زیباست ای زیبا پسند زنده اندیشان به زیبایی رسند

تساوی

مورد دیگری که در یک ارتباط سالم باید به آن توجه داشت رعایت اصل تساوی در ارزشهاست.

تساوی (EQUALITY)

همیشه به خاطر داشته باشید که پافشاری بر اصول و ارزشهای غیر مشترک و غیر مساوی بین دونفر موجب دوری بیشتر میان آنها خواهد شد . مثلا فرض بگیرید که من به عنوان یک مسلمان شیعه با فرد دیگری به عنوان یک مسلمان اهل تسنن دوست شوم . اگر در این ارتباط دائما به دنبال کشیدن بحث ها و ارتباطات به قضیه تفاوت های نگرش شیعه و سنی باشم مسلما خیلی زود دوست خودم را از دست می دهم ولی اگر برعکس این رفتار همیشه روی اصول مشترک و ارزشهای مساوی بین خودمان پافشاری کنم (مثلا به این نکته توجه کنم که هر دو ما انسان هستیم هر دو ما یکتا پرستیم هر دو ما یک دین داریم هر دو ما یک پیامبر و یک قبله داریم) دوستی های بین ما تعمیق خواهد یافت و ارتباط سالم تری با دیگران برقرار می کنیم .

همینطور می توان به سایر تساوی های ارزشی و نگرشی میان افراد مختلف اشاره کرد .

تساوی های حقوقی - تساوی های اقتصادی - تساوی های جغرافیایی - تساوی های فرهنگی و اجتماعی -
تساوی های تحصیلی - تساوی های جنسی - تساوی های عاطفی و

مرحله دوم در ایجاد رابطه سالم زناشویی

۲- مرحله چفت و بند

تعجب نکنید ! درست خواندید نام این مرحله ((چفت و بند)) است

شما باید در این مرحله تمام آنچه را که در مرحله قبلی یعنی ((آشنایی اولیه)) شنیده اید و دیده اید به هم چفت و متصل کنید . یعنی نکاتی را که از طرف مقابلتان طی دوران آشنایی اولیه درک کردید مثل اجزای یک پازل کنار هم بگذارید تا ترکیب کامل و مشخصی از آنها ایجاد شود.

آنچه را که طرف مقابل شما در دوران آشنایی اولیه گفته و یا مرتکب شده است آینه ای از افکار و ارزشهای حاکم بر اوست که شما به هیچ عنوان قدرت تغییر آنها را ندارید.

اگر از ترکیب حرفها و رفتار طرف مقابلتان طی این مدت تصویر زیبایی درست شد اگر از چفت و بند شنیده ها و دیده های خودتان در این مدت به معنای زیبا و آرام بخشی رسیدید شما به چفت مکمل خود دست یافته اید

ولی اگر ترکیب پازل شما شکل ناهمگونی داشت حتی اگر تعدادی از عناصر این پازل با هم چفت و بند نشدند به عبارت ساده تر اگر از شنیده ها و دیده های خود طی این مدت نتوانستید تصویر زیبا و آرامبخشی از طرف مقابلتان بسازید..... شما به درد زندگی مشترک با هم نمی خورید !

تمنا می کنم خودتان را گول نزنید !

هرگز فکر نکنید قادر خواهید بود در طول زندگی زناشویی کاستی ها و ناهماهنگی های این پازل اولیه را تصحیح کنید.

اگر در همان دوران آشنایی اولیه موفق شدید شخصی منطبق با ارزشها و تفکرات خود بیابید و تصویر اولیه این آشنایی یک موجود سالم بود خوب آینده نیز این ترکیب سالم را حفظ و تقویت خواهد کرد ولی اگر تصویری که از دوران آشنایی اولیه در ذهن شما مجسم شده تصویری بدون سر یا بدون دست یا بدون پاست..... زندگی آینده به شما کمکی در ترمیم این اختلاف و ناهماهنگی نمی کند

متأسفانه بسیاری از ما در همین مرحله چفت و بند دچار اشتباه می شویم و خودمان را گول می زنیم ! یعنی بعد از آشنایی اولیه با طرف مقابل و وقتی در میان حرف ها و رفتار او نکات منفی را مشاهده می کنیم خودمان را توجیه می کنیم که انشا اله در زندگی آینده فلان رفتار نامزدم را اصلاح می کنم این طرز تفکر بزرگترین عامل طلاق در زندگی آینده افرادی است که در دوران چفت و بند خودشان را گول می زنند و با وجود مشاهده و درک اختلافات بین خود و طرف مقابلشان سعی می کنند کاستی ها را کوچک بشمارند و یا اینکه خودشان را توجیه می کنند که در آینده همه چیز به نفع آنان درست می شود. حتی برخی از افراد به این نیت ازدواج می کنند که همسر خود را مطابق خواست خود از نو بسازند و به اصطلاح او را درست کنند .

زندگی عرصه همکاری و پیشرفت است نه عرصه ساخت و ساز و اصلاحگری دختر یا پسری که نیمی از عمر خود را به گونه ای خاص تربیت یافته غیر ممکن است که در زندگی زناشویی جور دیگری تربیت شود.

اگر شما همکار خوبی داشته باشید که هر دو شما هدفی مشترک دارید و به اصل روابط همکاری با یکدیگر احترام می گذارید مطمئن باشید که محصول همکاری شما برای هر دو نفعتان لذت بخش خواهد بود . ولی اگر از همکاری با هم چیزی عایدتان نشود و تمام دوران ارتباط با هم را صرف ساختن یکدیگر مطابق آنچه که روز اول دوست داشته اید بکنید مطمئن باشید که نه تنها چیزی نمی سازید بلکه همه آنچه که قبل داشتید را نیز خراب می کنید .

پس بار دیگر از همه شما تمنا می کنم در مرحله چفت و بند خوب رفتار و کردار طرف مقابلتان را بررسی کنید و مثل اجزای یک تصویر در کنار هم قرار دهید تا ببیند از مجموع آنها خوششان می آید یا نه !

توجه کنید هنوز برای بله گفتن به هم و برقراری رابطه دائم بسیار زود است

مرحله ادغام

سومین مرحله ارتباط سالم با دیگران مرحله ادغام نام دارد

در این مرحله شما باید برآیندی از گفته های طرف مقابل و خواست های خودتان ایجاد کنید. یعنی ببینید با حرفه هایی که از طرف مقابلتان شنیده اید و یا کارهایی که از او دیده اید تا چه اندازه موافقت کنید. اگر بیش از ۷۰ درصد گفته و کردار طرف مقابل خوشایندتان بود و شما مشکلی با آنها نداشتید شما زوج خوبی برای هم خواهید شد ولی اگر تا حد زیادی با گفته ها و کردار او موافق نبودید و یا توان اجابت خواست های طرف مقابل را نداشتید سر خودتان را شیره نمالید و مطمئن باشید شما به درد هم نمی خورید تاکید می کنم خودتان را گول نزنید که در آینده با نکات منفی طرف مقابلتان کنار خواهید آمد. زیرا آینده هیچ چیز را عوض نمی کند و چه بسا مشکلات را بیشتر هم خواهد کرد. بسیار از مشکلات زناشویی در کشور ما از همین جا نشات می گیرد که دختران و پسران در دوران نامزدی خودشان را گول می زنند و به خودشان وعده می دهند که در آینده همه کاستی های طرف مقابل برطرف خواهد شد و یا از طرف مقابلشان شخص دیگری مطابق میل خود درست می کنند.

به این مرحله که شما پاسخ همه معادلات رفتاری و کرداری را در هم ادغام می کنید مرحله ادغام می گویند

به لحاظ زمانی قاعدتا این دوره از نامزدی نباید کمتر از دو هفته طول بکشد چرا که شما قادر خواهید بود در این مدت آنچه را که دریافت کرده اید حلای کنید.

مرحله پیوند

پس از مرحله ادغام گفتار و رفتار مخاطب با خواست ها و توانمندیهای خود اینک نوبت به مرحله پیوند می رسد.

اما این مرحله نیز از حساسیت ویژه ای برخوردار است که عدم توجه به آن مسیر پیموده شده قبلی و جاده آینده را خراب می کند.

..... مرحله پیوند آغاز بروز هر آنچه که به آن تعهد کرده اید است.

اگر قول داده اید که همسر وفاداری باشید اگر تعهد کرده اید که قانع و صبور و بخشنده باشید اگر وعده داده اید که فلان می کنم و به همان چنین می کنم و چنان این کار را می کنم و آن کار هر چه گفته اید باید از امروز به مرحله نمایش بگذارید.

انجام هیچیک از وعده های خود را به آینده موکول نکنید چرا که آینده وظایف و تعهدات جدیدی را برایتان به همراه خواهد آورد که شما را از ایفای تعهدات معوق و به تاخیر افتاده باز میدارد.

ایفای نقش همسری یکی از بزرگترین و خطیر ترین نقش های اجتماعی شماست شما در المپیک شرکت کرده اید که باید نهایت سعی خود را برای تصاحب مدال طلا بکنید

اگر درست عمل کنید یقینا موفق خواهید شد و همه را مسحور کارکرد خود می کنید

اما درست عمل کردن یعنی چه ؟

تلاش برای کسب مدال طلا در زندگی زناشویی یعنی چه ؟

چه کار کنیم تا بهترین رابطه را با همسر خود داشته باشیم ؟

روابط سالم

افرادی که وارد مرحله پیوند می شوند علاوه بر آنکه شهد شیرین رابطه با هم نوع خود را می نوشند خود را در معرض برخورد با مشکلات متعددی قرار می دهند که عدم تصمیم گیری صحیح برای عبور از هر کدام آنها می تواند رابطه با طرف مقابل را به انحراف کشیده و زندگی زناشویی را از مسیر اصلی خود منحرف نماید. شاید بتوان گفت نخستین آزمون رابطه مندی صحیح در دوره پیوند زناشویی ((رابطه سالم)) است. نقش موفقیت در انجام این رسالت خطیر بر سلامت روابط آینده و گرمی کانون خانواده به حدی بالاست که تقریباً تمام جامعه شناسان و روانشناسان به آن اذعان دارند. رابطه سالم در واقع شکل تکامل یافته تمام روابط میان فردیست ... همانگونه که یک رابطه شغلی و یا یک رابطه اداری دارای ضوابط و شرایط و حقوق فردیست رابطه جنسی نیز دارای تمام این ویژگی هاست که متأسفانه به دلیل عدم آموزش عمومی قبل از ازدواج در بسیاری از مواقع ضوابط و حقوق این نوع رابطه ... توسط یکی از زوجین نقض می شود و اولین بذر اختلاف در زمین زندگی کاشته می شود. چه بسیار افرادی که علت اختلافات زناشویی آنها بیش از آنکه پایه اجتماعی - فرهنگی - اقتصادی و یا حقوقی داشته باشد ریشه در عدم سلامت روابط جنسی آنها دارد. روانشناسان معتقدند نباید به این نوع ارتباط میان همسران از جنبه یک کامجویی و لذت طلبی نگریت بلکه این ارتباط فرصتی برای بروز توجهات و تبادل عواطف و احساسات عمیق است.

چنین مکانیزمی اگر بدون رعایت ویژگی های صحیح خود اجرا شود بطور قطع موجب اختلال روانی یکی از طرفین ارتباط خواهد شد و این ناهنجاری روحی تاثیر خود را بر سایر مناسبات و روابط و وظایف زناشویی خواهد گذاشت.

همین اندازه اشاره کنم که همسران تازه ازدواج کرده موظف به رعایت حقوق و آداب و فرهنگ جنسی طرف مقابل خود هستند و باید به کیفیت این روابط توجه کنند و نوسانات رفتاری آن را در طرف مقابل به دقت ارزیابی کنند تا خدای ناکرده دچار دیکتاتوری جنسی در زندگی زناشویی نشوند. اگر حدود وظایف و روابط سالم جنسی پیش از ازدواج به افراد آموزش داده شود بسیاری از ناهنجاری های پس از ازدواج هرگز بروز نخواهد کرد. از سوی دیگر دختر خانم ها و آقا پسرهای در شرف ازدواج در دوره نامزدی و در مراحل چفت و بند یا ادغام باید به تشریح خواست ها و ویژگی های جنسی خود برای همسر آینده بپردازند. البته پر واضح است که در این دوران افراد شناخت دقیقی از نیازها و توانایی های جنسی خود ندارند چون طبیعتاً تجربه روابط جنسی نداشته اند و نمی توانند به ارزیابی نیازهای خود بپردازند ولی آموزش پیش از ازدواج به آنها می آموزد که در برقراری این نوع رابطه نیز حدود و حقوق خود و طرف مقابل را محترم بشمارند. این وظیفه آموزشی در وهله نخست به عهده خانواده است که بطور قطع در اغلب خانواده های ایرانی هرگز به آن توجه نمی شود.

دختران و پسران ما عمدتاً با کوچکترین اطلاعات نسبت به حقوق جنسی طرف مقابل وارد زندگی زناشویی می شوند و آنگاه که در معرض ادای وظایف قرار می گیرند تازه متوجه خواهند شد که دنبال چه بوده اند و در عوض چه بدست آورده اند.

محترم شمردن حقوق جنسی طرفه مقابل و تلاش برای کسب حقوق جنسی خود ... روابط جنسی را به بالاترین کیفیت خود می‌رساند و سلامت آن را تضمین می‌کند. شکستن حرمت های دوران مجرد و کنار گذاشتن حساسیت های فرهنگی و قیود التزامی پس از ازدواج نه تنها بد نیست بلکه بسیار ضروری است و آنها که پس از ورود به مرحله پیوند همچنان نقش یک فرد مجرد را بازی می‌کنند و خود را همچنان موظف به رعایت قیود و مقررات دوران مجرد می‌دانند نه تنها به خود بلکه به طرفه مقابل در ارائه حقوق جنسی خیانت می‌کنند. از طرفه دیگر آن دسته از افرادی که آگاهانه و یا ناآگاهانه خواستار اعمال حاکمیت در روابط جنسی هستند محکومانی را در زندان زندگی مشترک با خود پرورش می‌دهند که دائما به فکر فرار از این زندان هستند. مطالعه عملکرد اغلب خیانت کاران جنسی نشان می‌دهد که در گذشته و در زندگی مشترک با همسر خود اسیر حکمرانی او بوده اند و کمتر به حقوق و تمایلات آنها توجه شده است

انتظار دارم همه خانم ها و آقایانی که این مطلب را مطالعه می‌کنند در تکمیل آن مشارکت نموده و نظرات خود را بدون رودر بایستی و با حفظ حرمت های وبلاگ عنوان کنند .

مدیریت ارتباطات

اینکه نوبت به اثبات خلاقیت ها و مدیریت های فردی و گروهی میان زوجین است ... به عبارت ساده تر از فردای روز عروسی باید ثابت کنید که چقدر در استقبال از مسائل مختلف زندگی زناشویی و برخورد عقلانی با مشکلات تبحر دارید و قادرید بزرگترین مسائل پیش روی خود را با تدبیر و درایت بدون آنکه لطمه ای به نهال نو کاشته زندگی بخورد بر طرفه کنید

روانشناسان و مددکاران اجتماعی راههای مختلفی برای آغاز کارکرد مدیریت زندگی زناشویی پیشنهاد می‌کنند که بررسی همه آنها در این فضای محدود ناممکن است ولی بهترین روش این است که سردرگم و گیج و پریشان نشوید ... خیلی راحت و آرام تمام وظایف خود و همسران را روی یک تکه کاغذ یادداشت کنید و یکبار دقیق و شفاف برای همدیگر توضیح دهید و مشخص کنید تا چه اندازه می‌توانید به همسران در انجام وظایف خود کمک کنید. در عین حال حیطه عملکرد شخصی خود را نیز مشخص نمایید و مرزها را پررنگ نمایید .

حالا وظایف را به سه دسته بلند مدت ... میان مدت ... و کوتاه مدت تقسیم کنید و برای هر کدام دوره و زمان انجام تعیین نمایید

سعی کنید هنگام تعریف وظایف همدیگر آرمانگرایی نکنید و به واقعیت های تجربی و عملی همدیگر توجه داشته باشید ... مثلا از یک دختر خانمی که هنگام ازدواج سن کمی دارد و تجربه زیادی در پذیرایی از چند خانواده به عنوان میهمان ندارد نخواهید که از فردا صبح باید دیگ بالا پایین بگذاری و چلو پلو پیزی و فلان شیوه میهمانداری کنی و ...

مسئله چنین انتظاری از یک عروس جوان اشتباه است ... به همین صورت از یک شاه داماد جوان نباید انتظار داشت که از فردای روز ازدواج مانند یک مرد جا افتاده هم به تمام امور زندگی سرکشی و نظارت کند و هم از عهده وظایف شغلی خود برآید

بدترین کار در این دوره آن است که بزرگترها تصمیم بگیرند در امور زناشویی فرزندان خود نقش آفرینی کنند و نواقص آنان را جبران کنند ... این روش اول مداخله و شروع اختلافات است. (در این مورد به تفصیل در آینده صحبت می‌کنم)

برای هدایت سگان زندگی زناشویی باید امور مختلف زندگی را تقسیم بندی کنید و هر کدام را با زمانبندی به پیش ببرید ... کمک کردن به عروس خانومها و شاه دامادهای تازه ازدواج کرده برای انجام وظایف زندگی خیلی خوب است ولی اجازه بدهید تا آنها اول عملکرد خود را تجربه کنند و سپس از شما طلب کمک کنند

می‌توانید زندگی خود را مثابه یک کشور تصور کنید که قرار است از امروز توسط دولتی جدید اداره شود ... این کشور یک رئیس جمهور دارد (تاکید می‌کنم یک رئیس جمهور دارد) ولی این رئیس جمهور خودسرانه عمل نمی‌کند بلکه هر کاری را با مشاوران خود در میان می‌گذارد و سپس بهترین راهکار را برای اقدام انتخاب می‌کند ... بسیاری از مواقع انتخاب رئیس جمهور زندگی زناشویی دچار مشکل می‌شود و هریک از زوجین فکر می‌کنند که باید مستقلاً تصمیم نهایی را بگیرند ... رفته رفته زندگی این افراد به یک کشور دو تکه تبدیل می‌شود.

شما در چه نوع خانواده‌ای زندگی می‌کنید؟ خانواده‌ای که در آن پدرسالاری هست یا مادرسالاری؟ یا اینکه نه زمانه برعکس شده و فرزندان شده‌اند سالارخانه؟

مدیرخانه شما کیست؟ پدر؟ مادر یا هر دو و یا هیچ کدام؟ در گذشته کم نبودند خانواده‌هایی که بزرگ خانواده مانند پدر هر چه می‌گفت، باید اجرا می‌شد. در بعضی از اقوام هم مادر نقش اصلی را داشت و هر آنچه او تصمیم می‌گرفت، دیگران بی‌چون و چرا اجرا می‌کردند و هیچ قدرت تصمیم‌گیری نداشتند. این روند همچنان ادامه داشت و زمانی که این پدر و مادر می‌شدند پدر بزرگ و مادر بزرگ، باز هم حرف آنها حرف اول و آخر بود. اما بهترین نوع خانواده کدام است؟ بین خانواده‌هایی که روش‌های مختلفی را برای مدیریت انتخاب می‌کنند مثلاً مدیریت مستبدانه، روش آزاد و یا مدیریتی که در آن همه اعضای خانواده با مشورت با هم در تصمیم‌گیری مشارکت دارند کدام بهتر است؟ شما ترجیح می‌دهید چگونه خانواده‌ای بسازید یا در چه خانواده‌ای زندگی کنید؟

مدیرخانه هر کس که باشد باید تلاش کند تا نظم و انضباطی در خانه برقرار شود و علاوه بر اینکه همه از یک تصمیم تبعیت می‌کنند، حق مشارکت در تصمیم‌گیری را هم داشته باشند یعنی بتوانند اظهار نظر کنند و گرنه اوضاع خانه به هم می‌ریزد، همه چیز بی‌نظم می‌شود و هیچ‌کس از هیچکس دیگری حرف شنوی ندارد. یک آشفستگی در روابط اعضای خانواده پیش می‌آید و دیگر نمی‌شود اسم این نهاد را خانواده گذاشت.

یکی از بهترین روش‌ها در مدیریت خانواده و خانه، روش آزادمنشانه با حضور اعضای خانواده است. استفاده از این روش موجب می‌شود که:

* در مورد امور خانه، بین اعضای خانواده مشورت صورت گیرد و هریک از اعضای سعی می‌کنند به سخنان هم گوش دهند و حرفهای یکدیگر را درک کنند. همه افراد خانواده به تناسب موقعیت، شرایط و امکانات خویش، به اظهارنظر در امورخانه و دخالت در اداره آن بپردازند.

* خانواده دارای هدف‌های ارزشمندی است و کوشش‌های اعضای به ویژه رئیس خانواده معمولاً در راستای این اهداف صورت می‌گیرد.

* در این خانواده به جای مردسالاری یا زن‌سالاری حق‌سالاری حاکم است.

* بر روابط افراد در خانواده و انجام امور، مقرراتی حاکم است که مورد قبول اعضا بوده و لذا انضباط خاصی در خانواده دیده می‌شود.

* بین اعضای خانواده به تناسب موقعیت و امکانات تقسیم‌کار صورت می‌گیرد و هر فرد در مقابل کاری که دارد، احساس مسوولیت می‌کند.

* اساس اداره خانواده و روابط اعضا باهم، اقتصاد خانواده، استفاده از تفریحات سالم و برنامه‌ریزی در جهت اوقات فراغت، متکی بر یک روش عقلانی است.

* در این خانواده، رئیس‌خانواده سعی می‌کند اعضا را با حقوق و تکالیف خود آشنا سازد و در ادای این حقوق تلاش لازم به عمل می‌آید.

* رئیس‌خانواده به نیازهای اعضا آگاهی دارد و سعی دارد ترتیبی دهد که نیازها و تمنیات افراد در حد لازم ارضا گردد.

* در این خانواده، زن و شوهر یکدیگر را دوست دارند و برای هم ارزش قائل هستند.

بر گردیم به بحث خودمان عرض کردم که خانواده شما باید مانند یک کشور رئیس‌جمهور داشته باشد از طرف دیگر این کشور باید یک کابینه هیات دولت داشته باشد یعنی وظایف مختلف آن بین وزرا تقسیم شود وظیفه تامین درآمد و امور اقتصاد و دارایی وظیفه آموزش و پرورش وظیفه بهداشت و درمان ... وظیفه تنظیم روابط بیرونی و امور خارجه وظیفه ارشاد و هدایت فرهنگی و تفریح و سرگرمی وظیفه تامین مایحتاج و امور بازرگانی

حالا می‌توانید کرسی هر وزارتخانه را مطابق با توانایی‌های خود انتخاب کنید و برای پیشبرد آن ایده بدهید توجه کنید که قبل از اقدام در هر زمینه رئیس‌جمهور را مطلع کنید البته می‌توانید جزئیات یک برنامه کاری را شرح ندهید ولی هدف و دوره انجام آن را به رئیس‌جمهور گزارش دهید تا او سایر وزرا را برای همکاری با شما آماده کند.

تدبیر در حسن رابطه

این مطلب نوشته من نیست و آن را عیناً از نوشته‌های یکی از دوستانم منتقل می‌کنم
ارائه مطلب زیر تلاش برای جلوگیری از وقوع اختلافاتی است که به سبب آن امروزه راهروهای دادگاه خانواده مملو از جمعیت است . پس به امید آنکه شما را هرگز در آنجا ملاقات نکنیم توجه شما را به چند نکته انسانی که حاصل بررسی مواد حقوقی و خلاصه مسائلی است که معمولاً در دادگاه‌ها با آن روبرو هستیم ، جلب می‌کنیم

اگر از گذشت ، صبر و بردباری در خود نشانی دارید به سراغ ازدواج بروید . زمانی برای شروع یک زندگی مشترک تصمیم بگیرید که از استقلال و توان کافی خود برای اداره یک خانواده جدید مطمئن هستید

زمانی را برای جاری شدن صیغه عقد مطلوب بدانید که از خواست ها و نگرش های یکدیگر باخبرید و می دانید که هر دو هدفی مشترک را دنبال می کنید . برای رسیدن به این شناخت ، مدتی به یکدیگر فرصت دهید

در این دنیای بزرگ هیچ دو نفری مانند هم نیستند . تفاوت های بارز میان دو خواهر و یا دو برادر که هر دو زاده یک مادر و پدر هستند ، خود گویای این مسئله است بنابراین مبنای تفاهم را معیارهای اصلی و اساسی برگزینید . توقف و ایستادن بر اصول فرعی یکدیگر چندان کمکی به بهبود روابط زناشویی نخواهد کرد قبل از ازدواج به مسئله اعتیاد به طور جدی بیندیشید و از عدم اعتیاد همسران به هر گونه مواد مخدر اطمینان کامل حاصل کنید . نگذارید امید به ترک کردن و یا ترک دادن سبب شروع یک زندگی پُر مشکل شود

برای داشتن زندگی خوب و توأم با آرامش ، به شیوه زندگی انتخابی خود عشق بورزید . چشم و هم چشمی ، حسادت و تجمل پرستی ، بار سنگین زندگی های امروز را از دوش هیچ زوج جوانی بر نداشته است به راستی که کم کردن توقعات ، گنجینه ای بزرگ برای ساختن آینده یک زوج جوان است .

تجربه بارها و بارها ثابت کرده که زوجی موفق و سربلند هستند که در کشاکش زندگی در کنار هم ، یار هم هستند در کنار هم در شادی ها می خندند و در سختی و رنج ها با هم به جنگ مشکلات می روند . اشتباهات یکدیگر را می بخشند و موفقیت های یکدیگر را جشن می گیرند ، براستی زن و شوهرهایی که به جای در کنار هم بودن ، مقابل یکدیگر می ایستند و زندگی می کنند ، نه زندگی ، که نیردی سخت می کنند

به یاد بسپارید که گفتن کلمات محبت آمیز، ذکر محسنات یکدیگر و یادآوری اینکه همسران را دوست می دارید و به وجودش در کنارتان افتخار می کنید ، کلمات یا جملات مختص دوران آشنایی و اوایل ازدواج نیستند . انسانها نیاز به شنیدن مهر یکدیگر دارند ، آنچه در دل و ذهنشان می گذرد را صادقانه به زبان آورید که خود یکی از عوامل مهم در بقای زندگی زناشویی است

بد نیست بدانیم اگر استفاده از تجربیات و نظریات دیگران مترادف با دخالت آنها در زندگی زناشویی ما نیست ؛ چه بهتر اگر تجربیات گذشتگانمان را سرمشق کنیم و خود کاشف شادی های دیگر باشیم

اگر در برخی مسائل با یکدیگر اختلاف نظر دارید هرگز فرزندانان را از آن مطلع نکنید . در مقابل فرزند ، پدر و مادر عنصری واحد و جدایی ناپذیرند که حرفشان و قولشان یکی است

دوستی سرلوحه بهترین نوع رابطه هاست که نه در شناسنامه و نه در هیچ جای دیگر ثبت نمی شود ، اما عمیق و بی پیرایه است . بهترین والدین همانهایی هستند که با فرزندانانشان دوست و رفیق اند . بهترین زوجها نیز آنانی هستند که قبل از این که به یادشان بیاید که زن و شوهر یکدیگرند ، بدانند که دوست هم هستند . رابطه صمیمانه و خالصانه توأم با درک و حفظ احترام همدیگر ، شاید یکی دیگر از عوامل مهم تضمین کننده بقای یک زندگی است

سر و صداها را به آرامش تبدیل کنید

هیچ چیز مانند سر و صدای فرزندان خانواده روزی آرام خانه را خراب نمی کند . کسانی که این مورد را تجربه کرده اند ، دقیقاً متوجه منظور من می شوند

تمام والدین ، مادر بزرگ ها و پدر بزرگ ها ، پرستاران و مراقب های کودکان و خلاصه کسانی که در جریان درگیریها و سر و صداهای آنها قرار می گیرند، می خواهند که یک بار و برای همیشه آرامش را برقرار کنند. و به همین دلیل خود مستقیماً وارد بحث و جدل آنها می شوند . اما این امر سبب تشدید درگیری ها می شود

دخالت در آشوب ها وضع را از آنچه که هست بدتر می کند. مثلاً اگر دو فرزند شما در حال بحث باشند و شما خود را درگیر آن بحث نمایید یا خیلی سریع عکس العمل نشان دهید، نه تنها با مشکل آنها بصورت مستقیم درگیری می شوید، بلکه با عوارض واکنش های خود (از قبیل فشار خون بالا، افکار منفی ، احساسات آشفته و در هم) نیز مواجه خواهید شد . هنگامی که وارد درگیری های فرزندان خود می شوید گویا به آنها اعلام جنگ کرده اید . این رفتار بحث و درگیری را از کنترل خارج و موجب بزرگ کردن مسائل کوچک می شود هنگامی که وارد بحث ها و درگیری ها می شوید ، در واقع مشوق آن به نظر می رسید و با ارائه الگویی سست ، پیامی اشتباه را به فرزندان خود منتقل می کنید. در مجموع وقتی با رفتار خود چیزی خلاف آرامش را نشان می دهید چگونه می توانید از آنان تقاضا کنید که " آرامش " را برقرار کنند؟ در این گونه موارد واکنش شما ، آنان را ترغیب می کند که در این درگیری شما را وارد جبهه خود (علیه جبهه مقابل) نمایند. درگیری های درونی و عکس العمل های شما آتش این جنجال ها را شعله ورتر می سازد اگر به عنوان وظیفه این جنجال و درگیری را به آرامش تبدیل کنید، در واقع آتش آن را خاموش کرده اید . در حقیقت رابطه ای میان بی طرف ماندن و ایجاد آرامش از سویی ، و قدرت تحمل درگیری دیگران را داشتن از سوی دیگر ، وجود دارد

بدیهی است که بارها یا خواسته اید یا مجبور بوده اید در این مسابقات روزمره ی سروصداها و درگیری ها دخالت کنید تا آنان را به اتحاد و یگانگی ، راهنمایی و غائله را به صلح ختم نمایید. این موردی است که بیشتر اوقات پیش می آید ، به همین دلیل ابتدا باید (به جای پافشاری بر این امر که زندگی باید به کام ما باشد) بپذیریم که این امر می تواند راهی به سوی زندگی آرام تر باشد. وقتی که سر و صداها را به صلح تبدیل می کنید ، در واقع در چنین شرایطی ، الگویی برای عدم شرکت در درگیری ها و عدم بروز عکس العمل به حساب می آید . اگر بتوانید قدری از درگیری های فرزندان دور بمانید و با آن کنار بیایید ، آنها خیلی سریع این روش را خواهند آموخت

شکیبایی را بیاموزید

شکیبایی در فرهنگ ما صفت مشخص پرورش یافته ای نیست. ما حتی نسبت به شکیبایی هم بی حوصله می شویم. ما کردار و پاسخ را همین حالا می خواهیم. می خواهیم بی درنگ زندگیمان تغییر کند. شهرت را همین حالا می خواهیم. این حقیقت را ندیده می گیریم که اگر خواهان عمل صحیح، پاسخهای درست و تغییر دایم هستیم، بایستی صبر کنیم. چیزهایی از قبیل تجزیه و تحلیل دقیق، ملاحظات اندیشمندانه و مشاوره آرام، زمان می خواهد این امر به ویژه در مورد عشق صادق است. ما دوستان کامل همراه با روابط دلخواه و در اسرع وقت می خواهیم و اگر این امید بی درنگ برآورده نشود، بدون اینکه توجهی به زمان، تحمل و

استقامت داشته باشیم آماده ترک روابط می گردیم. شکیبایی مستلزم اشتیاق ، تحمل رنج، حوصله و مداومت در روزگار سختی است که پاداش آن در استحکام تعهدات ، صبر است. صبر رنجشهای کوچک ، همچون طاعونی عشق را نابود می سازد

اتفاقات بزرگ به ندرت مانعی در سر راه عشق می شوند ، مسایل کوچک و بی اهمیت ، بیشترین ضربه را می زنند . زن دوست دارد خمیر دندان را از وسط فشار دهد ، مرد آدم مرتبی است می خواهد خمیر دندان را از ته فشار بدهد و مصرف کند هر چند این عمل کمی آزار دهنده است ، ولی نباید آن را تهدیدی جدی برای روابط خانوادگی دانست

مرد هنگامی که از محل کار به منزل بر می گردد ، دوست دارد لباسهایش را روی صندلی بیندازد و زن از او می خواهد که آنها را آویزان کند و منظم باشد . زن دوست دارد برنامه منظمی داشته باشد ، شبهای خاصی مهمانی بروند و فقط آخر هفته مهمان بیاید ، اما مرد دوست دارد هر وقت دلش خواست بیرون برود و همیشه آماده پذیرایی از مهمانها باشد. مرد دوست دارد ، تعطیلاتش را هر سال در همان جای قبلی بگذراند و زن می خواهد مکانهای تازه ای ببیند و اتفاقات متفاوتی را شاهد باشد

هیچ یک از این اختلافات نمی تواند اساس به هم ریختن یک رابطه شود ، اما جالب توجه است بگوییم که این مسائل کوچک تا چه اندازه تشدید کننده است و می تواند در نهایت به اختلافاتی چاره ناپذیر تبدیل شود جالب اینجاست ، که همیشه دو نفر با تمام نیرو برای غلبه بر مشکلات اصلی تلاش می کنند ، ولی سرانجام مشکلات کوچک آنان را مغلوب می سازد ؛ چیزهای بی اهمیتی که فرصت وخیم تر شدن یافته است عاقلانه است هرچند یک بار خانه دل را از مسائل پیش پا افتاده و کوچک که اگر متوجه نباشیم به اژدهایی آتشین تبدیل خواهد شد پاکسازی کنیم.

همدلی برای هم ادراکی

یکی دیگر از مسائلی که انسانها به هنگام آغاز یک پیوند ارتباطی با هم باید به آن توجه داشته و دقیقاً مراعات کنند توجه به احساسات و ادراکات یکدیگر است.

احساسات افراد طیف وسیعی از حالات روحی و جسمی آنها را در بر می گیرد که عدم توجه به هر یک از آنها می تواند منشا گسست رابطه با طرف مقابل را به وجود آورد.

از طرف دیگر توجه به ادراکات نتیجه گیری شده از احساسات افراد نیز در برقراری رابطه سالم میان انسانها بسیار مهم است.

درک عمیق هیجانات - اضطراب ها - ناکامی ها و افسردگی های روحی دیگران باعث می شود تا رابطه سالم تری با آنها برقرار کنیم این مهم نیست که آیا احساسات افراد مقابل ما حقیقی است یا نه مهم این است که این احساسات واقعیت دارند و باتید مورد توجه قرار گیرند

خانمی که در ابتدای ازدواج به توجه و تأیید رفتار خود توسط همسرش نیاز روحی دارد چنانچه مورد بی توجهی احساسی قرار گیرد به مرور زمان دچار افسردگی و دلزدگی ارتباطی خواهد شد.

این مشکل به ویژه در مورد افرادی مشاهده شده است که در ابتدای پیوند ارتباطی به دلیل عدم برنامه ریزی اجرای وظایف جدید دچار آشفتگی و سردرگمی می شوند و نیاز دارند تا طرفه مقابلشان این آشفتگی را درک کند نه اینکه آن را مورد تمسخر قرار داده و یا خود به عنوان عامل جبرانی دست به کار گردد.

همینطور آقایانی که در ابتدای پیوند زناشویی دچار هیجانات و اضطراب های ناشی از پذیرش مسئولیت اجتماعی جدید خود هستند باید از سوی همسران خود به خوبی درک شوند تا به مرور زمان از شدت عمل هیجانات آنها کاسته شود و قدرت تشخیص عقلایی و منطقی برای پیشبرد امور در آنها ایجاد شود

البته در توجه نمودن به احساسات و ادراکات همدیگر هیچگاه زیاده روی نکنید و همواره با استفاده از مکانیزم همدلی (رجوع کنید به توضیحات مندرج در جلسه ۱۵ این سلسله گفتار) سعی در آرامش بخشیدن به طرفه مقابل خود و درک حالات روحی او داشته باشید.

اگر طرفه ارتباطی ما (خواه این فرد همسر ما باشد ... خواه همکار ما خواه دوست ما) در آغاز پیوند ارتباطی دارای حالات روحی و احساسات و ادراکات خاصی است ... هیچگاه این حالات را نادیده نگیرید و یا در صدد مقابله با آن برنیایید ... بلکه حتی اگر این حالات غیر منطقی و غیر حقیقی است ... ابتدا واقعی بودن آن را باور کنید و به پذیرید که طرفه مقابلتان در شرایط ناهمگنی با ماهیت قبلی خود قرار دارد و لازم است که به او کمک کنید ... کمک کردن یعنی همدلی و درک شرایط خاص او یعنی ارائه پیشنهاد برای تسهیل اجرای وظایف او

کمک کردن به معنای اجرای وظایف او توسط شما نیست ... یعنی نباید کارهایی را که او از انجام آن در مانده است به دوش بگیرید ... زیرا شما به اندازه خودتان وظایفی دارید که باید به انجام آنها برسید بنابراین این به جای آنکه وظیفه انجام تعهدات طرفه مقابلتان را به دوش بگیرید به او کمک کنید و دلگرمی بدهید که خود او وظایفش را انجام دهد

جلسه بیست و ششم - چارچوب زمانی رابطه مشترک

یکی دیگر از مواردی که لازم است بعد از پیوند زناشویی میان همسران رعایت شود تا سطح ارتباط آنها سالم و متعالی باقی بماند توجه به چارچوب زمان رابطه مشترک است .

همسران و مخاطبان در یک رابطه مشترک باید به زمان مناسب برقراری ارتباط بایکدیگر توجه داشته باشند . هر رابطه باید در زمانی مختص به خود برقرار شود و تقاضای برقراری روابط در زمان نامناسب مطمئناً به کیفیت رابطه لطمه می زند . حتماً در اطراف خود اشخاصی را می شناسید که برای رابطه به هیچ چارچوب زمانی مقید نیستند . این دسته از افراد هرگاه نیاز به رابطه را در خود احساس کنند باید رابطه آنها برقرار شود غافل از اینکه روابطی که تحت فشار روحی برقرار شود رابطه ای ماندگار نیست .

گروهی از افراد تمایل دارند برای برقراری رابطه با دیگران در شرایط زمانی باشند که توان پاسخگویی به نیازهای مخاطبین خود را داشته باشند . مسلم است که اگر این افراد در شرایط نامناسب زمانی قرار گیرند توانایی تامین نیازهای ارتباطی مخاطب خود را ندارند و حتی ممکن است اصرار به ایجاد رابطه در زمان نامناسب به قطع موقت و یا دائمی روابط میان مخاطبین بیانجامد .

به عنوان مثال آن دسته از زوجینی که ناگزیرند گاه و بیگاه وقت و بی وقت از اقوام یکدیگر پذیرایی کنند و زمان مناسب میهمانداری در زندگی مشترک آنها رعایت نشده است رفته رفته نسبت به پذیرش میهمانان واکنش نشان میدهند و ممکن است خواهان قطع چنین ارتباطاتی باشند. برعکس هرگاه دعوت و پذیرش میهمان مطابق با زمان مناسب و موارد توافق طرفین و در اوقات فراغت زوجین باشد بطور قطع هریک از زوجین در ایجاد رابطه با مخاطبین خود تلاش بیشتری خواهد کرد

به همین صورت همسرانی که زمان مناسبی برای ارتباط تام و کامل به یکدیگر اختصاص می دهند موفق ترند از همین امروز بیاموزید در زمانی که متعلق به همسر و یا مخاطب خود هستید سایر دغدغه های شغلی و مسئولیتی و اجتماعی خود را فراموش کنید و تماما در اختیار درک مفاهیم یکدیگر باشید. مهم نیست زمانی که برای رابطه با یکدیگر اختصاص می دهید زیاد است یا کم مهم این است که در طول این زمان اختصاصی واقعا به دیدن و شنیدن پیامهای مخاطب خود اختصاص داشته باشید و از دریافت هر گونه پیام غیر اختصاصی اجتناب کنید.

حتی می توانید زمانی را بطور کاملا اختصاصی برای خودتان انتخاب کنید تا به امور کاملا شخصی خود بپردازید این مساله باعث می شود تا در سایر اوقات که به سایر مخاطبین خود رابطه برقرار می کنید دغدغه کمتری داشته باشید و با روحیه مناسب تری رابطه برقرار کنید. مثلا در طول ۲۴ ساعت حداقل نیم ساعت را به خودتان اختصاص دهید تا استراحت کنید یا تلویزیون ببینید یا جدول حل کنید یا به تفریح بروید یا هر کاری که تمایل دارید انجام دهید. توجه کنید که این زمان با زمانی که برای انجام وظایف شخصی خود در محیط اجتماعی لازم دارید تفاوت دارد. رسیدگی به امور منزل و شستشو و رفت و روب و تعمیر وسایل تخریب شده و خرید وسایل منزل جزو اوقات شخصی شما محسوب نمی شود و یکی از وظایف اجتماعی شماست. در این قسمت منظورم دقیقا زمانی برای انجام امور غیر از وظایف اجتماعی است. به همین صورت باید بپذیرید که مخاطب و یا همسر شما هم در طول ۲۴ ساعت نیازمند زمانی اختصاصا برای خود است تا به امور اختصاصی خود بپردازد. رابطه سالم رابطه ای است که شما این محدوده زمانی را برای همسران محیا کنید یعنی بخشی از اوقاتی را که در منزل کنار همسران هستید به گونه ای تنظیم نمایید تا شما عهده دار وظایف اجتماعی او شوید و او فرصت یابد تا به مسائل و دغدغه های شخصی خود بپردازد اینگونه به یکدیگر ثابت می کنید که تا چه اندازه برای سلامت روحیه یکدیگر احترام قائلید.

پیشنهاد می کنم اوقاتی را که در کنار مخاطب و یا همسر خود هستید با دقت برنامه ریزی کنید تا بدانید در چه زمانی تصمیم دارید به امور منزل بپردازید چه زمانی باید به حرفه های همسران گوش کنید چه زمانی باید تلویزیون ببیند چه زمانی باید غذا بپزید و به تکالیف فرزندان رسیدگی کنید چه زمانی باید میهمانی بروید و میهمان دعوت کنید چه زمانی باید خرید کنید و چه زمانی باید با دوستانتان به تفریح و گردش بروید.

جمع خوب اعضای یک خانواده

داشتن روابط منسجم و قوی در بین اعضای یک خانواده آرزوی هر کدام از افراد جامعه است، چرا که خانواده جامعه کوچکی است که انسجام آن و پایبندی به تعهدات خانوادگی و اخلاقی می تواند بنیان جامعه بزرگی را بسازد که کمترین جرم در آن اتفاق می افتد. رویای داشتن این چنین خانواده ای مستلزم این است که اعضای خانواده همگی در دست یافتن به این آرزو سهیم باشند. مادر خانواده مهمترین فردی است که می تواند به شکل گیری این امر کمک کند یا حداقل آن را درک و از آن استقبال کند، دلیل آن هم ساده است آیا تا به حال قطعات یک پازل را به هم وصل کرده اید؟

یا دیده اید که کسی آن را به هم متصل کند، چقدر مهم است که شکل نهایی پازل را در ذهن مجسم کنید؟ و اگر به کمک کسی این کار را انجام می دهید چقدر مهم است که همه افراد یک شکل واحد را در ذهن داشته باشند؟ بدون داشتن یک تصور مشترک مردم مقیاس های تصمیم گیری متفاوتی را به کار می برند و نتایج آن کاملا متضاد و متعارض خواهد بود. وقتی مقصد شما مشخص باشد که رسیدن به هدف خانواده ای متعادل است بنابراین باید با برنامه ریزی دقیق خانواده طوری با هم متحد و منسجم شوید که هیچ مشکلی شما را از پا نیندازد. یکی از راه های هماهنگ کردن خانواده برپایی میز شامی است که همه اعضای خانواده دور آن جمع باشند. همه ما باید غذا بخوریم، راه ورود به دل، ذهن و روح گاه از این طریق است.

این کار به تفکر، تشخیص دقیق و برنامه ریزی نیاز دارد و این امر ممکن نیست مگر اینکه همه در آماده سازی غذا و تمیز کردن آشپزخانه نقش داشته باشند. شام خانوادگی بسیار مهم است (حتی اگر در هفته فقط چند شب باشد ولی ضرورتاً باید آن شام خانوادگی به جلسه خانوادگی منتهی شود). اگر این شام در محیطی با معنی، فرحبخش و مفید برگزار شود می تواند نقش حیاتی برای هر خانواده داشته باشد که از هر نظر که به آن فکر کنیم (جسمی، اجتماعی، ذهنی و روحی) نقش موثری را ایفا می کند. مادر یک خانواده باید هر شب با هر دروسری که وجود دارد همه اعضای خانواده را دور هم جمع کنیم نه اینکه یک بشقاب غذا به اطاق بچه ها بفرستیم و موهبت دور هم بودن را از اعضای خانواده بگیریم. مادر محور اصلی در نظم و هماهنگی در خانواده است.

تحقیقات جدید نشان می دهد که فقط نیمی از نوجوانان ما شام را به طور منظم با والدینشان صرف می کنند. این تحقیق نشان می دهد نوجوانانی که با خانواده شام نمی خورند، چهار برابر دیگران دچار مشکلات جنسی پیش از ازدواج می شوند. پس در میز شام رازی نهفته است.

توجه داشته باشید که چگونه سنت های وابسته به این امر مهم برای ما در خانواده و خانواده اش نوکننده هستند این سنت ها هم به طور فیزیکی و هم ذهنی، روحی و اجتماعی، نوکننده هستند. فضای شاد همراه با صحبت درباره مسائل روزانه می تواند کلاسی باشد که از هر جمله آن می توان درسی آموخت. با خواندن دعا و شکر برای نعمت های خدادادی می توانیم روح تازه ای را در فضای خانه بدمیم.

زمانی که با هم جمع هستیم می توانیم آموخته های روز را در اختیار یکدیگر بگذاریم و از بامزه ترین اتفاقی که در طول روز بر ایمان افتاده دیگران را نیز بهره مند کنیم و با این کار مهارت های ذهنی و روحی اعضا را تقویت کنیم. مادر می تواند با بیان نکته های آموزشی خاص بحث خانوادگی برپا کند و بحث جالبی در فضای آرام را به اعضای خانواده هدیه دهد.

بنابراین میز شام فرصتی است برای ایجاد این محبت بین اعضا. غذا کلید است چرا که همه غذای خوب را دوست دارند. با غذای خوب، همراهی خوب و بحث خوب، سنت شام خانوادگی شکست ناپذیر خواهد بود. البته این روش یکی از راههایی است که با بکارگیری عقاید و افکار اعضای خانواده می توان برای آینده برنامه ریزی بهتری داشت البته اگر بخواهیم این سنت را با غذای سنتی همراه کنیم واقعا همه از آن لذت خواهند برد. با تدارک غذاهای اصیل ایرانی که در زمان قدیم برای شام تهیه می شد می توان کمک زیادی به سالم نگه داشتن جسم اعضای خانواده داشته باشیم. این روش یکی از هفت عادت خانواده های کامرواست.

تغییر نگرش نسبت به محیط پیرامون

به وفور افرادی را می بینم که نسبت به محیط ارتباطی پیرامون خود تفکر و نگرشی منفی دارند. گاهی شدت این منفی نگری به حدی است که بر رفتار و گفتار آنان نیز تاثیر میگذارد و موجب می شود که رفته رفته در ارتباط با دیگران دچار مشکل شوند. در اینجا مطلبی را که یکی از دوستانم در وبلاگ خود در مورد همین مساله نوشته است عیناً نقل میکنم:

بسیاری از مردم اصلاً به این مطلب توجهی ندارند که به چه چیزهایی فکر می کنند. شاید کمی عجیب به نظر برسد، اما می توانم بیشتر برایتان توضیح دهم. اکثریت قریب به اتفاق مردم معمولاً نمی دانند که در ذهنشان چه می گذرد و از این مهمتر حتی نمی دانند که این افکار چه تاثیری می توانند بر روی آنها و محیط اطرافشان داشته باشد.

زمانی من هم یک چنین فردی بودم. نمی دانستم که به هر چیزی که فکر می کنم بر روی من تاثیر گذار خواهد بود، اما به کمک دوستان و کتاب هایی که خواندم از جمله "کتاب اسرار" نوشته دیپاک کوپرا، "قدرت لحظه حال" نوشته اکهارت تال، و همچنین بر اساس تحقیقات مختلفی که در زمینه رابطه میان عصب شناسی و زبان داشتم به این نتیجه رسیدم که افکار افراد از نیروی خارق العاده ای برخوردار هستند.

اندیشه چیست:

افکار نشان می دهند شما چه فردی هستید

نماینده احساسات درونی شما هستند

زاییده تخیلات ذهنیتان می باشند

بازتاب دهنده ضمیر ناخودآگاه شما هستند

زبان گذشته شما می باشند

زمانی که چیزی را با هشیاری احساس کنیم، ذهن ما آنرا به قطعات معنا دار زبانی تبدیل می کند که می توان به این قطعات عبارت اندیشه را اطلاق کرد. این قطعات زبانی در ذهن ما شناور می شوند و با واژه فکر ما آنها را برچسب دار می کنیم.

این افکاری که در ذهن ما بوجود می آیند، از ادراک ما در گذشته نشات می گیرند. برای خود تعبیر مختلفی از واژه های متفاوت را در ذهن قائل می شویم، با حواس خود مطالب مختلف را درک کرده و به ذهن می

فرستیم، آموزش‌های فرهنگی و برنامه‌ریزی‌های آموزشی را در غالب فکر به ذهن خود وارد می‌کنیم و تمام احساسات خود را تبدیل به قطعات زبانی کرده و وارد ذهنمان می‌کنیم. به همین دلیل می‌توان اظهار داشت که اندیشه یک مفهوم کاملاً انتزاعی است. به عنوان مثال، به این دلیل می‌گوییم یک برگ "سبز" است چراکه به عنوان یک قرارداد، رنگی که برگ به چشم‌های ما انعکاس می‌دهد، سبز نامگذاری شده.

یکی از مهم‌ترین گام‌هایی که می‌تواند هر فرد را در زندگی خود به سوی شادکامی و موفقیت سوق دهد، انعطاف‌پذیری ذهن اوست. من لازم نمی‌بینم که توضیح زیادی در این مورد برایتان بدهم چراکه همه شما با چشم‌های خودتان این مورد را تجربه کرده‌اید. بدبخت‌ترین افراد کسانی هستند که همیشه به یک نظریه اشتباه می‌چسبند و حاضر نیستند به هیچ وجه از آن بگذرند.

افراد منفی معمولاً دایره افکار محدودی دارند و مرتباً به دور یک حلقه تدافعی می‌گردند و یک دور تسلسل منفی برای خود ایجاد می‌کنند. آنها اغلب در مورد موقعیت، افرادی که اطرافشان هستند، خودشان، و به طور کلی همه چیز منفی صحبت می‌کنند. آنها همان حرفه‌های تکراری‌شان را بارها و بارها تکرار می‌کنند. آنها انگشتانشان را آماده نگه داشته‌اند تا به طور مداوم اطرافیان را مقصر کارهای خودشان کنند و فراموش می‌کنند که خودشان مسئول تمام وقایعی هستند که برایشان اتفاق می‌افتد. بعد تعجب هم می‌کنند که چرا همیشه ناراحت هستند.

من هم در گذشته یک چنین شرایطی داشتم. افکارم مرتباً پیرامون مطالبی می‌چرخید که اصلاً دلم نمی‌خواست و چون همیشه تفکراتم حول محور یک سری مسائل منفی می‌چرخید، دقیقاً همان موارد منفی در زندگی اتفاق می‌افتاد. البته جای امیدواری اینجا بود که اجازه ندادم کار به جاهای باریک کشیده شود و متوجه شدم که باید افکارم را کنترل کنم. از آن به بعد تصمیم گرفتم که حیطه افکار خود را هر روز مثبت‌تر از دیروز کنم.

البته منظور من این نیست که بر روی احساسات خود درپوش بگذارید. احساسات یک مرحله عمیق‌تر از افکار هستند. به هر حال اگر احساس بدی داشته باشید باز هم به طور عمقی‌تر نوعی حس منفی به شما دست می‌دهد و باعث ایجاد منفی‌گرایی در درون شما می‌شود؛ اما به نظر می‌رسد که بیشتر اوقات افراد هیچ‌گونه کنترلی بر روی احساسات آنی خود ندارند. با خواندن این مقاله یاد می‌گیرید که تا آنجایی که بخواهید می‌توانید افکار خود را کنترل نمایید.

بیشتر دانشمندان قرن اخیر بر این باورند که به هر چیزی که فکر می‌کنید و بر روی آن تمرکز می‌کنید، برایتان اتفاق می‌افتد و به حقیقت می‌پیوندد. اندیشه پس از مدتی به عینیت مبدل می‌گردد. برای بدست آوردن چیزهای بهتر باید طرز تفکر خود را تغییر دهید. فیلم جالبی که در این زمینه ساخته شده و می‌تواند به تغییر شرایط شما کمک کند فیلم "راز (Secret)" می‌باشد.

یکی دیگر از موارد مهمی که در این زمینه باید به آن توجه داشته باشید، قانون وجود چرخه در طبیعت می‌باشد. به این ترتیب که افکار منفی باعث ایجاد احساسات منفی می‌شوند، پیرو آن اعمال منفی از فرد سر می‌زند، این امر سبب ایجاد شرایط منفی در وضعیت زندگی فرد می‌شود و همین امر مجدداً سبب ایجاد افکار منفی‌تری در ذهن فرد مورد نظر می‌شود.

تصور کنید که این چرخه یک برکه است. گاهی اوقات، مثلاً زمانی که در یک خواب عمیق و راحت هستید، برکه شما زلال و صاف است. زمانی که با زخم‌ها و آسیب‌های احساسی مواجه می‌شوید، در برکه شما گرداب بوجود آمده و افکار منفی در آن غوطه‌ور می‌شوند. افکار خوآگاه شما سطح این برکه را می‌پوشانند و احساسات عمیق آنرا تشکیل می‌دهند. هر گونه تغییر در اعماق برکه می‌تواند بر روی آبهای سطحی نیز تاثیر گذار واقع شود و هر گونه تلاطم در آب‌های سطحی بر روی آبهای پایین‌تر نیز تاثیر می‌گذارد.

اما جریانی که به طور کلی برای بیشتر افراد اتفاق می‌افتد به این شرح است: یک نفر تصمیم می‌گیرد که دامنه افکار، و به طور کلی زندگی خود را مثبت کند، اما باز هم احساس خوبی به او دست نمی‌دهد. مسئله‌ای که در این مرحله اتفاق می‌افتد صرفاً به این شکل است که چون فرد در مراحل ابتدایی تغییرات درونی قرار دارد ممکن است دچار تضادهایی شود. چون یک سری تغییرات از سطح به عمق تحمیل می‌شود، اعماق وجود فرد سعی می‌کند تا نوعی مخالفت را اعمال کند و عنان امور را به دست گیرد. به همین دلیل می‌توان اظهار داشت که مراحل ابتدایی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشند.

شاید در نگاه اول انجام دادن این کار کمی دشوار به نظر برسد، اما اینطور نیست؛ فقط کمی زمان می‌خواهید و قدری تعهد بیشتر. در ابتدا نوعی فیلتر وجود دارد که اجازه نمی‌دهد افکار مثبت به سطوح درونی‌تر نفوذ کنند. به همین دلیل روند تغییر فرد نیازمند زمان بیشتری است. زمانی که روی افکار مثبت پافشاری کنید، سطوح زیرین ابتدا آرام شده، متوقف می‌شوند و نهایتاً مطابق خواسته شما تغییر پیدا می‌کنند. از آن به بعد می‌توانید شاهد احساسات مثبت خود باشید.

در این موقعیت شما نه تنها خوب فکر می‌کنید بلکه احساس خوبی هم به شما دست می‌دهد و زمانی هم که یک ایده منفی به ذهن شما راه پیدا می‌کند به سرعت راه خروج خود را پیدا می‌کند و تاثیر کمتری را بر روی شما می‌گذارد.

اما به راستی شما چرا باید یک چنین کاری را انجام دهید؟ چرا باید مراقب فکر کردن خود باشید؟ چرا باید شیوه اندیشیدن خود را تغییر دهید؟ خوب اگر بخواهم خیلی راحت پاسخ شما را بدهم باید بگویم که آیا دوست دارید که خوشحال باشید؟ چگونه می‌توانید خوشحال باشید درحالی که هر لحظه یک فکر منفی به سوی ذهن شما روانه می‌گردد؟ آیا درحالی که افکار منفی، سرزنش‌گر و ناراحت‌کننده کنترل ذهن شما را به دست می‌گیرد، می‌توان انتظار شادکامی داشت؟

می‌خواهید خوشحال باشید؟ طرز تفکر خود را تغییر دهید.

در نهایت باید بگویم که اگر می‌خواهید دایره افکار خود را تغییر دهید، ابتدا باید نوع نگرش خود را قبول کنید و تعیین کنید که آیا فرد منفی‌گرایی هستید یا خیر؛ اما هیچ‌گاه نباید اجازه دهید که احساس گناه به شما دست بدهد. اگر احساس گناه داشته باشید هیچ‌گاه نمی‌توانید از افکار منفی خود دست بردارید و به مثبت‌اندیشی برسید.

چیزی که باید به خودتان بگویید این است: "در حال حاضر، من در حال تفکر به یک مسئله منفی هستم و نباید مسئولیت افکار خود را به گردن دیگران بیندازم. من اینطوری فکر می‌کنم چون تا این لحظه نمی‌

دانستم که حق انتخاب دارم، قبول می‌کنم که در حال منفی‌گرایی هستم و همین حالا موضع خود را به سوی مثبت‌اندیشی تغییر می‌دهم."

رابطه با دیگران را با شجاعت آغاز کنید

علیرغم همه تاکیدات و هشدارهایی که نسبت به مخاطرات ایجاد یک رابطه غلط به دیگران داده ام معتقدم باید برای آغاز یک رابطه " شجاعت " داشت و تا حدی دل به دریا زد. رابطه مندی با دیگران اگرچه به دقت و توجه ویژه نیاز دارد ولی نباید خودمان را اسیر احتمالات ناگوار یک رابطه بکنیم و باید ضمن رعایت اصول برقراری رابطه سالم ، جسارت بخرج دهیم و برای آغاز رابطه با دیگران پا پیش گذاریم .

زندگی کردن دل و جرات می‌خواهد . آدمهای ترسو فقط نفس می‌کشند ، زندگی نمی‌کنند ، چرا که بیم و دلهره بر زندگی آنها حکمفرماست ، و زندگی ای که ترس در آن جای داشته باشد ، از مرگ بدتر است . چنین آدمهایی در حالت پارانوئیا بسر می‌برند و از همه چیز می‌ترسند ؛ نه فقط از چیزهای واقعی ، بلکه از چیزهای خیالی و غیر واقعی هم واهمه دارند . از جهنم می‌ترسند ، از ارواح می‌ترسند ، از خدا می‌ترسند ؛ آنها از هزار و یک چیز که زاییده ی خیال خودشان یا دیگران است می‌ترسند . در نهایت ترس طوری در زندگی آنها رخنه و رشد می‌کند که زندگی برایشان غیرممکن می‌شود .

زندگی کار آدمهای با شهامت است . اولین اصلی که در زندگی باید فرا گرفت ، جرات و شجاعت است . با وجود همه ی ترسها و دلهره ها ، آدم باید به زندگی بپردازد . حالا چرا شهامت برای زندگی کردن لازم است ؟ برای اینکه زندگی ، فی نفسه نا امن و بی ثبات است . اگر همیشه نگران امنیت و آسایش خاطر باشی ، در حقیقت خود را در زندانی که با دستان خودت برای خویش ساخته ای محبوس می‌کنی . چنین مکانی شاید امن باشد ، ولی قطعاً زنده نیست ، در آن از ماجراجویی و سرمستی خبری نیست .

زندگی عبارت است از اکتشاف ، سفر به ناشناخته ها ، دست پیش بردن به سوی ستاره ها ! شجاع باش و همه چیز را پیش پای زندگی قربانی کن ؛ چرا که هیچ چیز از زندگی با ارزش تر نیست . زندگی خود را وقف چیزهای پیش پا افتاده مثل پول ، امنیت و آسایش خاطر نکن ؛ اینها ارزشی ندارند .

آدمی بایستی زندگی را بغایت ممکن تجربه کند ، فقط در آن صورت است که شادی واقعی را تجربه می‌کند ، تنها در آن هنگام است که وفور نعمت و برکت به وقوع می‌پیوندد .

آنهايي که می‌خواهند طعم واقعی زندگی را بچشند ، بایستی دل به دریا بزنند ، بایستی قدم به وادی نا شناخته ها بگذارند .

بنیادی ترین درسی که بایستی در این راه فرا گرفت ، این است : خانه ای وجود ندارد ، زندگی همچون زیارت است ، بدون آغاز ، بدون پایان . البته جاهایی هستند که می‌توانی استراحت کنی ، ولی آنها به مثابه استراحتگاه های شبانه هستند و صبح که سر زد ، باید مجدداً به راه بیفتی . زندگی جنبشی است مستمر که هیچ گاه به پایان نمی‌رسد ، زندگی جاودان است .

شروع و پایان ، ویژگی مرگ است .

ولی تو مرگ نیستی ؛ تو زندگی هستی .

مرگ توهم است. این مردم هستند که به مرگ موجودیت می بخشند، برای اینکه در آرزوی امنیت هستند. آرزو برای امنیت و آسایش خاطر، مرگ می آفریند، آدم را از زندگی می ترساند، انسان را در راه قدم نهادن به دنیای ناشناخته ها دچار شک و تردید می کند.

تنها خوراک زندگی، خطر کردن است. هرچه بیشتر ریسک کنی، بیشتر زنده هستی. وقتی این موضوع را درک کردی که ریسک کردن بایستی نه از روی یاس و عجز، بلکه از روی آگاهی و هشجاری درونی صورت پذیرد، آنگاه از زیبایی محض امکاناتی که ریسک کردن پیش روی تو می گذارد به وجد می آیی.

آدمی که بی خانمانی را از روی یاس و نومییدی قبول کند، مطلب دستگیرش نشده است. اگزستانسیالیسم هم در یک چنین جایی به بیراهه رفت. آنها خیلی به حقیقت نزدیک شده بودند، همانقدر که بودا نزدیک شده بود، ولی به بیراهه رفتند. بجای آنکه به سعادت و خوشی برسند، از این که زندگی هیچ معنایی ندارد، هیچ هدفی ندارد و هیچ امنیتی ندارد بسیار غمگین شدند. این تجربه آنها را بشدت تکان داد و متزلزل کرد.

بودا هم به نتیجه ی مشابهی رسید، ولی بجای اینکه غمگین شود، خود را به دنیای ناشناخته ها سپرد. او همه ی موانع را پشت سر گذاشت. او زندگی را آنطور که هست پذیرفت. قبول کرد که طبیعت زندگی چنین است و دلیلی ندارد که انسان احساس یاس و نومییدی کند. او متوجه شد که عدم امنیت، زندگی را زیبا می سازد، برای اینکه مسیر کاوش و خلاقیت را به روی انسان می گشاید و از طریق آن انسان می تواند به تجربیاتی نو و شگرف نایل آید. اگر در زندگی همه چیز امن، مطمئن و تضمین شده بود، دیگر شور و هیجان و سماعی وجود نداشت.

بودا با مشاهده ی اتفاقات غیر قابل باور و معجزه آسا در اطرافش به وجد می آمد و لذت می برد. عیسی همیشه به پیروانش می گفت: ((شاد باشید، شاد باشید، باز هم می گویم که شاد باشید.))

تمام زندگی یک نامزدی طولانی است

اغلب مردم تصور می کنند که ازدواج پایان دوران نامزدی است، ولی گروهی معتقدند که اینطور نیست. شما و همسرتان پس از ازدواج نیز باید به کارهایی که در دوران نامزدی انجام می داده اید، ادامه دهید و محیط ارتباطی خود را همواره مانند دوران پر هیجان نامزدی حفظ کنید.

اجازه دهید من با یک مثال این مطلب را برایتان بیشتر باز کنم. "مریم" با "بابک" ازدواج می کند. مریم در دوران نامزدی موهایش را تا شانها بلند می کند زیرا میدانند که بابک آن را دوست می دارد. روزهای پنجشنبه اغلب برای تماشای کنسرت موسیقی سنتی مورد علاقه بابک به تالار می روند. هر چند مریم از موسیقی سنتی خوشش نمی آید اما دوست دارد وقت خود را در کنار بابک بگذراند و می داند بابک هم

دوست دارد که با او به تماشای کنسرت بنشینند. او برای نوازندگان سازهای مورد علاقه بابک کف می زند و بابک هم تصور می کند که او از تماشای کنسرت لذت می برد.

زوجین هر شب با هم تلفنی صحبت می کنند، احساسات، آرزوها، ناکامی ها و کلیه وقایعی که در طول روز برایشان اتفاق افتاده را با یکدیگر در میان می گذارند. مریم از روی گشاده ای که بابک از خود نشان می دهد لذت می برد و بابک نیز لذت می برد که توانسته کسی را پیدا کند که شباهت های زیادی به او دارد. بارها و بارها جمعه شب ها بابک مریم را برای صرفه شام به یک رستوران زیبا می برد. مریم از گل هایی که بابک برایش هدیه می آورد بسیار خوشحال می شود.

بعد از مدتی بابک پول هایش را پس انداز می کند و برای مریم یک انگشتر می خرد. وقتی از مریم می خواهد که با او ازدواج کند، او با کمال میل قبول کرده، پاسخ مثبت می دهد و بعد از چند ماه با یکدیگر ازدواج می کنند.

برای یک سال اول هر دو بسیار شاد و خوشحال هستند، اما در نیمه های سال دوم کم کم همه چیز تغییر می کند. مریم حرفه مادرش را گوش داده، موهایش را کوتاه می کند تا سریع تر بتواند آنها را درست کند. او در این مورد به هیچ وجه با بابک مشورت نمی کند زیرا آرایشگر از قبل به او گفته "موهای توست و نه همسرت." زمانی که مریم به خانه می آید بابک متوجه کوتاه شدن موها می شود.

مریم با لبخندی از او سوال می کند: "خوشت می یاد؟" بابک با کمی تعلل میگوید: "بله" تنها به این خاطر که احساسات خانم را جریحه دار نکند. اما بابک ناراحت می شود چرا که او تا بعد از اینکه کار خود را انجام داده، از او هیچ نظری نخواستنه بود. به همین دلیل احساس می کند که مریم کمی غیر صمیمی است و کم کم در حال دور شدن از او می باشد.

برای بدتر شدن روابط، مریم به همراه بابک به تماشای کنسرت نمی رود. اول به بابک می گوید که کارهایی زیادی در خانه است که باید به آنها برسد، اما بعد از چند مرتبه که بابک پاسخ منفی از او می شنود دیگر در این زمینه از او سوالی نمی پرسد و به تنهایی به کنسرت می رود.

به دلیل شکافی که در بین این دو نفر به وجود آمده، بابک از محل کار خود با مریم تماس نمی گیرد. اول فراموش می کند که در اوقات بیکاری تماس بگیرد و پس از مدتی این کار به طور کامل قطع می شود. او دیگر برای مریم گل هم نمی آورد زیرا آنقدر خسته است که دوست ندارد در طول مسیر خود به سمت خانه برای خرید گل توقف کند. زمانی که این شکاف بیشتر می شود، بابک دیگر وقایع روزانه خود را برای مریم تعریف نمی کند. زمانی که خانم از او می پرسد امروز چه خبری بود، او معمولاً آهی می کشد و می گوید: "خوب بود."

یکسال بعد، پای آنها به دفتر مشاوره خانواده کشیده می شود و در مورد طلاق صحبت می کنند. متأسفانه، این یک موقعیت کاملاً طبیعی است که در بسیاری از خانواده های امروزی به چشم می خورد.

روزهای خوش قدیم

در حین دوران نامزدی معمولا شما بهترین لباس های خود را می پوشید تا بتوانید بیشترین تاثیر را بر روی همسر خود بگذارید و با او به بهترین نحو رفتار می کنید. به احتمال قریب به یقین ساعت های متمادی به صورت تلفنی با هم صحبت می کنید و در این میان کلیه احساسات، آرزوها و علایق خود را با هم در میان می گذارید. شاید به تماشای فیلمی بروید که اصلا خوشتان نمی آید اما این کار را تنها به آن خاطر انجام می دهید که زن و یا شوهرتان از دیدن آن لذت می برد.

و مطمئن هستیم که هیچ کدامتان اصلا فکر نمی کنید که با شروع زندگی مشترک هیچ یک از آنها تغییر کنند. شاید تعجب کنید اگر به شما بگوییم که بسیاری از مشکلاتی که در زندگی های زناشویی روی می دهد، تنها با تشبیت "ارزش های دوران نامزدی" قابل برگشت خواهد بود. همچنین زوج های تازه ازدواج کرده باید اصول اولیه پیوند زناشویی را برای همیشه در ذهن خود نگه داند و به انجام آن بپردازند. این کار نیازمند کار و برنامه می باشد اما نتیجه بدست آمده ارزش آن را خواهد داشت.

به موفقیت پشت نکند

اگر همسر شما بداند که با شروع زندگی مشترک شما از انجام کارهایی که قبلا میکرده اید دست خواهید کشید، آیا به هیچ وجه راضی می شود که با شما ازدواج کند؟

ازدواج مسئله ای استرس زا است در حالی که نامزدی چنین خصوصیتی را دارا نمی باشد. شاید بسیاری از افراد معتقد باشند که دوران نامزدی جزء زمانهای رویایی می باشد و ازدواج جزء واقعیت های زندگی است. درست است که ما نمی توانیم تمام کارهایی را که می خواهیم بعد از ازدواج نیز انجام دهیم، اما می توانیم به انجام کارهایی که ما را به سمت ازدواج رهنمون ساختند ادامه دهیم.

دچار سوء تفاهم نشوید، منظور من این نیست که چون طرف شما تغییر می کند پس شما نیز ملزم به انجام تعهدات خود نیستید. بلکه باید موفقیت را با تمام وجود بخواهید البته اگر طالب یک زندگی موفق زناشویی هستید. شما همسر خود را بر اساس شخصیت و رفتارهایش انتخاب می کنید و او نیز شما را بر همین اساس انتخاب می کند. اگر در رفتار هر یک تغییری مشاهده شود، دیگری احساس ناراحتی کرده تصور می کند که گول خورده و به او خیانت شده.

بنابراین تا آنجا که ممکن است سعی کنید برای همیشه کارهایی را انجام دهید که در همان روزهای اولیه زندگی خود انجام می دادید. با ادامه دادن به این کارها به راحتی می توانید قلب همسر خود را برای همیشه به تصاحب خود در آورید.

اگر روند زندگی مشترک شما آنطور که باید پیش نمی رود، سعی کنید همه چیز را از اول شروع کنید.

ارتباط شغلی

به نظر من ارتباطات شغلی یکی از پیچیده ترین نوع روابط انسانی است زیرا اولاً شما در این شکل از ارتباطات با افراد مختلفی سر و کار دارید و ثانياً مکانیزم ارتباط شما با هر یک از همکاران تفاوت دارد. بنابراین

این نمی توان الگوی ثابتی برای تاثیر گذاری در روابط شغلی ارائه کرد . اما آنچه که در میان اغلب روابط شغلی به عنوان فاکتور های مشترک موفقیت شناخته شده عبارتست از :

۱- معرفی صحیح

وقتی دونفر بایکدیگر رابطه شغلی را آغاز می کنند باید از همان اول راه خود را به یکدیگر کامل و صحیح معرفی کنند . چنین معرفی شامل بیان علایق و تشریح نقاط ضعف است . کلیه رفتار ها و پندارهایی که برای هریک از طرفین دارای ارزش می باشد باید معرفی شود ، از طرف دیگر آنچه که موجب رنجش خاطر و کدورت بین افراد می شود باید در همان ابتدای ارتباطات شغلی بیان و تشریح شود .

چقدر خوب است افرادی که می دانند مدت طولانی را باید در یک محیط شغلی با همکار خود به سر ببرند ، از همان ابتدا قوانین ارتباط سالم را میان خود وضع کنند . حقوق ارتباطات فردی و نیز تشویق ها و تنبیهاات ارتباطی نیز باید تشریح شود تا هریک از طرفین بدانند که با همکار خود چگونه رفتار کنند .

غالب افرادی که از ارتباطات شغلی خود ناراضی هستند هیچگاه در صدد معرفی صحیح خود به همکارانشان و یا درک واقعی ویژگی های شخصیتی آنها بر نیامده اند .

بیشتر افراد تصور می کنند به صرف یک سلام و علیک در محیط شغلی می توانند به همکار خود اعتماد کنند و یا از او انتظارات خاص داشته باشند

از سوی دیگر از آنجا که حدود ظرفیت روحی خود را برای همکارانشان تشریح نکرده اند از شوخی های آنان در محیط شغلی می رنجند و آنها را مزاحم و تحقیر کننده خود می پندارند . در صورتی که اگر ظرفیت ها و خواست های خود را برای همکارانمان معرفی کنیم بطور قطع کمتر کسی تمایل به نادیده گرفتن این ظرفیت ها را دارد .

یک نکته مهم در معرفی سالم خود ، عدم تشریح مو به موی تمام زوایای زندگی فردیست . بسیار برخورد می کنم با افرادی که تمام زوایای زندگی فردی خود را در محیط شغلی تشریح کرده اند و از اینکه مورد سواستفاده قرار گیرند واهمه دارند.

پر واضح است که اگرچه اغلب ساعات روز را در کنار همکاران خود بسر می بریم ولی مسائل زندگی بیرون از محیط شغلی ما به آنها ارتباطی ندارد . عکس این قضیه نیز صادق است . یعنی مسائل محیط شغلی ما به زندگی بیرون از محیط شغلی ارتباطی ندارد و نباید این دو مساله را در هم ادغام کنیم.

به عنوان نکته مکمل باید عرض کنم که همکارانی در محیط شغلی خود موفق هستند که ضمن احترام به شخصیت همکار خود در جهت تقویت رابط با یکدیگر تلاش می کنند .

سایر موارد را در جلسه های بعدی عرض خواهم کرد.

۲- انتظارات شغلی

در ادامه معرفی راههای برقراری ارتباطات سالم شغلی باید عرض کنم که دومین عامل سلامت روابط انسانی در محیط کاری عبارتست از :

درک توانمندیها فردی و انصاف در انتظارات شغلی

پر واضح است که بعد از معرفی سالم خود به همکارانمان در یک محیط شغلی و آشنایی با ویژگی ها و خصوصیات آنها باید چارچوبی برای توانمندیهای فردی خود و انتظاراتمان از ادای وظایف شغلی توسط همکاران ترسیم کنیم. در این صورت همکارانمان وظایف اداری مطابق با توانایی های فردی به ما محول می کنند که ضریب موفقیت ما در اعمال اینگونه وظایف بالاتر است و در نتیجه موجب تحیم و تداوم روابط سالم شغلی ما می شود.

از سوی دیگر باید انتظارات خود از انجام وظایف شغلی توسط همکارانمان را خوب تشریح کنیم. به عنوان مثال به یک خانم تایپیست شاغل در یک نهاد اداری باید دقیقاً تشریح کرد که وظایف شغلی وی و انتظارات ما از انجام وظایف او چیست. این مساله همان ترسیم شرح وظایف اداری است که تخطی از آن به معنای عدم اجرای وظایف اداری می باشد.

در تنظیم وظایف شغلی همکارانمان باید حتماً به میزان توانایی آنها در انجام این وظایف توجه کنیم. به عنوان مثال برای عموم خانم های شاغل و به ویژه متاهلین انجام وظایف شغلی خارج از ساعت اداری مشکل است و اصرار مدیران به انجام اینگونه وظایف اداری به سلامت رابطه شغلی آنان لطمه می زند. همچنین شاغلین در ادارات باید به این نکته توجه کنند که همواره در تمام طول دوران خدمت خود "موظف" به انجام وظایف شغلی هستند که برای ردیف و عنوان شغلی آنها تعریف شده است. به وفور شاهدیم که افراد در مناصب شغلی مختلف به محض کسب سنوات کاری، از انجام وظایف خود طفره می روند و به نوعی حقوق اجتماعی جدیدی برای خود تعریف می کنند که پشتوانه آن، بالارفتن سنوات کاری آنهاست. این معضل پیچیده ریشه در نقص فرهنگ کار در جامعه ما دارد که از حوصله این بحث خارج است ولی تا همین حد بسنده می کنم که عدم توجه به انجام وظایف شغلی موجب تضعیف روابط سالم در محیط شغلی می شود.

امید بخشی به دیگران

یکی از دوستانم مطلبی برایم ارسال کرد و طی آن سعی نمود تاثیر امید بخشی به دیگران را در ایجاد ارتباط با آنها نمایان سازد. به نظرم مطالعه این مطلب به عنوان یکی از دروس مبانی ارتباطات انسانی خالی از لطف نیست

گروهی از قورباغه ها از بیشه ای عبور می کردند. دو قورباغه از بین آنها درون گودال عمیقی افتادند. وقتی دیگر قورباغه ها دیدند که گودال چقدر عمیق است، به دو قورباغه گفتند آنها دیگر می میرند. دو قورباغه نصایح آنها را نادیده گرفتند و سعی کردند با تمام توانشان از گودال بیرون بیروند. سرانجام یکی از آنها به آنچه دیگر قورباغه ها می گفتند، اعتنا کرد و دست از تلاش برداشت. به زمین افتاد و مرد. قورباغه دیگر به تلاش ادامه داد تا جایی که توان داشت. بار دیگر قورباغه ها سرش فریاد کشیدند که دست از رنج کشیدن بردارد و بمیرد. او سخت تر شروع به پریدن کرد و سرانجام بیرون آمد. وقتی او از آنجا خارج شد. قورباغه های دیگر به او گفتند: آیا صدای ما را نشنیدی؟ قورباغه به آنها توضیح داد که او ناشنوا است. او فکر کرد که قورباغه ها، تمام مدت او را تشویق می کردند.

این داستان دو درس به ما می آموزد:

۱- قدرت زندگی و مرگ در زبان است. یک واژه دلگرم کننده به کسی که غمگین است می تواند باعث پیشرفت او شود و کمک کند در طول روز سرزنده باشند.

۲- یک واژه مخرب به کسی که غمگین است می تواند موجب مرگ او شود. در حالیکه یک واژه دلگرم کننده می تواند انسانی را به زندگی و ارتباط بیشتر با دیگران امیدوار کند. پس مراقب آنچه می گویی باش.

رفتار با مخاطبان دشوار

همه ما هر روز با افراد دشوار سر و کار داریم. گاهی اوقات کافی است در آینه نگاه کنیم تا یکی از آنها را ببینیم. شما نمی توانید همیشه از افراد مسئله ساز دوری کنید. شناخت این افراد و چگونگی برخورد با آنها به شما کمک خواهد کرد تا ارتباطات بهتری داشته باشید. این مقاله روشهایی را برای شناخت و برقراری ارتباط با افراد دشوار بیان می کند.

اداره موقعیتهای دشوار، بخشی از زندگی روزانه ماست. همه ما هر روز با افراد دشوار سر و کار داریم و این افراد را می شناسیم. شاید هیچ چیز به اندازه برخورد با این افراد، خسته کننده و ملال آور نباشد. این افراد انرژی ما را تحلیل می برند، احساساتمان را تحریک می کنند، حوصله همه را سر می برند و ما را در حالتی نامطلوب قرار می دهند. این رفتارها در محل کار براحتی می توانند یک محیط شاد را نابود کنند، کارایی را کاهش دهند و روحیه افراد را پایین آورند. هر یک از ما نیز به نوعی در درون خود شخصیت دشواری را پنهان کرده ایم. گاهی اوقات کافی است در آینه نگاه کنیم تا آن را بهتر ببینیم.

برخی از ما می توانیم این شخصیت را بخوبی مخفی کنیم اما گاهی در موقعیتهای رقابتی و شرایط حاد (مثل رانندگی در ترافیک، انجام یک بازی رقابتی و ...) آن را نشان می دهیم.

متاسفانه جامعه به ما یاد داده است که بهترین روش رفتار با افراد مسئله سازی که ما را آزار می دهند، نادیده گرفتن آنهاست. به همین علت از کودکی آموخته ایم با چنین افرادی معاشرت نکنیم. اما نادیده گرفتن این موقعیتهای به ضرر ماست چرا که نحوه برخورد ما با شخصیت دشوار درونی و دیگر افراد بدقلق هنری است که هر فردی از آن اطلاعی ندارد. برخورد مناسب با این افراد باعث می شود از فشارهای عصبی ناشی از رفتارهای ناشایست دیگران بکاهیم و کار خود را موثرتر و سودمندتر انجام دهیم.

افراد دشوار (افراد بدقلق یا افراد مسئله ساز) در هر شکل و لباسی ظاهر می شوند، ولی خصوصیات مشترک همه آنها این است که رفتار و برخورد آنها همیشه برای یک نفر ایجاد مشکل می کند. هنگام برخورد با افراد دشوار باید علائمی را که از خود بروز می دهند بشناسیم و ماهیت آن را تشخیص دهیم. به این ترتیب می توانیم اثر نامطلوب رفتار آنها را به کمترین حد برسانیم. این یک واقعیت مسلم است که هنگامی می توانیم در دیگران نفوذ کنیم که آنها را همانطور که هستند ببینیم نه آنگونه که آنها می خواهند یا خودمان میل داریم.

ما باید حضور افراد دشوار را در زندگی مان بپذیریم. الهام گرفتن از تعالیم دینی و آموزه های مذهبی در این مورد به ما کمک می کند. تمامی انبیا الهی و افراد صالح در جریان انجام رسالت خود همواره با چنین

افرادی برخورد داشته اند. رفتار دوستانه و به دور از خشونت آنها، الگوی مناسبی برای برخورد ما با افراد دشوار است. یادگیری کنترل احساسات و واکنشهای شخصی نیز هنگام برخورد با افراد دشوار اهمیت بسیاری دارد. باید از خود پرسیم چرا این افراد برای ما مسئله ساز هستند و سعی کنیم نگرش منفی نسبت به این اشخاص را در خود از بین ببریم. زیرا گاهی اوقات علت رفتارهای دشوار دیگران، رفتارهای غیر اصولی خود ماست. وقتی با یک فرد دشوار برخورد می کنیم باید به این موضوع توجه کنیم که چه چیز باعث می شود یک نفر چنین گفتار و رفتاری داشته باشد. در این صورت در موقعیتی قرار می گیریم که نه تنها می توانیم شرایط دشوار را کنترل کنیم، بلکه طرف مقابل را نیز یاری می دهیم مشکل خود را حل کند.

انواع اشخاص مسئله ساز و روش برخورد با آنها

شما همیشه نمی توانید از افراد مسئله ساز دوری کنید. شناسایی انواع رفتارهای مسئله ساز به شما کمک می کند تا به نحو مطلوب موقعیتهای دشوار را بخصوص در سازمان اداره کنید. طبقه بندیهای مختلفی از انواع رفتارهای دشوار در مقالات و نوشته های گوناگون انجام شده است. در این مقاله سعی شده است تا با بهره گیری از منابع مختلف، انواع عمده افراد دشوار و بدقلق و روش برخورد با آنها مورد بررسی قرار گیرد.

به طور کلی می توان انواع اصلی افراد دشوار را به صورت زیر طبقه بندی کرد:

۱- زورگو و متخاصم

این شخصیت عصبانی و متخاصم است و عصبانیت خود را با اعمال زور نشان می دهد. خصومت، کینه توزی، استفاده از کلمات نیشدار، امتناع از کارهای گروهی و خودپسندی و تکبر از جمله ویژگیهای این افراد است. آنها دلشان می خواهد همیشه غالب و مسلط باشند و سعی می کنند با توسل به هر شیوه و روشی به خواسته های خود برسند.

راه حل: درمقابل آنها بایستید، اما سعی نکنید با آنها بجنگید. هرگز رفتار آنها را تحمل نکنید بلکه در مقابل آنها قاطع، محکم، جسور و با اعتماد به نفس باشید.

۲- همیشه شاکی

از نظر این افراد تنها چیزی که زندگی به آنها عطا کرده، بدشانسی است. آنها به جای پیدا کردن راه حل برای مسائل و مشکلات، عادت کرده اند که شکایت کنند و بهانه بگیرند. نگرشهای این افراد مسموم و متاسفانه بیماری آنها واگیر است. این افراد بندرت سعی می کنند شرایط ناخواسته را تغییر دهند، در عوض دائم دقیقاً مثل بچه ای که به او اجازه کاری داده نمی شود رفتار می کنند. اجازه ندادن باعث منفی بافی او می شود. جمله معروف آنها این است: «هیچ کس مرا دوست ندارد».

راه حل: به این افراد نشان دهید که مسائل آنها را می بینید و می شنوید، زیرا آنها به محیط حمایتی و تشویق احتیاج دارند. همچنین باید سطح فشار و استرس را برای این افراد پایین آورد. علاوه بر این به آنها اجازه شکایت کردن ندهید، مگر زمانی که راه حلی برای مشکل پیش آمده داشته باشند.

۳- وسواسی و کمال گرا

این افراد دلشان می خواهد کارها به بهترین نحو ممکن انجام گیرد. چنین افرادی درعین حال که ممکن است خسته کننده و ملال آور به نظر برسند، اما دارای مهارتهای تجزیه و تحلیلی اند که مستلزم توجه زیاد به

جزئیات است. استانداردهای عملکرد این افراد در سطح بسیار بالایی قرار دارد. در برخی مواقع کار خوبی که توسط دیگران مورد تمجید واقع می شود از نظر این افراد قابل قبول نیست. جمله معروف آنها این است: «این کار می توانست بهتر انجام شود».

راه حل: در صورتی که در برخورد با این افراد، واقعیتها و منطق را ارائه دهید، می توانید بهترین بهره را از آنها ببرید. در عین حال حرفهای این افراد را درباره بهتر انجام شدن کارها جدی نگیرید. آنها معمولاً نقاط ضعف خودشان را بیان می کنند نه نقاط ضعف شما را. سعی کنید با این افراد به گونه ای کار کنید تا بتوانند انتظارات واقعی برای خود و دیگران داشته باشند و مطابق انتظارات واقعی عمل کنند.

۴- افراد یخی

این افراد برای تغییر آمادگی ندارند و هر تغییری - هر چند کوچک - می تواند آنها را نگران و آشفته سازد و آغازی برای رفتار منفی در آنها باشد. جمله معروف آنها این است: «راه قدیمی بهتر است».

راه حل: در مقابل این افراد صبور باشید، زیرا ممکن است در مسیر انجام تغییرات مانع تراشی کنند. این افراد را در تغییر درگیر کنید یا از تغییرات تدریجی برای ایجاد فرصت مناسب برای آنها استفاده کنید.

۵- افراد بسته

راههای برقراری ارتباط با این افراد مسدود است. این افراد بسیار تودار و دیرجوش هستند و تنهایی و خلوت را به بودن در میان جمع ترجیح می دهند. آنها هرگز درباره تفکرات و احساسات خود صحبت نمی کنند و به همین دلیل ارتباطات محدودی دارند. «حوصله ندارم» یا «فعلاً وقت ندارم» از جملاتی است که آنها برای فرار از جمع از آن استفاده می کنند.

راه حل: برای برقراری ارتباط با این افراد باید حوصله کنید. ممکن است مدتی طول بکشد تا این گونه افراد احساس راحتی بکنند و با شما راحت تر و بهتر برخورد کنند. هنگام صحبت با این افراد از سوالات باز استفاده کنید و آنها را به شرکت در بحثها تشویق کنید.

۶- کم حرف و منفعل

این افراد زیاد سخن نمی گویند. حتی اگر اصرار کنید، فریاد بکشید یا از آنها خواهش کنید، جوابی بیشتر از آری یا خیر نخواهید شنید. این افراد حتی زمانی که باید از حقوق خود دفاع کنند، ساکت می مانند. در نتیجه غالباً مورد ظلم قرار می گیرند. فرد منفعل همیشه احساس ناامنی می کند و اعتماد به نفس بسیار پایینی دارد. آنها غالباً از شرکت در تصمیم گیریها امتناع می کنند و یا نظری ارائه نمی دهند.

راه حل: این افراد شدیداً به اعتماد به نفس و حمایت احتیاج دارند و باید بطور مستقیم از آنها انجام اموری را که می توانند انجام دهند خواسته شود. تشویق نیز در ایجاد اعتماد به نفس آنها بسیار موثر است.

۷- افرادی که می گویند: «کار من نیست»

این افراد دائم از زیر بار قبول مسئولیتهای بیشتر شانه خالی کرده و منفی بودن خود را با رد کردن انجام کارهایی که باید برعهده بگیرند، ظاهر می کنند.

معمولاً دوستان و همکاران این افراد باید کارهای مربوط به آنها را انجام دهند و این در حالی است که این افراد انجام آن کارها را جزء وظایف آنها می دانند نه وظایف خودشان. جمله معروف آنها این است: «این کار جز وظایف و شرح شغلی که من باید انجام دهم نیست».

راه حل: سعی کنید شرح شغل این افراد را واضح و روشن در اختیار آنها قرار دهید، تا جایی برای توجیحات آنها باقی نماند. بازرسی و کنترل غیر محسوس نیز در برخی مواقع می تواند کارساز باشد.

۸- شایعه پراکن ها

این افراد از شایعه بعنوان سلاح قوی جهت کنترل روی دیگران و محیط استفاده می کنند. آنها با پخش شایعه و درگیر کردن دیگران در مسائل مربوط به آن لذت می برند و احساس مهم بودن می کنند. جمله معروف آنها این است: «اجازه بده من بگویم چه اتفاقی دارد می افتد».

راه حل: بهترین راه جلوگیری از شایعه سازی در سازمان، دادن اطلاعات و حقایق لازم و کافی به افراد است. وقتی افراد سازمان از کلیه اطلاعات مربوط به مسائل سازمان آگاهی داشته باشند، به شایعه و افراد شایعه پراکن توجهی نمی کنند. در نتیجه انگیزه ای برای این افراد بمنظور ایجاد شایعه و پخش آن باقی نمی ماند.

۹- افراد منفی گرا

این افراد نگرش بدی نسبت به دنیا دارند. آنها فکر می کنند که دنیا بر سرشان خراب شده است. آنها از شیوه انجام امور ناراضی هستند و مهم نیست شماچقدر تلاش کنید تا کاری برایشان انجام دهید. در واقع این افراد همیشه نیمه خالی لیوان را می بینند و برای انجام یک کار بیشتر بر عواقب منفی آن تأکید دارند تا نتایج مثبت. این افراد اعضای خوبی برای کارهای گروهی نیستند. جمله معروف آنها این است: «من می دانم این کار شدنی نیست».

راه حل: تغییر نگرش افراد منفی گرا کار آسانی نیست. اما شما باید آنها را مجبور به تطبیق با عاداتهای مثبت کنید تا از عاداتهای منفی دور شوند. ایجاد تفکرات مثبت و نشان دادن نتایج خوب کارهایی که او امیدی به انجام آنها نداشته است، می تواند به این اشخاص کمک کند.

۱۰- افراد غیر متعهد

این افراد آن قدر برای انجام کاری بهانه می آورند تا شخص دیگری آن را انجام دهد و یا آن قدر در انجام تصمیمی تعلل می کنند که ارزش آن از بین می رود. آنها کار خود را بطور جدی انجام نمی دهند، زیرا کار برای آنها اولویت ندارد. انجام امور شخصی و پرداختن به مسائل غیر کاری برای آنها مهمتر از انجام کارهای سازمانی است. جمله معروف آنها این است: «او می تواند منتظر شود».

راه حل: دلیل اصلی تأخیر و تعلل آنها را سوال کنید. این افراد معمولاً احتیاج به اهداف و استانداردهای واضح و انتظارات رسمی دارند و اینها باید به او ابلاغ شود. همچنین آنها به یک سیستم نظارتی بسته نیازمندند تا نتوانند براحتی از زیر کار شانه خالی کنند.

۱۱- افراد همیشه منتقد

این افراد همیشه با کلمات نیشدار و انتقادات بی‌مورد خود، دیگران را آزار می‌دهند. آنها درباره هر ایده ای، انتقادات خاص خود را دارند؛ چه آن ایده، خوب باشد یا بد. هدف این افراد مخالفت با تمام چیزهایی است که گفته می‌شود. آنها هر جا می‌روند مشکلات را پیدا می‌کنند. جمله معروف این افراد این است: «ایده بدی است».

راه حل: در مذاکره و گفتگو با افراد انتقاد کننده بر اطلاعات تمرکز کنید. از آنها درباره علت انتقاد و مخالفتشان سوال کنید و همیشه آنها را برای اطلاعات بیشتر تحت فشار قرار دهید. هرگز رفتارهای نامناسب چنین افرادی را تأیید نکنید.

۱۲- افراد خودخواه

افراد خودخواه، همیشه می‌خواهند راه خود را ادامه دهند و فکر می‌کنند همه چیز را می‌دانند. در واقع این افراد می‌خواهند نداشتن امنیت خود را به گونه ای پنهان کنند.

راه حل: با این افراد تنها بر اساس حقایق و واقعیتها رفتار کنید. قبل از ملاقات با آنها تمام اطلاعات مورد نیاز را بدست آورید و خود را برای پاسخ به سوالات آنها آماده کنید. به یاد داشته باشید برخورد تهاجم آمیز یا تسلیم در برابر آنها کارساز نخواهد بود.

۱۳- افراد فداکار (قربانی)

این افراد قلب خونین سازمان هستند. آنها زود سرکار می‌آیند و دیر می‌روند و یار و پشتیبان همکاران و دوستانشان هستند. از آنها هر کاری که بخواهید انجام می‌دهند، زیرا این افراد معمولاً به دلیل مسائل شخصی ترجیح می‌دهند بیشتر اوقات زندگی خود را در محیط سازمان بگذرانند. در صورتی که از خدمات آنها قدردانی نکنید، منفی‌گری آنها آغاز می‌شود. جمله معروف افراد فداکار این است: «من زندگی ام را وقف این شرکت کردم، ولی برای هیچ کس مهم نیست».

راه حل: به حرفهای این افراد گوش دهید و به آنها نشان دهید که وجودشان تا چه اندازه برای سازمان اهمیت دارد. از تلاشها و همکاری آنها صمیمانه قدردانی کنید و این کار را در حضور دیگر کارکنان انجام دهید.

۱۴- افراد خود سرزنی کن

این افراد همواره کمبودهایی را در عملکرد کاری و رفتاری خود می‌یابند و دائم خود را ملامت می‌کنند. آنها از هیچ

یک از جنبه های زندگی شخصی و کاری خود راضی نیستند. جمله معروف آنها: «من توبیخ خواهم شد. من می‌توانستم این کار را بهتر انجام دهم».

راه حل: اعتماد به نفس آنها را بالا ببرید و از کارهای مثبت و خوب آنها قدردانی کنید. به آنها نشان دهید آن طور که خودشان فکر می‌کنند بی‌دست و پا و کار خراب کن نیستند.

۱۵- افراد پرحرف

این افراد به قدری حرف می‌زنند که اجازه صحبت به افراد دیگر نمی‌دهند. جالب اینجاست که بیشتر حرفهای آنها اصلاً ربطی به موضوع مورد بحث ندارد و صرفاً از دست دادن وقت و زمان مفید است.

راه حل: برخورد با این افراد این است که به آنها تنها چند دقیقه فرصت صحبت کردن داده شود. در صورتی که باز هم به حرف زدن ادامه دادند، به هیچ وجه رفتار آنها را تحمل نکنید. به آنها بگویید، باید بروید و فرصتی برای گوش دادن به حرفهای آنها ندارید.

۱۶- افراد نامنظم

این افراد در انجام وظایف و شرکت در جلسات، نظم و ترتیب را رعایت نمی کنند و نوعی آشفتگی در رفتار و کردار آنها دیده می شود. آنها دائم به دنبال وسایل خود می گردند و همیشه در جلسات تأخیر دارند.

راه حل: برای برخورد با این افراد نظم و انضباط را عامل مهمی در ارزیابی عملکردشان اعلام کنید و آنها را به مرتب بودن تشویق کنید.

۱۷- افراد بی مسئولیت

این افراد تحمل قبول مسئولیت یا توبیخ بابت اشتباه را ندارند. آنها از زیر بار مسائل شانه خالی می کنند و انگشت اتهام خود را همیشه به سمت دیگران نشانه می روند. جمله معروف آنها این است: « من این کار را نکردم، فلانی آن کار را انجام داد».

راه حل: با آنها قاطع برخورد کنید و بطور مستقیم اشتباهشان را با دلیل برایشان توضیح دهید تا نتوانند اشتباه را به دیگری منتقل کنند.

۱۸- افراد پوست تخم مرغی

این افراد بسیار حساس هستند و بی اهمیت ترین مسائل آنها را ناراحت می کند. روحیه حساس آنها باعث می شود دیگران در برخورد با آنها بسیار محتاط باشند و از برقراری ارتباط با آنها احساس راحتی نکنند.

راه حل: بازخورد، به این افراد باید سریع و مستقیم نباشد، بلکه به آرامی و با توجه به شخصیت آنها باشد. در برقراری ارتباط با آنها شخصیت حساسشان را در نظر بگیرید.

۱۹- افراد ریزنگر

این افراد همواره می گویند: « من احتیاج به چک کردن مجدد کار دارم، شاید چیزی از زیر دستم رد شده باشد.» آنها به جزئی ترین و ریزترین موارد یک مسئله توجه می کنند و گاهی به خاطر یک مسئله کوچک اوقات دیگران را تلخ می کنند.

راه حل: آنها را عادت دهید در کنار توجه به جزئیات به مسائل کلی و اصلی توجه کنند. آنها باید یاد بگیرند کلیات و جزئیات را با هم در نظر بگیرند و به دلیل مسائل جزئی کل پروژه را به تأخیر و خطر نیاندازند.

۲۰- افراد خیلی خوب

این افراد به نظر می رسد که با شما موافق هستند، اما چنانچه کاری را که آنها از شما خواسته اند انجام ندهید، مسئله ساز می شوند.

راه حل: این افراد به تأیید بسیار نیاز دارند. به آنها نشان دهید، دوستشان دارید و برایشان ارزش قائلید.

نکاتی در برخورد با افراد دشوار

همه افراد در برخی شرایط غیر قابل پیش بینی و تحریک پذیر می شوند. در برخورد با افراد مسئله ساز موارد زیر را همواره به خاطر داشته باشید:

- تفاوت‌های افراد را بیشتر و بیشتر بشناسید. تفاوت‌ها همواره منجر به اصطکاک می شود. اگر تفاوت میان انسانها را یک موهبت- نه یک مسئله- بدانید، می توانید به خوبی موقعیتهای دشوار را اداره کنید.
- مطمئن باشید که همه افراد سازش و هماهنگی را دوست دارند. این اندیشه که دیگران به دنبال تحقیر و صدمه زدن به ما هستند، درست نیست. مطمئن باشید همه توافق و یکدلی را دوست دارند. با اعتقاد به این مسئله شما فرصت پیدا می کنید، درهای گفتگو را برای رسیدن به توافقات دو جانبه باز کنید.
- باور کنید که می توانید در کنار افراد مسئله ساز بدون تنش و اصطکاک کار کنید. شما ممکن است که با افراد دشوار دوست و صمیمی نباشید، اما می توانید با آنها رفتار مسالمت آمیز داشته باشید. سعی کنید به خواسته های هم احترام بگذارید.
- در تله افراد دشوار گرفتار نشوید. وقتی دیگران به گونه ای رفتار می کنند که شما عصبانی و خشمگین می شوید، در واقع شما را در تله خود گرفتار کرده اند. ما اغلب در تله رفتارها، گفتارها، لبخندها و نگاههای افراد گرفتار می شویم. نباید اجازه دهیم رفتارهای افراد مسئله ساز، ما را در کنترل رفتارمان دچار مشکل سازد و آنها را بر ما مسلط گرداند.
- گوش کنید؛ گوش کنید؛ گوش کنید_ وقتی دیگران بدانند شما حرفهای آنها را می شنوید و به مسائلشان اهمیت می دهید، کمتر رفتارهای دشوار را از خود بروز می دهند.
- برای ایجاد رابطه بهتر افراد را با نام صدا بزنید(نام هر فرد گرمترین آهنگی است که او می شنود و دوست دارد بشنود).
- افراد را سرزنش نکنید. سرزنش افراد، آنها را برای بروز رفتارهای مسئله ساز مستعد می سازد.
- مراقب بلندی و لحن صدا و زبان بدن خود باشید. استفاده از زبان بدن به شما کمک می کند ارتباط بهتری را با دیگران برقرار سازید. با برقراری ارتباطات عمیق و اصولی، فرصت کمتری برای نشان دادن تعارضات و رفتارهای دشوار ایجاد می شود.
- از به کار بردن کلمات زیر پرهیز کنید: باید، ولی، من می خواهم...، متاسفم، نمی توانی و.....
- اگر طالب صداقت هستید با دیگران نیز صادقانه برخورد کنید و به تعهدات خود عمل کنید.
- استفاده از کلمات جادویی را بیاموزید. در دامنه لغات ما، کلمات زیادی وجود دارند که اثرات فوق العاده ای بر جای می گذارند. این کلمات را بیابید و از آنها استفاده کنید.
- فنون مذاکره را یاد بگیرید چرا که موفقیت در زندگی امروز در گرو ارتباطات خوب است و مذاکره در این راه به شما کمک می کند.

استقلال

این روزها بسیار با مردان و زنانی روبرو می شوم که از عدم استقلال همسر خود ناراضی هستند. آنها می گویند همسرشان بسیار وابسته به خانواده پدر و مادر خود است و هر خط و ربطی را باید با اذن و اجازه آنها

انجام دهد. آنها معتقدند که همسرشان هنوز به بلوغ و استقلال نرسیده و توانایی تصمیم گیری ندارد و حتی کوچکترین مباحث زناشویی و یا موضوعات پیش پا افتاده را به خانواده پدری خود منتقل می کند. کار این قبیل افراد از نظر همسرشان نوعی بچگی، ناپختگی، خبرچینی، بچه ننه گی و تعابیری از این دست است.

خوب راه حل چیست؟

یافتن استقلال فکری و عملی در زوجین در وهله نخست به تمرین نیاز دارد. وابستگی فکری و عملی همسران به خانواده پدری خود مرهون نوع تربیت آنها در گذشته است. بطور قطع این قبیل افراد وابسته در گذشته هرگز به گونه ای تربیت نشده اند که مستقل فکر کنند و مستقل رفتار کنند.

کسی که با شروع یک زندگی زناشویی هنوز به آن حد از استقلال نرسیده که به تنهایی تصمیم گیری و عمل کند، حتما تاکنون برای استقلال، تمرین نکرده است.

اما با تحقیر و تنبیه این افراد نمی توان آنها را به استقلال واداشت. اینکه دائما به آنها سرکوفت بزنیم که تو در خانواده پدری درست تربیت نشده ای و هنوز بچه ننه هستی و قدرت استقلال نداری و الفاظ تحقیر کننده ای از این دست نه تنها مشکلی را حل نمی کند بلکه بلعکس باعث می شود آنها به دلیل ترس از تحقیر بیشتر، احساس ناامنی کنند و بیشتر به کانون امنیت خانواده قبلی خود پناه ببرند و از آنها صلاح و مشورت بگیرند و زیر چتر تصمیم گیری آنها بروند.

بهتر است همسران غیر مستقل را آهسته آهسته تمرین دهیم. شرط اول هر تمرین و آموزشی ایجاد فضای امن و خالی از رعب و اضطراب است. به همسر غیر مستقل خود آزادی و اختیار بدهید تا یک کار ساده را با میل و اختیار خود انجام دهد و او را بابت نتیجه رفتارش سرزنش و تحقیر نکنید. حتی اگر مشاهده کردید که در نحوه رفتار او پیشرفتی حاصل شده و او قادر است تصمیمات کوچک را بدون مشورت گرفتن از پدر یا مادر خود انجام دهد، حتما او را تشویق کنید.

فراموش نکنیم مرد یا زنی را که پس از سی سال عمر هنوز به استقلال نرسیده و همچنان وابسته مادر و پدر خود است، نمی توان یک شبه مستقل ساخت.

چشم ها را باید شست جور دیگر باید دید

بعضی از مطالب و نکات ارتباطی بقدری زیبا تشریح می شوند که حیف است آنها را عینا منتقل نکنیم، همانند این مطلب:

زن و مرد جوانی به محله جدیدی اسباب کشی کردند. روز بعد ضمن صرف صبحانه، زن متوجه شد که همسایه اش در حال آویزان کردن رخت های شسته است و گفت: لباس ها چندان تمیز نیست. انگار نمی داند چطور لباس بشوید. احتمالا باید پودر لباس شویی بهتری بخرد.

همسرش نگاهی کرد اما چیزی نگفت. هر بار که زن همسایه لباس های شسته اش را برای خشک شدن آویزان می کرد، زن جوان همان حرفه را تکرار می کرد تا اینکه حدود یک ماه بعد، روزی از دیدن لباس های تمیز

روی بند رخت تعجب کرد و به همسرش گفت: "یاد گرفته چطور لباس بشوید. مانده‌ام که چه کسی درست لباس شستن را یادش داده.."

مرد پاسخ داد: من امروز صبح زود بیدار شدم و پنجره‌هایمان را تمیز کردم!

زندگی هم همینطور است. وقتی که رفتار دیگران را مشاهده می‌کنیم، آنچه می‌بینیم به درجه شفافیت پنجره‌ای که از آن مشغول نگاه کردن هستیم بستگی دارد. قبل از هرگونه انتقادی، بد نیست توجه کنیم به اینکه خود در آن لحظه چه ذهنیتی داریم و از خودمان بپرسیم آیا آمادگی آن را داریم که به جای قضاوت کردن فردی که می‌بینیم، در پی دیدن جنبه‌های مثبت او باشیم؟

به هم اعتماد کنیم

یکی از عوامل افراد در ارتباطات انسانی، اعتماد آنها به مخاطبین خود است.

تصور کنید که بازیگر یک مسابقه فوتبال هستید و تیم شما برای راهیابی به مرحله بالاتر، بازی بسیار حساسی را با تیم مقابل خود آغاز کرده است.

کوچکترین اشتباه از سوی هریک از بازیکنان ممکن است به باخت تیم بیانجامد و استرس شدید حاکم بر مسابقات سبب شده تا بهترین بازیکنان هم نتوانند آنگونه که باید و شاید تکنیک‌های فردی خود را به اجرا گذارند.

در این شرایط سخت و اضطراب آور، ارتکاب اشتباهات غیر عمدی از سوی هریک از بازیکنان کاملاً عادی است.

در چنین شرایطی اگر مربی تیم به علت ارتکاب اشتباه از سوی بازیکنان آنان را مورد انتقاد و سرزنش قرار دهد و یا اگر به استعدادهای تیمی خود اعتماد نکند، بطور قطع حکم باخت و حذف تیم خود را امضا کرده است و برعکس اگر با آرامش و امیدواری به داشته‌های تیمی خود اتکا کند و از تمامی بازیکنان انتظار یک بازی روان و منطقی را داشته باشد، شانس پیروزی تمش را در برابر حریف صدچندان کرده است.

ارتباطات انسانی نیز دقیقاً همانند یک بازی حساس فوتبال است، با همان استرس‌ها و دلشوره‌ها کافیست طرفین ارتباط به یکدیگر اعتماد نکنند و یا با رفتار اضطراب‌زا نظیر سرزنش‌های تند و تهدید، اتکای به نفس را از یکدیگر بگیرند، بدیهی است فرجام چنین ارتباطی چیست!!

اما اگر به طرف مقابل خود اعتماد کنیم و اجازه دهیم تا او در محیطی آرام و به دور از تهدید و اضطراب برای بهبود روابط دو جانبه تلاش کند، مسلماً شانس موفقیت او در ایجاد رابطه سالم را صدچندان کرده ایم.

توجه!

در تهیه این جزوه از منابع متعددی چون کتابهای ارتباطاتی دکتر فرهنگی، محسنیان راد، استاد نرجه، نوشته های دکتر محکی و مقالات سایر عزیزان استفاده شده، لذا ضمن تاکید مجدد بر حقوق این عزیزان، اعلام می دارم جزوه گردآوری شده مطالب این نویسندگان است. اینجانب تنها وظیفه تدوین و گردآوری مطالب را داشته ام - بهرامیان

www.rawabetomomi.blogfa.com