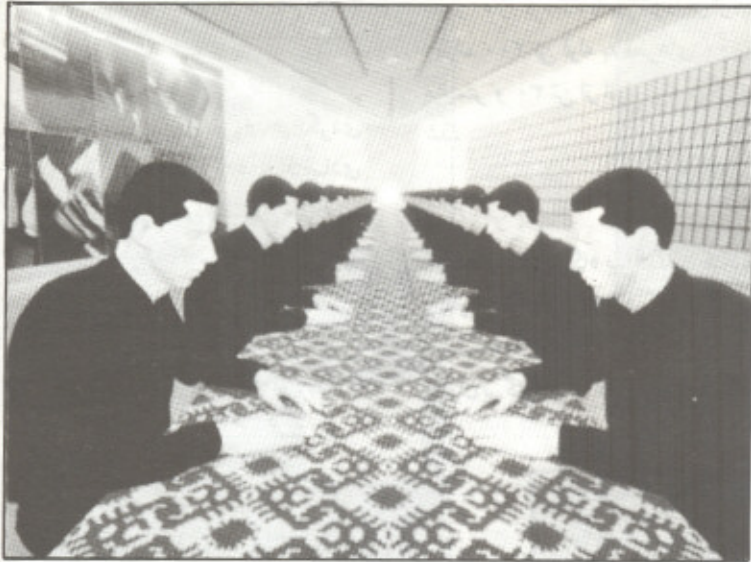


در یادگیری «گوش دادن»، قدرت نهفته است..!

ترجمه: احمد علیانی



۴- ارتباط تشویقی

این نوع صحبت برای تغییر یا تقویت گرایش‌ها و ایجاد عمل، مورد استفاده قرار می‌گیرد و با استفاده از همین روش، شما عقاید (ایده‌ها) خود را عرضه می‌کنید.

و اما در حین مکالمه، ما این چهار نوع ارتباط را با یکدیگر مخلوط می‌کنیم و نتیجتاً باعث می‌گردد تا توانائی‌مان برای فهم پیچیده شود.

مطالعات نشان داده که ۸۰٪ اوقات بیداری صرف برقراری ارتباط می‌گردد و نیمی از این زمان، صرف گوش کردن می‌شود! افراد با سرعتی در حدود ۱۲۵ کلمه در دقیقه صحبت می‌کنند، ولی به حدود ۵۵۰ تا ۶۰۰ کلمه در دقیقه گوش می‌دهند و این تفاوت در سرعت‌ها، باعث سرگردانی فکر می‌شود و در نتیجه، می‌شنویم ولی گوش نمی‌کنیم!

ما شنوندگان ضعیفی هستیم، برای اینکه گوش دادن در مدارس تدریس نمی‌شود، جدول زیر نشان می‌دهد که چگونه در تدریس، «گوش دادن» الویت‌ها، وارونه و عکس در نظر گرفته می‌شوند:

میزان تدریس	درصد کاربرد %	کاربرد	تقدم در یادگیری	مهارت
کمترین	۴۰-۵۰	بیشترین	اولین	گوش کردن
کمت	۲۵-۳۵	بیشتر	دومین	صحبت کردن
بیشتر	۱۴-۱۸	کمت	سومین	خواندن
بیشترین	۷-۱۲	کمترین	چهارمین	نوشتن

۱- ارتباط دوستانه

این نوع ارتباط برای ایجاد جو حاکی از احساسات مشترک، بر مبنای حسن نیت مورد استفاده قرار می‌گیرد و شامل گپ زدن و گفتگوی دوستانه برای شناخت متقابل می‌شود که جوی دلپذیر و دلخواه برای تصمیم‌گیری ایجاد می‌کند. همچنین هنگامی که افراد، دریافت کننده (گیرنده یا شنونده) نیستند، تنش را کاهش داده و یا میزان احساسات را تغییر می‌دهد.

۲- ارتباط احساسی

این نوع ارتباط، برای رها کردن احساسات متراکم بکار می‌رود. زیرا به افراد اجازه می‌دهد تا غلیان احساساتشان را کاهش دهند و هنگامی که ما عصبانی و ناراحت هستیم و یا اینکه تمایل و احتیاج اجباری برای بیان احساسات خود داریم، به حرفها گوش نمی‌دهیم!

۳- ارتباط اطلاعاتی

این نوع صحبت، برای انتقال و اشتراک اطلاعات، عقاید و داده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و برای تأیید دریافت و درک اطلاعات، به کاربرد استراتژی پاسخ نیاز دارد.

■ «گوش دادن» یک مهارت فاضلانه هر مدیر (مهندس صنایع) است! همانطور که توضیح داده خواهد شد، «گوش دادن» با «شنیدن» تفاوت دارد. افراد با فهم معانی و مفاهیم کاری آنچه که می‌شوند نکات حساس را مد نظر قرار می‌دهند.

بسیاری از اوقات در پایان یک مکالمه به این جمله استناد می‌گردد که «می‌دانم عقیده دارید آنچه را که فکر می‌کنید من گفتم، می‌فهمید، ولی مطمئن نیستم که تشخیص بدهید آنچه را شنیدید هما نیست که منظور من بود!».

یک اصل مهم و اساسی در مدیریت، توانایی گوش دادن و فهم ارتباطات است. بنابه نوشته مجله فورچون، «دانستن اینکه چگونه گوش کنیم، بازده کار کشور آمریکا را دو برابر می‌کند. و بنابه نوشته روزنامه وال استریت ژورنال «کارو تجارت، امروزه با سیستم ارتباطات به یکدیگر وابسته‌اند و گوش دادن، ضعیف‌ترین نقطه اتصال این سیستم است.» برای گوش دادن، شما باید آنچه را که می‌شنوید، بفهمید. افراد با گوش‌هایشان می‌شنوند، ولی با قلب (انتقال فکر) و فکر خود (هوش) گوش می‌کنند. در فرهنگ لغت، گوش کردن به این نحو تعریف شده است که: «توجه کردن... ملاحظه کردن». گوش کردن، فراتر از دریافت امواج صوتی بوسیله گوش است. «در گوش کردن»، بیان و ارزش و عکس‌العمل وجود دارد و این عوامل، معنی و مفهوم آنچه را که می‌شنویم، بدست می‌دهند. جهت گوش کردن به نحو موثر، احتیاج است تا تفاوت‌های مابین چهار نوع اصلی ارتباطات، درک و فهمیده شوند و این ارتباطات عبارتند از: