

مهارت‌های ارتباطی، ضرورتی مهم برای موفقیت در فعالیتهای حرفه‌ای «معرفی و بررسی سه عنوان کتاب خارجی»

■ دکتر یزدان منصوریان^۱

دانشیار دانشگاه تربیت معلم تهران

مقدمه

مباحث علمی و پژوهشی در رشته ارتباطات به‌نحو شگفت‌انگیزی گسترده و متنوع است؛ چرا که هر یک از وجوه و سطوح مختلف ارتباطات انسانی، اعم از ارتباطات کلامی و غیرکلامی و ارتباطات فردی و جمعی می‌تواند مبانی مطالعاتی مستقل و مفصل باشد. همچنین، لایه‌های متعددی از عوامل گوناگون محیطی، اجتماعی و فرهنگی بر فرآیند پیچیده ارتباطات تأثیر می‌گذارد، که هر یک زمینه‌های مناسبی برای مطالعه و تحقیق در این رشته فراهم آورده‌اند. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهشی در رشته ارتباطات علاوه بر کاربرد مستقیم در پیشرفت و پویایی این رشته، معمولاً برای سایر علوم انسانی و اجتماعی کاملاً کاربردی و مفید است. تاکنون نیز این مطالعات دستاوردهای ارزشمندی برای بسیاری از حوزه‌های علمی فراهم آورده که بسیار مورد استقبال و استفاده متخصصان رشته‌های مختلف قرار گرفته است. مثلاً در شاخه‌های گوناگون علم مدیریت، سودمندی مطالعه درباره مهارت‌های ارتباطی مدیران و کارکنان در موفقیت سازمان‌ها و نهادهای حرفه‌ای بر کسی پوشیده نیست. در مثالی دیگر، یافته‌های علم ارتباطات برای توسعه مطالعات در اغلب عرصه‌های کاربرمدار در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی بسیار مفید و راهگشاست. حتی اساس و بنیان برخی دروس تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی - نظیر خدمات مرجع و اطلاع‌رسانی و مصاحبه‌های مرجع - از مبانی و مدل‌های علم ارتباطات تغذیه می‌کنند. علاوه بر این، با گسترش روزافزون ابزارهای ارتباطی نوین هر روز بر تنوع و عمق مطالعات در این عرصه افزوده می‌شود که خود فرصت‌های تازه‌ای برای محققان به‌شمار می‌آید. بر این اساس و با هدف معرفی آثار انگلیسی در این زمینه، سه کتاب با موضوع مهارت‌های ارتباطی انتخاب شده که نقد و بررسی آنها در ادامه آمده است. ضمناً علی‌رغم موضوع تخصصی این آثار، مخاطب آنها عمومی است و محتوای هر یک بیشتر جنبه کاربردی و همگانی دارد. شاید به همین دلیل است که امکان توصیف و بررسی این آثار برای نویسندگان این یادداشت به‌عنوان یک خواننده غیرمتخصص در این زمینه وجود داشته است.

«مهارت‌های ارتباطی: نردبان موفقیت برای حرفه‌مندان»



عنوان اصلی اثر:

Ellis, Richard. *Communication Skills: Stepladders to Success for the Professional, Second Edition*, Intellect Books, 2009, xii, 204 p. ISBN: 978-1-84150-249-6.

مقدمه

بسیاری از موفقیت‌های فردی و سازمانی محصول ارتباطات کارآمد و همکاری‌های گروهی است. در مقابل نیز بسیاری از گرفتاری‌ها و شکست‌ها نتیجه ناتوانی در برقراری ارتباطات اجتماعی است. معمولاً ایجاد ارتباطات سازنده در سطوح مختلف نویدبخش رشد و شکوفایی سازمان‌ها و جوامع است، و بروز نقصان و کاستی در این عرصه مقدمه‌ای برای سکون و رکود خواهد بود. البته، واژه

بسیاری از موفقیت‌های
فردی و سازمانی
محصول ارتباطات
کارآمد و همکاری‌های
گروهی است. در
مقابل نیز بسیاری
از گرفتاری‌ها و
شکست‌ها نتیجه
ناتوانی در برقراری
ارتباطات اجتماعی
است

این اثر با زبانی ساده و روان به تبیین مهم‌ترین مهارت‌هایی می‌پردازد که هر یک از ما در حرفه و شغل خود به آنها نیازمندیم، و شاید مطالعه این کتاب و کتاب‌های مشابه انگیزه‌ای برای بازنگری در روابط اجتماعی ما ایجاد کند

ارتباطات مفهومی بسیار وسیع و گسترده دارد و خود دانش موضوعی مستقلی است که چندین رشته دانشگاهی به وجوه مختلف آن می‌پردازند. وجود راه‌های جاده‌ای، ریلی و هوایی به همان اندازه در برقراری ارتباط ضروری و لازمند که وجود پست، تلفن و اینترنت. هر یک از این عرصه‌های وسیع جنبه‌ای از جنبه‌های ارتباط را در برمی‌گیرند که حتی اشاره‌ای گذرا به آنها خارج از حوصله این نقد کوتاه است. در اینجا فقط می‌توان به این مقدمه مختصر اکتفا کرد که کتاب مهارت‌های ارتباطی: نردبان موفقیت برای حرفه‌مندان یکی از ده‌ها و شاید صدها اثری است که در سال‌های اخیر درباره اصول و مبانی ارتباطات انسانی در محیط‌های اجتماعی و سازمانی منتشر شده است. این اثر با زبانی ساده و روان به تبیین مهم‌ترین مهارت‌هایی می‌پردازد که هر یک از ما در حرفه و شغل خود به آنها نیازمندیم، و شاید مطالعه این کتاب و کتاب‌های مشابه انگیزه‌ای برای بازنگری در روابط اجتماعی ما ایجاد کند. بازنگری در این مهارت‌ها احتمال بروز سوءتفاهم‌ها را کاهش می‌دهد و شانس ما را در یافتن فرصت‌های تازه برای ارتقاء شغلی و حرفه‌ای بهبود می‌بخشد.

معرفی نویسنده

نویسنده این اثر ریچارد ایس متولد ۱۹۴۴ و ساکن شهر ادینبرو^۲ در انگلستان است. ایس اکنون با ۶۷ سال سن و بر خور داری از تجربه طولانی در زمینه آموزش مهارت‌های ارتباطی، مدیر مؤسسه‌ای است که اختصاصاً به ارائه خدمات مشاوره‌ای در این زمینه می‌پردازد. او در کارنامه خود علاوه بر همکاری با بسیاری از سازمان‌های دولتی و نهادهای مردمی در ۱۵ کشور، تألیف پنج کتاب در این زمینه را به ثبت رسانده است. ایس سه عنوان از این کتاب‌ها را به‌تنهایی تألیف کرده و در دو عنوان دیگر نویسنده همکار داشته است. علاوه بر اثر حاضر، عناوین آثار دیگر او عبارتند از: چگونه در مطالعه و تکالیف نوشتاری خود موفق باشیم؟ (ایس و هاپکینز، ۱۹۸۵)؛ اگر منظورم را بفهمی: ارتباطات انسانی از نظریه تا عمل (ایس و مک‌کلینتاک، ۱۹۹۴)؛ ارتباطات برای مهندسان: گذر از فاصله (ایس، ۱۹۹۷)؛ و سرانجام ارتباط سازنده: مهارت‌هایی برای صنایع عمران و ساخت‌وساز (ایس، ۱۹۹۹). مرور فهرست مندرجات این کتاب‌ها نشان می‌دهد که رویکرد ایس در این حوزه کاملاً تخصصی است و نیاز ویژه هر گروه از مخاطبان را در آثار خود در نظر می‌گیرد. مثلاً کتاب‌هایی که برای مهندسان و دانشجویان مهندسی نوشته است بیشتر مبتنی بر نیاز آنهاست. البته، در اثر حاضر ایس دامنه مباحث خود را به رشته‌ای خاص محدود نکرده و مبانی ارتباطات انسانی را با نگاهی کلی و عمومی تبیین می‌کند.

معرفی کتاب و مروری بر فصل‌های آن

کتاب حاضر از ۱۷ فصل تشکیل شده است. نویسنده کتاب در فصل اول با عنوان «مقدمه‌ای بر ویرایش جدید» ابتدا تفاوت‌های

این ویرایش را با ویرایش نخست کتاب تشریح می‌کند، سپس به ارائه کلیاتی درباره اهمیت ارتباطات مؤثر در حرفه‌ها و مشاغل مختلف می‌پردازد. وی در ابتدای این فصل تأکید می‌کند که در خلال چند سال گذشته و پس از انتشار ویرایش نخست کتاب، وی در تدریس دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی از مطالب اثر خود برای تدریس این دوره‌ها استفاده کرده است و همین استفاده مستقیم از آن مطالب زمینه‌ساز تدوین ویرایش جدید بوده است. در نتیجه، ویرایش جدید کتاب از یک سو حاوی تغییراتی است که حاصل بازخوردهای دانشجویان این کلاس‌ها و سایر خوانندگان ویرایش نخست است، و از سوی دیگر شیوه‌های جدید ارتباطی نظیر وبلاگ، پادکست،^۳ ارتباطات از طریق تلفن همراه، و شبکه‌های اجتماعی و بنیاد^۴ را در برمی‌گیرد. همچنین، تجربیاتی نظیر جنبه‌های فرهنگی ارتباطات و هوش هیجانی و هوش اجتماعی،^۵ که نویسنده در سال‌های اخیر در خلال تدریس دوره‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی به‌دست آورده در ویرایش جدید منعکس شده است. انعکاس عنوان اصلی کتاب در این فصل به خوبی روشن است، چرا که ایس در همان ابتدای اثر خود با اطمینان اعلام می‌کند که توانایی در برقراری ارتباط همچون نردبانی است که هر یک از ما برای ارتقاء و پیشرفت کار خود در هر شغل و حرفه‌ای به آن نیاز داریم. از سوی دیگر، اغلب کارفرمایان در زمان استخدام کارکنان جدید به توانایی آنان در برقراری ارتباطات توجه ویژه‌ای دارند و معمولاً در زمان مصاحبه استخدامی این توانایی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. به همین دلیل افرادی که از توانایی بالاتری در این زمینه برخوردارند، شانس بیشتری برای یافتن شغل خواهند داشت.

وی در ادامه می‌افزاید برای بهبود مهارت‌های ارتباطی خود باید با تکیه بیشتر بر افکار و نگرش‌های مثبت و پرهیز از نگرانی‌های منفی اعتماد به نفس خویش را تقویت کنیم و از نگرانی‌های بی‌مورد پرهیزیم. البته، بر خلاف بسیاری از کتاب‌هایی که با مضمون مشابه در بازار نشر یافت می‌شوند و به خوانندگان وعده تحولات برق‌آسا در زندگی را می‌دهند، وی در ادامه فروتنانه تأکید می‌کند که نمی‌تواند به خوانندگان قول قطعی دهد که خواندن این کتاب بلافاصله زندگی آنان را دگرگون خواهد ساخت و تمام نگرانی‌های آنان را از بین خواهد برد. بلکه نویسنده فقط امیدوار است مطالعه این کتاب راهکارهایی عملی در اختیار آنان قرار دهد که بتدریج مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود بخشند و سپس گام‌هایی برای ارتقاء کیفیت کار و زندگی خود بردارند.

فصل نخست کتاب با تبیین تعدادی از مفاهیم بنیادی مرتبط با مهارت‌های ارتباطی همچون «مدل‌سازی ارتباطات انسانی»، «کارآیی و کارآمدی در ارتباطات»، «افزودگی در ارتباطات»، «شیوه‌های ارتباطی»، «جنبه‌های فرهنگی ارتباطات»، «قابلیت‌های حرفه‌ای»، «یادگیری عمیق»،^۶ و «سازمان‌های یادگیرنده»^۷ ذهن خواننده را برای پرداختن به مباحث فصل‌های بعدی آماده می‌کند. در پایان این فصل و در یک جمع‌بندی موجز، نویسنده یک ارتباط



**عدم شناخت مخاطب
و عدم آگاهی از دانش،
بینش و نگرش وی
می‌تواند زمینه‌ساز
شکست در برقراری
ارتباط مؤثر باشد**

بین فردی» بر این نکته تأکید می‌کند که مهارت‌های ارتباطی فقط به یک یا دو مهارت نظیر شنیدن فعال یا توانایی در ارائه مطالب محدود نمی‌شود، بلکه مجموعه‌ای از مهارت‌های کلامی و غیر کلامی است که فرد را قادر می‌سازد در موقعیت‌های مختلف از توانایی خود برای برقراری مؤثر ارتباط و گذر از موانع ارتباطی استفاده کند.

فصل چهارم به اهمیت مخاطب در ارتباطات اختصاص یافته است و به‌خوبی نشان می‌دهد که عدم شناخت مخاطب و عدم آگاهی از دانش، بینش و نگرش وی می‌تواند زمینه‌ساز شکست در برقراری ارتباط مؤثر باشد. مثلاً اگر سخنران یک نشست علمی شناختی از دانش و تجربه قبلی مخاطبان خود نداشته باشد، بعید است بتواند سخنرانی مؤثر و مفیدی ارائه کند؛ چرا که ممکن است نیاز مخاطبان، سطح اطلاعاتی که از آن موضوع دارند و دلیل حضورشان در آن نشست با آنچه که سخنران در نظر دارد، متفاوت باشد.

در فصل پنجم با عنوان «شنیدن و مصاحبه» بحث‌های جالبی درخصوص ارتقاء مهارت‌های شنیدن و سپس مهارت‌های ضروری برای موفقیت در یک مصاحبه کاری مطرح می‌شود. مهارت‌هایی نظیر شنیدن فعال، بازگویی، شفاف‌سازی،^۱ ابهام‌زدایی و اهمیت نشانه‌های رفتاری و غیر کلامی در شنیدن فعال مطرح می‌شود. نویسندگان در فصل ششم مباحث مقدماتی فصل پنجم را دنبال می‌کند و توصیه‌هایی عملی برای موفقیت در مصاحبه‌ای کاری را در اختیار خوانندگان قرار می‌دهد. توصیه‌های مفیدی در زمینه تدوین کارنامه آموزشی و شغلی (رزومه) و چگونگی برقراری پیوند

موفق را واجد ۱۱ مؤلفه معرفی می‌کند. وی معتقد است ارتباطی موفق است که: متناسب با مخاطب و مرتبط با نیاز وی باشد؛ روشن و عاری از ابهام باشد؛ در زمان مناسب و بدون تأخیر طولانی برقرار شود؛ از دایره واژگانی متناسب با دانش مخاطب در آن استفاده شده باشد؛ ملاحظات فرهنگی در آن رعایت شود؛ هدفمند باشد؛ از ساختاری معین پیروی کند؛ در شرایط مناسب برقرار شود؛ موجز و مختصر باشد؛ برقراری آن مستلزم صرف هزینه زیاد نباشد (کارآیی)؛ و در نهایت کارآمد باشد به‌نحوی که بتوان از برقراری کامل ارتباط دوسویه اطمینان یافت.

در فصل دوم با عنوان «ارتقاء مهارت‌ها» انگیزه‌های اصلی در ایجاد، حفظ و ارتقاء مهارت‌های ارتباطی تشریح شده است. نویسنده انگیزه برای آموختن این مهارت‌ها را نخستین شرط ضروری در این زمینه می‌داند. وی معتقد است همچون هر مهارت دیگر ابتدا باید فرد از انگیزه کافی برخوردار باشد. برای ایجاد این انگیزه وی هفت عامل را موثر می‌داند. بر این اساس، یک مهارت زمانی در فرد ایجاد می‌شود که او به‌طور مستقیم و عملی در فرآیند یادگیری شرکت کند؛ نسبت به اهمیت و کاربردپذیری آن مهارت باور قلبی داشته باشد؛ پیوندی بین مطالب آموخته‌شده با تجربه‌ها و دانش قبلی خود برقرار سازد؛ گام‌های لازم برای کسب آن مهارت را در یک نظم منسجم بردارد؛ گذر از این فرآیند برایش به اندازه کافی هیجانی و چالش‌برانگیز باشد؛ در طی مراحل یادگیری فرد نسبت به پیشرفت خود آگاه بوده؛ و در نهایت بازخورد مناسبی از پیشرفت خود دریافت کند.

فصل سوم که کوتاه‌ترین فصل کتاب است، با عنوان «روابط

بین تجربه‌های کاری با نیازهای ویژه کارفرمایان از دیگر مباحث این فصل است. سپس موضوع بحث در فصل هفتم بسیار خاص می‌شود و توصیه‌هایی کاربردی درباره مکالمات تلفنی و مدیریت زمان در انجام این مکالمات ارائه می‌شود.

بحث کتاب در فصل هشتم کمی به مباحث روان‌شناختی ارتباطات نزدیک شده و مطالبی در سه محور «اعتماد به نفس»، «شیوه‌های ارتباط» و «مدیریت تعارض»^۹ نکاتی کاربردی همراه با چند مثال از محیط‌های کاری ارائه شده است.

فصل نهم با عنوان «مذاکره» به فنون مذاکره اختصاص یافته و نکاتی درباره شروع موفق یک مذاکره، هدایت آن با طرح پرسش‌های هدفمند و در نهایت چگونگی ختم مذاکره و رسیدن به نتایج مشخص را توضیح می‌دهد. فصل دهم مربوط به ارتباطات گروهی است. در این فصل فرصت‌ها و چالش‌های ارتباطات گروهی مطرح شده است. چالش‌های این نوع ارتباط ناشی از تفاوت نگرش‌ها و خواست‌های افراد مختلف در یک گروه است که گاه رسیدن به توافق در یک زمینه مشخص را دشوار می‌سازد. از سوی دیگر، امکان دریافت بازخوردهای مختلف که هر یک بر وجهی از وجوه یک مسئله تأکید دارد از امتیازهای این نوع ارتباط است. فصل یازدهم مربوط به مدیریت جلسات کاری است. ایس از خواننده کتاب می‌خواهد قبل از برگزاری هر جلسه کاری به چند پرسش اساسی در ذهن خود پاسخ گوید: نخست آنکه آیا واقعاً برگزاری این جلسه ضروری است؟ اگر این جلسه به‌طور متناوب در یک روز مشخص از هفته یا ماه برگزار می‌شود، آیا در این هفته یا در این ماه بحث و موضوع مشخصی برای طرح در جلسه وجود دارد، یا این جلسات به‌صورت یک روند مرسوم و معمول کاری در آمده است. دوم اینکه چه نقشی در این نشست خواهیم داشت؟ و قرار است این جلسه به چه نتیجه مشخصی ختم شود. در نهایت اینکه چه تمهیدات و مقدماتی برای رسیدن به اهداف جلسه لازم است که قبل از شروع جلسه باید آماده کنیم.

فصل دوازدهم راهکارهای مفیدی درباره فنون سخنرانی و ارائه مطالب با کمک نرم‌افزار پاورپوینت را در اختیار خواننده قرار می‌دهد. در این فصل نویسنده به خوانندگان توصیه می‌کند از اهمیت جزئیات در موفقیت یک سخنرانی غفلت نکنند. مثلاً زودتر از زمان مقرر برای شروع سخنرانی در محل حاضر باشند، با ظاهری آراسته و مرتب در جایگاه سخنران حاضر شوند، و در حین سخنرانی آرام و مسلط به موضوع باشند. ایس پیشنهاد می‌کند در صورت استفاده از اسلایدهای پاورپوینتی، تعداد این اسلایدها و حجم مطالب در هر اسلاید را به حداقل ممکن کاهش دهید و مخاطبان خود را با انبوهی از اطلاعات خسته نکنید.

در ادامه همین بحث، فصل سیزدهم حاوی پیشنهادهای مفیدی درباره ارتباطات الکترونیکی است. در این فصل ویژگی‌های یک ارتباط الکترونیکی موفق معرفی می‌شود که از آن جمله می‌توان به ضرورت ایجاز، شفافیت، خوانایی کامل پیام، استفاده از لحن و زبان متناسب با مخاطب، ساختاربندی منسجم پیام

و کاربرد مناسب تصاویر و نمادها اشاره کرد. فصل چهاردهم و پانزدهم به ترتیب با عنوان‌های «فرآیند نگارش» و «انواع ویژه‌ای از نگارش» به ارتباطات مکتوب اختصاص یافته است. آنچه در این دو فصل آمده مروری مختصر و گذرا بر اصول نگارش است که در برقراری ارتباط مکتوب باید به آنها توجه شود. البته آنچه در این دو فصل آمده خود موضوع ده‌ها کتاب و صدها مقاله در زمینه نگارش است که خوانندگان علاقه‌مند می‌توانند برای کسب جزئیات بیشتر به آنها مراجعه کنند. فصل شانزدهم با عنوان «خلاصیت در ارتباطات» به ارائه راهکارهایی می‌پردازد که برای گریز از بن‌بست‌های احتمالی در ارتباطات مفیدند. ایس در این فصل به خوانندگان توصیه می‌کند در چنین شرایطی کافی است تغییری در یکی از مؤلفه‌های مؤثر بر فرآیند ارتباط ایجاد کنند؛ مثلاً تغییر در زبان، تغییر در کانال ارتباطی، یا تغییر در چگونگی تدوین پیام می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد.

در نهایت، فصل هفدهم با هدف جمع‌بندی ۱۶ فصل قبلی و استمرار پیشرفت خوانندگان در این زمینه، چند توصیه عملی به ارمغان می‌آورد و به چند پرسش اساسی پاسخ می‌گوید. پرسش‌هایی نظیر اینکه آیا واقعاً کسب مهارت‌های ارتباطی ضروری است؟ آیا در ارتباط‌های خود دقیق، روشن و هدفمند هستیم؟ آیا به بازخوردهای ارتباطی توجه می‌کنیم و مواردی از این قبیل. ایس در ابتدای فصل آخر به صراحت بیان می‌کند مطالعه این کتاب مثل هر کتاب دیگر در این زمینه اگر با تمرین و ممارست عملی همراه نباشد نتیجه چندان مطلوبی در پی نخواهد داشت. بر این اساس، وی پیشنهاد می‌کند خوانندگان پس از مطالعه کتاب، در یک کار گروهی مهارت‌های معرفی شده را همراه با یکی از دوستان یا همکاران خود در محیط کاری تمرین کنند. مثلاً یکی از همکاران گروه می‌تواند به‌عنوان ناظر در جلسات کاری حضور یابد و در پایان جلسه نکات مثبت و منفی رخ داده در خلال جلسه را بازگو کند. در توصیه‌ای دیگر او از خوانندگان می‌خواهد در ارتباطات خود اهمیت بازخوردها را نادیده نگیرند و مرتب از مخاطبان خود بخواهند کارشان را ارزیابی کنند. بدیهی است که نوع این ارزیابی بسته به نوع ارتباط متفاوت است. همچنین، مشاهده رفتار دیگران در ارتباطات اجتماعی می‌تواند برای همه ما بسیار آموزنده باشد. چگونگی برخورد افراد با مسائل مختلف و چگونگی شرکت آنان در مباحثات جلسات کاری گاهی می‌تواند الهام‌بخش و گاه عبرت‌آموز باشد. مشاهده دقیق‌تر آنچه در رسانه‌های ارتباط جمعی رخ می‌دهد، نظیر مصاحبه خبرنگاران حرفه‌ای با سیاستمداران، هنرمندان، ورزشکاران، یا سایر اقشار جامعه می‌تواند نکات جالبی را در چگونگی هدایت یک بحث به همراه داشته باشد. همچنین، مطالعه کتاب‌های مفید در زمینه ارتباطات که گزیده‌ای از آنها در مآخذ این کتاب آمده است.

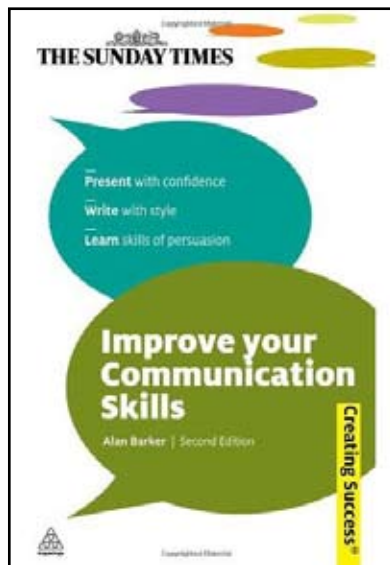
امتیازها و کاستی‌های کتاب

8. Active Listening, Paraphrasing, Clarification
9. Conflict Management

مآخذ

- Ellis, R and Hopkins, C. (1985) How to Succeed in Written Work and Study: A Handbook for Students, London: Collins.
– Ellis, R. (1997). Communication for Engineers: Bridging the Gap. London: Arnold.
– Ellis, R. (1999) Constructive Communication: Skills for the Building Industry, London: Arnold.
– Ellis, R. and McClintock, A. (1994) If You Take My Meaning: Theory into Practice in Human Communication, London: Arnold.

مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود بخشید



Barker, Alan, Improve Your Communication Skills, Revise Second Edition, Kogan Page Limited, 2010, xiii, 200 p.
ISBN: 978-0-7494-5627-6.

مقدمه

هر یک از ما در مکالمه‌ها و ارتباط‌های روزمره علاوه بر استفاده از کلمه‌ها و جمله‌ها، از نشانه‌های غیرکلامی فراوانی نیز بهره می‌بریم. نشانه‌هایی نظیر لحن صدا، نوع نگاه و تأکید بر برخی واژه‌ها از جمله نشانه‌های غیرکلامی معمول در ارتباطات انسانی است، که هر یک در بافت‌های فرهنگی و اجتماعی مشخص می‌تواند معنای متفاوتی برای خواننده به همراه داشته باشد. مثلاً،

مهم‌ترین امتیاز این کتاب زبان ساده و صمیمی نویسنده و تکیه کامل وی بر تجربیات واقعی خود است. هر چند در کتاب به منابع مختلفی استناد شده، خواننده احساس می‌کند نویسنده بیش از هر چیز تجربه‌های عملی خود را در اختیار وی قرار می‌دهد. نظم منطقی و انسجام کامل اجزاء کتاب امتیاز دیگر آن است، به نحوی که مباحث مطرح‌شده زنجیروار در پی هم ارائه می‌شوند و خواننده هیچ جهش یا تغییر جهت ناگهانی در مطالب ارائه‌شده نمی‌بیند. در کنار این امتیازها کتاب حاضر دچار چند کاستی و ضعف نسبی است. نخست آنکه علی‌رغم رویکرد آموزشی کتاب نمی‌توان آن را با اطمینان برای تدریس یک دوره آموزشی و به‌عنوان یک منبع درسی جامع معرفی کرد؛ چرا که مثلاً اهداف یادگیری هر فصل مشخص نیست، خلاصه‌ای از مهم‌ترین نکات در انتهای فصل‌ها نیامده است، و تمرین‌های لازم ارائه نشده است. علاوه بر این، مثال‌های واقعی و سناریوهای آموزنده در این کتاب بسیار معدود و محدود است و خواننده نمی‌تواند به راحتی بین آنچه در کتاب می‌خواند و تجربه‌های خود در محیط‌های واقعی پیوند روشنی برقرار سازد.

نتیجه‌گیری

در کنار تمام امتیازها و کاستی‌های کتاب حاضر نثر ساده، روان و صمیمی نویسنده خواننده را به استمرار مطالعه ترغیب می‌کند. امتیاز دیگر این اثر شروع موفق و پایان موفق‌تر آن است. در ابتدا نویسنده فروتنانه اذعان می‌کند که هیچ ادعایی بر جامعیت و منحصر به فرد بودن اثر خود ندارد. آنچه در این کتاب ارائه شده مجموعه‌ای از فنون مؤثر برای بهبود مهارت‌های ارتباطی است، و در پایان نیز تأکید می‌کند که فقط در میدان عمل است که این مهارت‌ها ایجاد شده و در فرد تقویت خواهند شد و گزیده‌ای از آثار مرتبط را معرفی می‌کند تا خوانندگان برای کسب اطلاعات بیشتر به آنها مراجعه کنند. در مجموع، کتاب مهارت‌های ارتباطی: نردبان موفقیت برای حرفه‌مندان اثری ارزشمند برای آشنایی با فنون ارتباطات است و خواندن آن می‌تواند برای همه کسانی که علاقه‌مند به بهبود مهارت‌های خود در این زمینه هستند، مفید باشد. علاوه بر این، استفاده از مطالب این کتاب به‌عنوان منبع کمکی در دروسی مثل «مقدمه‌ای بر روابط عمومی» و «اصول کار مرجع» در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز کاربردی خواهد بود.

پی‌نوشت‌ها

1. Mansourian@tmu.ac.ir
2. Edinburgh
3. Weblog and Podcast
4. Web-based Social Networks
5. Emotional Intelligence and Social Intelligence
6. Reflective Learning
7. Learning Organization

آنچه در این کتاب
ارائه شده مجموعه‌ای
از فنون مؤثر برای
بهبود مهارت‌های
ارتباطی است، و در
پایان نیز تأکید می‌کند
که فقط در میدان
عمل است که این
مهارت‌ها ایجاد شده و
در فرد تقویت خواهند
شد و گزیده‌ای از
آثار مرتبط را معرفی
می‌کند تا خوانندگان
برای کسب اطلاعات
بیشتر به آنها مراجعه
کنند

غیرقابل انکار بافتی که در آن ارتباط برقرار می‌شود، نادیده گرفته شده است. وی معتقد است هرچند همه عناصر تشکیل‌دهنده مدل شانون و ویور در فرآیند برقراری ارتباط حضور دارند، عوامل و مؤلفه‌های پیدا و پنهان دیگری در بافت فرهنگی، اجتماعی، اقلیمی و سایر لایه‌های قابل تصور در این بافت وجود دارند، که بر فرآیند ارتباط تأثیر می‌گذارند. همچنین، در این مدل نقش فعال گیرنده در معنابخشی به پیام دریافت‌شده نیز نادیده گرفته شده است. بارکر معتقد است انسان‌ها نه اطلاعات که معنا را پردازش می‌کنند، و جای این معنا در مدل کلاسیک شانون و ویور خالی است.

در ادامه این فصل، بارکر مدلی بافت‌مدار^۱ برای ارتباطات انسانی پیشنهاد می‌کند که در آن تعاملات افراد در بافتی رخ می‌دهد که حداقل از پنج لایه تشکیل شده، که عبارتند از: لایه‌های روان‌شناختی، رابطه‌ای، موقعیتی، محیطی و فرهنگی. به این ترتیب، ویژگی‌های شخصیتی فرستنده و گیرنده پیام، ارتباط شغلی یا عاطفی میان آنان، موقعیت اجتماعی محل برقراری ارتباط (کلاس درس، خانه، اداره، رستوران و ...)، محیط ارتباط (از نظر اقلیم، دما، ساعات مختلف روز) و فرهنگ حاکم بر جامعه، همه از عواملی هستند که بر چگونگی ارتباطات انسانی تأثیرگذارند. با این حال، بارکر معتقد است این ارتباط با هر کیفیتی که برقرار شود، زمانی موفق است که به فهم مشترک منجر شود. حتی فراتر از این، در صفحه ۱۱ کتاب ارتباطات را «فرآیند خلق فهم مشترک»^۲ معرفی می‌کند. بارکر بر این باور است که مهم‌ترین گام در موفقیت گفت‌وگو و تداوم آن رسیدن صمیمانه و همدلانه به فهم مشترک است. رسیدن به این مرحله در کنار استفاده از واژگان مناسب، نیازمند استفاده مؤثر از نشانه‌های غیر کلامی است.

بحثی که در فصل نخست کتاب آغاز شده است، در فصل دوم با عنوان «ارتباطات چگونه برقرار می‌شود؟» ادامه می‌یابد. در ابتدای این فصل بارکر با استناد به «پیتر سنچ»^۳ نظریه پرداز معروف در حوزه تفکر سیستمی و یادگیری سازمانی، گفت‌وگو را ابزار اصلی ارتباطات معرفی می‌کند و موفقیت گفت‌وگو را مستلزم تعادلی میان طرفداری از دیدگاه خود و پرسیدن دیدگاه دیگران می‌داند (سنچ، ۱۹۹۳). بر این اساس، هرگاه تعادل میان این دو از بین برود، یا گفت‌وگو بی‌نتیجه خاتمه خواهد یافت، یا منجر به جدل و تعارض می‌شود. در ادامه، فهرستی از عوامل بازدارنده و مختل‌کننده گفت‌وگو در این فصل آمده است؛ مثلاً، عدم توجه به بافت گفت‌وگو، عدم اختصاص وقت کافی به گفت‌وگو و تکیه بر پیشداوری‌ها و قضاوت‌های شتابزده. در ادامه، بارکر به دیدگاه «مردیت بلین»^۴ در زمینه کار گروهی استناد می‌کند و به خواننده یادآور می‌شود که در ارتباطات سازمانی جایگاه و موقعیت افراد، و شرح وظایف و تکالیفشان، عامل مهمی در نقش ارتباطاتی آنها محسوب می‌شود (بلین، ۱۹۸۱).

سپس، بارکر دوباره بر اهمیت پیام‌ها و نشانه‌های غیر کلامی در ارتباطات تأکید می‌کند. وی بر این باور است که به چهار دلیل این نشانه‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای بر موفقیت یا شکست گفت‌وگو

بسته به موقعیت‌های گوناگون در پاسخ به یک پرسش ساده مثل «حال شما چطور است؟»، پاسخ ساده‌تری مثل «من خوبم» می‌تواند معانی کاملاً متفاوتی داشته باشد. در یک محیط واقعی معنای این دو جمله بیش از آنکه به کلمات سازنده آنها وابسته باشد، از یک سو به بافتی که در آن این گفت‌وگو انجام می‌شود بستگی دارد؛ و از سوی دیگر از لحن و شیوه بیان گوینده آن تأثیر می‌پذیرد. مثلاً، این پاسخ می‌تواند اینگونه تعبیر شود: «احساس خوبی دارم»، یا «خوشحال و راضی هستم»، «از مرضی بهبود پیدا کرده‌ام»، «قبلاً ناراحت بودم ولی الان ناراحت نیستم»، یا «من صدمه ندیدم و نیاز به کمک ندارم»، یا اینکه «اساساً فقط می‌خواهم به پرسش شما پاسخ دهم اما مایل نیستم دقیقاً بدانید چه در سر دارم!». بنابراین، با همین مثال ساده می‌توان دید که یک گفتگوی کوتاه دو جمله‌ای تا چه اندازه می‌تواند معانی متفاوتی داشته باشد. مطالعه فرآیند ساخت و انتقال معنا در ارتباطات انسانی موضوع اصلی بحث کتاب حاضر است. آن بارکر در این اثر کوشیده است نگاهی تحلیلی بر ارتباطات انسانی داشته باشد و براساس تجربه‌های خود راهکارهایی برای بهبود آن در اختیار خوانندگان قرار دهد.

معرفی نویسنده

نویسنده این اثر آلن بارکر،^۱ متولد ۱۹۵۶ و دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه کمبریج انگلستان است. بارکر که اکنون مدیر یک مؤسسه آموزشی و مشاوره‌ای در جنوب غرب انگلستان است، در کارنامه انتشاراتی خود ۱۱ عنوان کتاب دارد. موضوع اغلب این آثار در زمینه مهارت‌های ارتباطی، خلاقیت، و مدیریت منابع انسانی است. عناوین تعدادی از کتاب‌های بارکر عبارتند از: چگونه جلسات را اداره کنیم؟^۲، ۳۰ دقیقه قبل از یک جلسه،^۳ دقیقه طوفان ذهنی برای خلق ایده‌های بزرگ،^۴ کیمیا خلاقیت،^۵ خلاقیت برای مدیران،^۶ و چگونه تصمیم‌گیرنده بهتری باشیم؟^۷.

معرفی کتاب

کتاب حاضر از نُه فصل تشکیل شده است. فصل نخست با عنوان «ارتباطات چیست؟»، به معرفی مبانی بنیادین و تعریف مفهوم ارتباطات می‌پردازد. مانند بسیاری از کتاب‌های حوزه ارتباطات، فصل نخست این اثر نیز به معرفی مدل معروف ارتباطی «شانون و ویور»^۸ می‌پردازد. اما امتیاز این اثر در اینجا است که در مرحله معرفی مدل مذکور باقی نمانده و به تحلیل آن پرداخته است. براساس این مدل، ارتباطات زمانی اتفاق می‌افتد که یک منبع اطلاعاتی پیامی را توسط یک ابزار انتقال پیام رمزگذاری و سپس از طریق یک کانال ارتباطی آن را برای گیرنده‌ای ارسال کند. سپس، در آن سوی کانال گیرنده‌ای وجود دارد که می‌تواند پیام رمزگذاری شده را دریافت و رمزگشایی کند. در تحلیل این مدل کلاسیک نویسنده کتاب حاضر برخی کاستی‌های این مدل را مطرح می‌سازد. بارکر معتقد است مدل شانون و ویور مدلی خطی و ایستا است که تأثیر

مطالعه فرآیند ساخت

و انتقال معنا در

ارتباطات انسانی

موضوع اصلی بحث

کتاب حاضر است.

آلن بارکر در این اثر

کوشیده است نگاهی

تحلیلی بر ارتباطات

انسانی داشته باشد و

براساس تجربه‌های

خود راهکارهایی برای

بهبود آن در اختیار

خوانندگان قرار دهد



**هرچند مخاطب اصلی
این کتاب کارکنان و
مدیران سازمان‌ها هستند
و محتوای کتاب بیشتر بر
ارتباطات سازمانی تأکید
دارد، زبان ساده و جامعیت
مطالب ارائه‌شده بر
گسترده‌گی طیف مخاطبان
آن می‌افزاید**

شنیدن فعال و توجه کافی به مخاطب، رفتار منصفانه با مخاطب، اطمینان‌بخشی به مخاطب، تشویق مخاطب به سخن گفتن، طرح پرسش‌های منطقی، برقراری پیوند میان اجزاء گفت‌وگو و سرانجام ارائه بازخورد مثبت.

فصل ششم به مهارت‌های مصاحبه اختصاص یافته و تفاوت‌های اساسی مصاحبه و یک گفت‌وگوی معمولی تبیین شده است. نخست آنکه، مصاحبه با هدف کاملاً ویژه‌ای انجام می‌شود؛ مثلاً برای ارزیابی توانایی مهارت‌های تخصصی و عمومی متقاضی استخدام در یک سازمان. دوم آنکه، مصاحبه حتماً باید به نتیجه مشخصی ختم شود؛ مثلاً، در یک مصاحبه استخدامی در نهایت باید پذیرش یا عدم پذیرش درخواست استخدام فرد متقاضی اعلام شود. سومین تفاوت مصاحبه با گفت‌وگوی معمولی در ساختار دقیق‌تر آن نهفته است، چرا که معمولاً پرسش‌های مصاحبه از قبل آماده شده‌اند. علاوه بر این، معمولاً در برخی از مصاحبه‌ها، مثل مصاحبه‌های مطبوعاتی و پژوهشی، فرآیند مصاحبه ضبط می‌شود و در صورت نیاز مطالب مطرح‌شده در آن به صورت متن پیاده‌سازی خواهد شد.

فصل هفتم به چگونگی ارائه سخنرانی می‌پردازد و راهکارهای مفیدی برای غلبه بر ترس ناشی از سخن گفتن در جمع را در اختیار خواننده قرار می‌دهد. بارکر در ابتدای این فصل تأکید می‌کند که ترس از سخنرانی در جمع کاملاً طبیعی است و حتی سخنرانان موفق نیز پس از سال‌ها تجربه ممکن است در شرایط مختلف به آن دچار شوند. بنابراین، نباید خود را به این دلیل سرزنش کنیم، بلکه کافی است خود را برای سخنرانی آماده کنیم و به

دارند. نخست آنکه، نشانه‌های غیرکلامی غیرقابل تعریف و معمولاً مبهم هستند؛ به نحوی که معنی آنها را نمی‌توان در هیچ فرهنگ لغتی یافت و این بافت فرهنگی و اجتماعی گفت‌وگو و تجربه‌های قبلی گوینده و شنونده است که این معانی را می‌سازد. دوم آنکه، این پیام‌ها مستمر و بی‌وقفه هستند. حتی زمانی که گفت‌وگوی کلامی متوقف می‌شود، معانی حاصل از این نشانه‌ها میان دو طرف گفت‌وگو رد و بدل می‌شود. سوم، برخلاف کلام این نشانه‌ها از کانال‌ها و مسیرهای مختلفی نظیر نوع نگاه، زبان بدن، حرکت دست‌ها و غیره قابل انتقال هستند. سرانجام، به جز تعداد معدودی از نشانه‌های غیرکلامی بسیار آشکار، مثل ارتباطی که بین رضایت و لبخند وجود دارد و تقریباً جهانی است، اغلب این نشانه‌ها در فرهنگ‌های مختلف به شکل‌های مختلفی تعبیر و تفسیر می‌شوند. حتی می‌توان گفت که لبخند نیز ممکن است در فرهنگ‌ها و به‌ویژه شرایط مختلف متضمن معانی متفاوتی باشد.

فصل سوم در هماهنگی کامل با عنوان خود «هفت روش برای بهبود توانایی گفت‌وگو»، هفت راهکار در این زمینه معرفی می‌کند، که عبارتند از: تعریف دقیق اهداف گفت‌وگو، تدوین ساختار اندیشه، مدیریت زمان، تکیه بر مفاهیم و علائق مشترک با مخاطب، گذر از بحث و جدل، جمع‌بندی گفت‌وگو و استفاده از نشانه‌ها و ابزارهای تصویری.

فصل چهارم و پنجم به ترتیب با عناوین «مهارت در پرسیدن» و «مهارت در قانع کردن»، شامل پیشنهادهایی برای بهبود مهارت‌های گفت‌وگو است. مثلاً در فصل چهارم، هفت تکنیک برای پرورش توانایی در پرسش مطرح شده، که عبارتند از:



که نویسنده برای هر یک از فصل‌های کتاب منابعی برای مطالعه بیشتر معرفی کرده و از خواننده می‌خواهد مطالعات خود را پس از خواندن این کتاب ادامه دهد.

امتیازها و کاستی‌های کتاب

هر چند مخاطب اصلی این کتاب کارکنان و مدیران سازمان‌ها هستند و محتوای کتاب بیشتر بر ارتباطات سازمانی تأکید دارد، زبان ساده و جامعیت مطالب ارائه‌شده بر گستردگی طیف مخاطبان آن می‌افزاید؛ به نحوی که مطالب ارائه‌شده در این اثر آن را برای تقریباً همه کسانی که می‌خواهند مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود بخشند، مناسب ساخته است. یکی دیگر از ویژگی‌های مثبت این کتاب پیوند آن با مبانی نظری رشته‌های دیگر نظیر مدیریت است که افق گسترده‌تری در اختیار خواننده قرار می‌دهد؛ مثل استناد به آثار پیتیر سنخ و مریديث بلین. ایجاز و خلاصه‌گویی دیگر امتیاز این اثر محسوب می‌شود. به این ترتیب، خواننده با کمترین اطناب در مطالب روبروست و مقصود نویسنده در هر فصل کاملاً روشن و قابل فهم است. در کنار این امتیازها کاستی‌هایی در این اثر دیده می‌شود. مثلاً، یکی از محدود کتاب‌های انگلیسی‌زبان است که نمایه ندارد. علاوه بر این، فهرست منابع نیز به جای آنکه در انتهای کتاب و در قالب یک کتابنامه مستقل ارائه شود، در درون متن کتاب و در کنار استنادها آمده است. با این حال، سادگی و روانی متن کتاب آن را برای خواندن بسیار آسان می‌سازد. خوانندگانی که علاقه‌مند هستند از زوایای مختلفی به فرآیند ارتباطات انسانی بنگرند و پیچیدگی‌های آن را در زبانی ساده بشناسند، می‌توانند به

خاطر داشته باشیم چون سخنرانی یک اجرای زنده است، همیشه درصدی از عدم قطعیت در آن وجود دارد و سخنران باید برای مقابله با آن آماده باشد. مثلاً، نمی‌توان قبل از سخنرانی تمام پرسش‌های احتمالی مخاطبان را پیش‌بینی کرد. از سویی دیگر، نمی‌توان میزان آمادگی مخاطبان برای شنیدن مطالب ارائه‌شده و تمایل آنان را به موضوع بحث دقیقاً پیش‌بینی کرد. بنابراین، فقط کافی است سخنران تسلط کافی به موضوع مورد بحث داشته باشد و ساختار معینی برای ارائه مطالب پیش‌بینی کند، اما خود را برای پاسخ به پرسش‌های پیش‌بینی‌نشده نیز آماده سازد.

فصل هشتم درباره مهارت‌های نگارش است، که در آن توضیحات مختصر اما مفیدی درباره جنبه‌های ارتباطی نگارش مطرح شده است. در این فصل بارکر بر شفافیت، سادگی، و صراحت در نگارش تأکید دارد. چرا که توجه به این نکات شانس انتقال پیام به خواننده را افزایش می‌بخشد.

فصل آخر درباره شبکه‌سازی و چگونگی توسعه ارتباط‌های شغلی و علمی است. حضور در کنفرانس‌ها و نشست‌های مختلف فرصت بسیار خوبی برای ایجاد چنین ارتباطاتی است. بارکر در این فصل خوانندگان را به حضور مستمر در این مجامع دعوت می‌کند و به آنان اطمینان می‌بخشد وقت و هزینه‌ای که برای حضور در چنین نشست‌هایی می‌پردازند، در مقابل شانس آشنایی با ایده‌های تازه و گسترش دامنه ارتباطات حرفه‌ای بسیار ناچیز است و اغلب مدیران، حرفه‌مندان و پژوهشگران موفق همواره بخشی از وقت و انرژی خود را صرف حضور و مشارکت در این مجامع می‌کنند. کتاب حاضر با یک پیوست خلاصه به پایان می‌رسد، به این ترتیب

978-1-4051-8165-5.

این کتاب مراجعه کند.

پی‌نوشت‌ها

مقدمه

امروزه گستردگی و عمق زمینه‌های پژوهشی به حدی رسیده که بسیاری از موضوعات به‌ظاهر فرعی به عرصه‌های پژوهشی دامنه‌دار و مستقلاً تبدیل شده‌اند. در این میان، علم ارتباطات که پیوندی بنیادین با تحولات پرشتاب فناوری اطلاعات دارد، از پویایی خاصی برخوردار بوده و در درون خود حوزه‌های جدیدی ایجاد کرده است. مثلاً در فرآیند دو سویه ارتباطات انسانی، گروهی از متخصصان با تمرکز بر عوامل مؤثر بر دریافت و تفسیر پیام عرصه‌های جدیدی بنیاد نهاده‌اند که حاصل آن ایجاد انجمن‌های کاملاً تخصصی بوده، که از آن جمله می‌توان به «انجمن شنود بین‌المللی»^۱ و «مجله بین‌المللی شنود»^۲ اشاره کرد. پروفسور «اندرو ولوین»^۳ یکی از این متخصصان است که در طول سه دهه گذشته در زمینه «رفتارهای شنیداری»، «آموزش شنیدن مؤثر»، «اختلالات شنیداری»، و سایر عوامل مؤثر بر جنبه‌های مختلف شنیدن و گوش دادن به تحقیق پرداخته و آثار فراوانی منتشر ساخته است. کتاب حاضر یکی از جدیدترین نمونه‌های این آثار است. آنچه در این کتاب آمده گامی جدید در رویکرد تازه به ارتباطات محسوب می‌شود که آن را با عنوان «رویکرد شنونده‌مدار به علم ارتباطات»^۴ می‌شناسند. چرا که برخی کارشناسان ارتباطات بر این باورند که تاکنون بیشتر توجه آنان به گوینده پیام و چگونگی تدوین پیام اختصاص داشته و اکنون زمان آن فرا رسیده که از زاویه‌ای تازه و از منظر شنونده پیام به این فرآیند بنگریم.

معرفی نویسنده

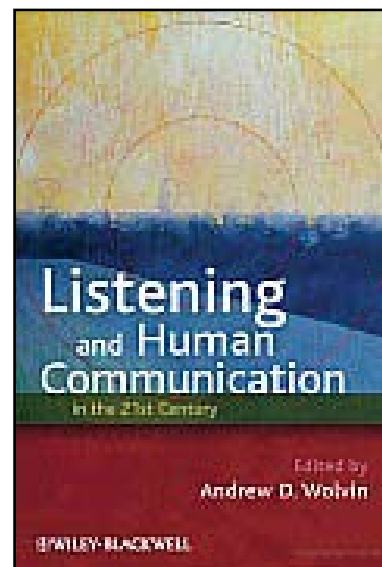
کتاب حاضر حاصل کار گروهی موفق است، چرا که ۱۷ نویسنده تحت سرپرستی پروفسور «اندرو ولوین» در تألیف آن نقش داشته‌اند. شرح مختصری از سوابق کاری تمام اعضاء این تیم در ابتدای کتاب آمده است. مرور این توضیحات نشان می‌دهد که نویسندگان از اعضاء هیئت علمی دانشگاه‌های مختلف امریکا، آلمان و هنگ‌کنگ هستند و همگی در گروه‌های آموزشی ارتباطات این دانشگاه‌ها فعالیت می‌کنند. سرپرست این تیم پروفسور ولوین استاد گروه ارتباطات دانشگاه مرلند امریکا است و در کارنامه پر بار آموزشی و پژوهشی خود تجربه تدریس در چندین دانشگاه، عضویت در چندین انجمن علمی و نشریه بین‌المللی در حوزه ارتباطات و تألیف چند کتاب و انتشار ده‌ها مقاله را دارد. عناوین تعدادی از کتاب‌های او عبارتند از: توضیحات شنیدنی،^۵ ارتباطات: جنبه‌های اجتماعی و شغلی،^۶ دستنامه روابط عمومی،^۷ ارتباطات تجاری در دنیای در حال تحول،^۸ شنیدن در سازمان‌های موفق،^۹ و دیدگاه‌های مختلف درباره شنیدن.^{۱۰}

1. Alan Barker
2. How to Manage Meetings
3. Thirty Minutes before a Meeting
4. Thirty Minutes to Brainstorm Great Ideas
5. The Alchemy of Innovation
6. Creativity for Managers
7. How to be a Better Decision Maker
8. Shannon and Weaver Communication Model
9. Contextual Model
10. Communication is the process of creating shared understanding.
11. Peter Senge
12. Meredith Belbin

مآخذ

- Senge, P. (1993) *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. London: Random House.
- Belbin, M. (1981) *Management Teams: Why They Succeed or Fail*. New Hampshire: Heinemann.

شنیدن و ارتباطات انسانی در قرن بیست و یکم



Wolvin, Andrew, D., *Listening and Human Communication in the 21st Century*, Wiley-Blackwell Publishing 2010, xii, 299 p. ISBN:

**آنچه در این کتاب
آمده گامی جدید در
رویکردی تازه به
ارتباطات محسوب
می‌شود که آن را
با عنوان «رویکرد
شنونده‌مدار به علم
ارتباطات» می‌شناسند**

معرفی کتاب

کتاب حاضر از چهار بخش و ۱۲ فصل تشکیل شده است. سروراستار این اثر در مقدمه کتاب ضمن ارائه توصیفی از محتوا و ساختار کتاب، با اشاره به مشکلات عمده قرن حاضر بر اهمیت ارتباطات مؤثر جوامع انسانی، بر حل این مشکلات تأکید می‌کند. او معتقد است اگر کشورهای جهان خواهان راهکارهای مؤثری برای مسائلی جهانی همچون غلبه بر کاهش ذخایر انرژی و پیشگیری از گرم‌تر شدن زمین هستند، ابتدا باید به فهم مشترکی از ماهیت این مسائل و عوامل ایجادکننده آن برسند. رسیدن به این فهم مشترک نیازمند ارتباط مؤثر میان آنهاست، و تحقق این ارتباط بیش از هر چیز به مهارت آنان در شنیدن و گوش کردن وابسته است. هرچند فناوری‌های ارتباطی نظیر اینترنت ابزار لازم برای این ارتباطات را در اختیار جوامع بشری قرار داده‌اند، انتقال صحیح پیام‌ها و معانی حاصل از آنها علاوه بر ابزار فنی به مهارت‌های ارتباطی نظیر مهارت در شنیدن نیاز دارد؛ مهارتی که علی‌رغم ظاهر ساده فرآیندی پیچیده دارد که عوامل فیزیولوژیکی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی بر آن تأثیر می‌گذارند. البته، آنچه در اینجا به عنوان شنیدن مطرح است، فرآیندی به مراتب پیچیده‌تر از یک رخداد فیزیولوژیکی، غیرفعال و غیرارادی است و متأثر از عوامل متعددی است؛ به همین دلیل برخی در این زمینه مهارت دارند و برخی دیگر شنوندگان چندان موفقی نیستند. افرادی که در این زمینه چندان موفق نیستند، معمولاً ویژگی‌های مشترکی دارند. آنان اغلب نسبت به موضوع بحث گوینده رغبتی نشان نمی‌دهند و به جای تمرکز بر پیام وی به شیوه ارائه مطالب او معترضند. علاوه بر این، معمولاً پاسخ خود را از قبل در ذهن آماده کرده و فقط منتظرند سخن طرف مقابل پایان یابد و بدون توجه به آنچه وی گفته است، پاسخ خود را ارائه کنند. همچنین، توجهی که به سخنان گوینده نشان می‌دهند، غیرواقعی و ظاهری است. گاهی نیز سخن گوینده را قطع کرده و با تغییر بحث اصلی از نتیجه‌گیری طفره می‌روند.

در نخستین فصل کتاب مبانی نظری و مفهومی فرآیند شنیدن از چهار منظر فیزیولوژیکی، روان‌شناختی، جامعه‌شناسی و ارتباط‌شناسی مطرح می‌شود. در هر یک از این سطوح برخی زمینه‌های مطالعاتی نیز معرفی می‌شوند که می‌تواند مورد استفاده محققان قرار گیرد. مثلاً در سطح فیزیولوژیکی، نویسنده به اهمیت سلامت اعضاء و اعصاب مرتبط با شنوایی در ارتباطات انسانی اشاره می‌کند. مسئله‌ای که بی‌تردید می‌تواند تأثیر مستقیمی بر موفقیت افراد در برقراری ارتباطات کلامی داشته باشد؛ به‌ویژه آنکه گویا تعداد افراد مبتلا به درجاتی از معلولیت شنوایی در جوامع مختلف نسبتاً زیاد است. مثلاً، براساس آمار «مؤسسه ملی ناشنوایی و

سایر اختلالات ارتباطی»^{۱۱} در سال ۱۹۹۶، حدود ۲۸ میلیون نفر در امریکا دچار درصدی از کم‌شنوایی بودند. در ادامه، مثال‌هایی از مطالعات در این عرصه ارائه شده است؛ مثل بررسی رابطه میان افزایش سن افراد که معمولاً با کاهش توانایی شنیداری همراه است و موفقیت آنان در ارتباطات کلامی. در سطح روان‌شناختی موضوعاتی نظیر رابطه میان توانایی حافظه کوتاه‌مدت و توان شنیداری و چگونگی تفسیر پیام‌های صوتی توسط مغز از جمله مباحث مطالعاتی در روان‌شناسی شناختی است. به همین ترتیب، در سطح جامعه‌شناختی موضوعاتی پژوهشی مطرح می‌شود؛ مثل تأثیر عوامل فرهنگی برای چگونگی درک و تفسیر پیام. در سطح ارتباطی مرور نسبتاً مفصلی از مطالعات این حوزه از صفحات ۱۶ تا ۲۳ کتاب ارائه شده که در آن به آثار مرتبط از جمله آراء ژوهانسن (۱۹۷۱) و فلویید (۱۹۸۵) اشاره شده، که در هر یک عوامل مؤثر بر تحقق شنیدن نظیر تمایل شنونده به گوش دادن و حس همدلی او با گوینده از پیش‌نیازهای اصلی برقراری یک گفت‌وگوی سالم در شرایط برابر است. تعداد انبوه استنادهای ارائه‌شده در این مرور نوشتارها و دامنه‌ای نزدیک به چهار دهه از انتشارات مرتبط، و فاصله انتشار بارکر (۱۹۷۱) تا پرلسن (۲۰۰۹) نشان‌دهنده احاطه نویسنده به این موضوع تحقیقاتی است.

فصل دوم و سوم کتاب به کاربرد روش‌های تحقیق کمی و کیفی در مطالعات حوزه شنیدن و مهارت‌های شنیداری اختصاص یافته است. در این دو فصل نویسندگان ضمن آنکه رویکردی تاریخی به تحولات روش تحقیق در این زمینه دارند، تجربه‌های شخصی خود را نیز بیان می‌کنند. در این دو فصل آمده است که گویا سابقه نخستین تحقیق با رویکرد علمی و مدرن درباره شنیدن به ۸۳ سال پیش، یعنی ۱۹۲۸ بازمی‌گردد که در آن محقق به نام رنکین^{۱۲} به بررسی میزان ساعات و دقایقی پرداخت که در یک روز عادی انسان‌ها به فعالیت‌های ارتباطی نظیر شنیدن، سخن گفتن، خواندن و نوشتن می‌پردازند و تلاش کرد سهم شنیدن را در این میان تعیین کند. از آن تاریخ به بعد پژوهش‌های فراوانی در این زمینه انجام شده که برخی با رویکرد کمی به سنجش سهم گوش دادن در میان سایر فعالیت‌های ارتباطی توجه داشته و برخی با رویکرد کیفی به شناسایی عوامل مؤثر بر کیفیت شنوایی یا عوامل بازدارنده آن پرداخته‌اند.

فصل چهارم کتاب با رویکرد روان‌شناسی شناختی به جنبه‌های مختلف این فرآیند می‌پردازد. در این فصل شنیدن به عنوان یک فرآیند پیچیده معرفی شده که کنش‌ها و واکنش‌های مختلف مغزی و عصبی بر آن تأثیر می‌گذارند. از سویی دیگر، به چند پرسش اساسی پاسخ داده می‌شود؛ پرسش‌هایی نظیر: آیا باید مهارت‌های شنیدن را آموزش داد، یا هر یک از ما به‌صورت طبیعی آن را فرا خواهیم گرفت؟

شنیدن یک فرآیند پویا و تعاملی است که در آن شنونده با تکیه بر دانش، نگرش و رفتار خود هدف (پیام) اصلی در این فرآیند را درک می‌کند. در این مدل چهار مرحله وجود دارد، که عبارتند از: آمادگی برای گوش دادن، انتقال پیام صوتی از گوش به مغز، ارزیابی تأثیر پیام دریافتی، و تعیین اهداف تازه برای استمرار گفت‌وگو



«آموزش شنیدن: مقصد کجاست؟» مطالب مفیدی در زمینه آموزش مهارت‌های گوش دادن در اختیار خواننده قرار می‌دهد. به‌ویژه در فصل هفتم توصیه‌های ارزنده‌ای در اختیار مدیران شرکت‌های تجاری و بازرگانی قرار گرفته که بر این اساس بتوانند کیفیت تعامل خود را با کارکنان و مشتریان مؤسسات خود بهبود بخشند. فصل هشتم با مرور نوشتارها چند تعریف از شنیدن ارائه می‌کند و به بررسی روند آموزش شنیدن در مدارس می‌پردازد.

فصول دهم و یازدهم به بررسی تأثیر مؤلفه‌هایی همچون ارزش‌های فرهنگی و باورهای دینی بر ارتباطات انسانی پرداخته است. نویسندگان این دو فصل تأکید دارند که در فرآیند جهانی شدن که میزان تعاملات ملتها نسبت به گذشته بسیار افزایش یافته است، طرفین یک گفت‌وگو باید باورهای یکدیگر را بهتر بشناسند و به آنها احترام بگذارند.

سرانجام در فصل دوازدهم که فصل پایانی کتاب است، جمع‌بندی مطالب با عنوان «مدل یکپارچه شنیدن: رویکردی به آموزش و یادگیری مهارت‌های شنیداری»^{۱۳} ارائه می‌شود. در صفحه ۲۹۶ مدل مذکور ترسیم شده و براساس آن تعریف تازه‌ای از شنیدن مؤثر ارائه می‌شود. طبق این تعریف، شنیدن یک فرآیند پویا و تعاملی است که در آن شنونده با تکیه بر دانش، نگرش و رفتار خود هدف (پیام) اصلی در این فرآیند را درک می‌کند. در این مدل چهار مرحله وجود دارد، که عبارتند از: آمادگی برای گوش دادن، انتقال پیام صوتی از گوش به مغز، ارزیابی تأثیر پیام دریافتی، و تعیین اهداف تازه

انسان‌ها پیام‌های صوتی را چگونه در مغز خود تعبیر و تفسیر می‌کنند؟ و سرانجام اینکه چه مهارت‌هایی را باید برای بهتر شنیدن آموخت و چگونه می‌توان از درستی انتقال پیام در فرآیند گفت‌وگو اطمینان یافت؟

فصل پنجم با عنوان «شنیدن از منظر گفت‌وگو»، به تبیین مفهوم گفت‌وگو به عنوان یک تعامل دوسویه می‌پردازد. نویسنده این فصل بر این باور است که شنیدن تنها زمانی اثربخش و مفید است که همراه با تعامل میان گوینده و شنونده باشد، و در حد انتقال پیام یک‌سویه و خطی باقی نماند.

فصل ششم با عنوان «مهارت‌های رویکرد شنونده‌مدار به ارتباطات» و با هدف تبیین این رویکرد و مؤلفه‌های آن نوشته شده است. براساس مطالب این فصل، معنای هر پیام دقیقاً همان چیزی است که شنونده درک می‌کند و اگر این معنا با آنچه گوینده مد نظر داشته متفاوت است، مسئولیت این سوءتفاهم بیشتر متوجه گوینده است تا شنونده؛ زیرا به هر دلیل وی نتوانسته پیام خود را متناسب با ویژگی‌های شنونده تدوین و تنظیم کند.

فصل هفتم با عنوان «شنیدن در زبان دوم»، به بررسی وجوه مؤثر برای فرآیند درک مطالب شنیداری یادگیرندگان زبان دوم اختصاص یافته است. در این فصل مطالب مفیدی برای متخصصان رشته آموزش زبان وجود دارد و به دشواری‌های افراد دو زبانه در شنیدن زبان دوم می‌پردازد.

فصول هشتم و نهم کتاب به ترتیب با عناوین «تمرین شنیدن: آیا در این زمینه پیشرفتی حاصل شده است؟» و

7. Handbook of Public Communication
8. Business Communication in a Changing World
9. Listening in the Quality Organization
10. Perspectives on Listening
11. National Institute of Deafness and other Communication Disorders (<http://www.nidcd.nih.gov/>)
12. Rankin
13. The Integrative Listening Model: An Approach to Teaching and Learning Listening
14. Receive, Comprehend, Interpret, Evaluate, Respond

مآخذ

- Barker, L. (1971) Listening Behaviour, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Berko, R. M.; Wolvin, A. D.; and Ray, R. (1997) Business Communication in a Changing World, New York: St. Martin's Press.
- Berko, R. M.; Wolvin, A. D.; Wolvin, D. R. (2007) Communicating: A Social and Career Focus. Tenth Edition, Boston: Pearson/Allyn & Bacon
- Burlinson, B.R. (2009) Understanding the outcomes of supportive communication: A dual-process approach. Journal of Social and Personal Relationships, Vol. 26, PP. 21–38.
- Floyd, J.J. (1985), Listening: A Practical Approach, IL: Scott, Foresman.
- Johannesen, R.L. (1971) The emerging concept of communication as dialogue, Quarterly Journal of Speech, Vol. 57, PP. 373–82.
- Rankin, P. T. (1928) The importance of listening ability, English Journal, Vol. 17, PP. 23–30.
- Wolvin, A. D. and Chernin, L. B. (2009) Listenable Briefings, Boston: Pearson.
- Wolvin, A. D. (1999) Listening in the Quality Organization, NY: Finger Lakes Press.
- Wolvin, A. D. and Coakley, C. (Ed.) (1993) Perspectives on Listening, New Jersey: Ablex Publishing Corp.
- Wolvin, A. D.; Berko, R.; Wolvin, D. (2005) Handbook of Public Communication, Delhi: Jaico Press.

برای استمرار گفت‌وگو. علاوه بر این، پنج مؤلفه اصلی نیز در بخش‌های مختلف این مدل وجود دارند، که عبارتند از: دریافت پیام، درک پیام، تفسیر پیام، ارزیابی پیام و پاسخ به پیام.^{۱۴} در صفحه ۲۷۵ کتاب جدول مفصلی برای تبیین این مؤلفه‌ها و رفتارهای شنیداری مرتبط با هر یک تدوین شده است. در نهایت، کتاب با یک نمایه جامع و مفصل به پایان می‌رسد.

امتیازها و کاستی‌های کتاب

مهم‌ترین امتیاز این کتاب جامعیت موضوعی و تنوع دیدگاه نویسندگان آن است. اثری که حاصل مشارکت ۱۷ متخصص از چندین دانشگاه است، افق گسترده‌ای را برای خوانندگان باز می‌کند. انعکاس دانش و تجربه نویسندگان این اثر به خوبی در محتوای آن آشکار است. پیوند عمیقی که این کتاب با آثار قبلی در این زمینه برقرار ساخته نیز امتیاز دیگر آن محسوب می‌شود. این اثر ساختاری منسجم و منطقی دارد و خواننده به خوبی می‌تواند مطالب را در بخش‌های مختلف دنبال کند. با توجه به اینکه ۱۷ نفر در نگارش کتاب حاضر مشارکت داشته‌اند، یکدستی و انسجام فصول نشان می‌دهد که هماهنگی بسیار خوبی بین نویسندگان برقرار بوده و البته نباید نقش مؤثر سرویراستار را نیز در این میان نادیده گرفت.

در کنار تمام ویژگی‌های مثبت این اثر، یکی از نقص‌های آن عدم وجود فهرست کاملی از منابع و مآخذ در پایان کتاب است. هرچند منابع هر فصل در انتهای آن آمده است، درمکرد این منابع در یک فهرست جامع می‌توانست برای خوانندگان علاقه‌مند به مطالعه در این زمینه مفید باشد. در مجموع، مطالعه این کتاب می‌تواند برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رشته‌های ارتباطات، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، کتابداری و اطلاع‌رسانی مفید باشد. علاوه بر این، ترجمه گزیده‌ای از آن نیز می‌تواند برای علاقه‌مندانی که فرصت مطالعه متن کامل را به زبان انگلیسی ندارند، آموزنده و پربار باشد.

پی‌نوشت‌ها

1. International Listening Association (<http://www.listen.org/>)
2. International Journal of Listening (<http://www.cios.org/www/ijl/ijltoocs.htm>)
3. Professor Andrew Wolvin (<http://www.comm.umd.edu/faculty/awolvin.html>)
4. Listening-Centred Approach to Communication
5. Listenable Briefings
6. Communicating: A Social and Career Focus

در کنار تمام

ویژگی‌های مثبت این

اثر، یکی از نقص‌های

آن عدم وجود فهرست

کاملی از منابع و مآخذ

در پایان کتاب است.

این کتاب می‌تواند

برای دانشجویان

تحصیلات تکمیلی در

رشته‌های ارتباطات،

روان‌شناسی،

جامعه‌شناسی،

کتابداری و

اطلاع‌رسانی مفید

باشد