

تبلیغ مدیریتی

۴

ارتباط

سید محمود بهشتی نژاد

فرد یا افرادی دریافت می‌شود که در اصطلاح مدیریتی به آن «گیرنده پیام» گویند. در صورتی که بخواهیم پیام، تأثیر مناسب در مخاطب ایجاد کند، باید استنباط گیرنده پیام با مقصود فرستنده پیام هماهنگ باشد. به عبارت دیگر، اگر مخاطب از پیام ارسالی برداشتی غیر از ذهنیت گوینده داشته باشد، در حقیقت، پیام دریافت نشده است؛ از اینرو می‌توان گفت که یک دریافت کننده خوب بودن به اندازه یک فرستنده دقیق بودن، حائز اهمیت است و گاه از آن مهمتر است.

بنابراین در ارسال پیام لازم است

در شماره‌های قبلی، با توجه به اهمیت مدیریت تبلیغ در جامعه، مطالبی در زمینه ارتباطات و تبلیغ بیان شد و پس از ذکر فرایند پنج مرحله‌ای ارتباطات، به تشریح برخی از این مراحل (فرستنده، پیام، کانالهای ارتباطی) پرداخته شد. در این شماره درباره مراحل دیگر این فرایند (گیرنده و بازخور) نکاتی بیان خواهد شد. همچنین به علت اهمیت گوش دادن، مطالبی ذیل بحث گیرنده پیام، مطرح خواهد شد.

گیرنده پیام

طبیعی است که هر پیامی، توسط

تأثیر دارند. به عبارت دیگر شنونده پیام برای درک صحیح پیام، باید در موقع شنیدن پیام، به غیر از گوش، از قلب و چشمان خود نیز مدد گیرد و به اصطلاح به سخنان گوینده گوش جان بسپارد.

اساساً دقیق شنیدن، عامل مهمی در درک کردن دیگران است. برای ایجاد و حفظ روابط خوب و مطلوب با دیگران، و جلوگیری از کشمکشها و سوء تفاهمات، باید فن دقیق شنیدن را به خوبی آموخت و به کار بست؛ زیرا حُسن استماع، کار دشواری است و نیاز به کسب مهارت دارد.

از طرف دیگر، شنیدن ناقص کلام دیگران، ارزش سخن گوینده را به شدت کاهش می‌دهد؛ یعنی هنگامی که شنونده بانیمی از توانایی شنوایی خود به سخنان دیگران گوش فرا می‌دهد و از کنار برخی از مطالب گوینده با بی‌اعتنایی عبور می‌کند، گوینده از حرکات و حالات شنونده به بی‌توجهی و بی‌رغبتی او پی می‌برد؛ در نتیجه دل‌سرد می‌شود و انگیزه خود را برای ادامه سخن از دست می‌دهد.

گیرنده پیام از نظر فکری و روحی برای گوش کردن و کشف و تفسیر پیام آمادگی داشته باشد؛ به عنوان مثال شخصی که به جهت کار و فعالیت زیاد دچار خستگی و کسالت روحی باشد نمی‌تواند شنونده خوبی برای سخن دیگران باشد؛ در نتیجه بر اثر برداشت غلط یا ناقص از کلام آنها چه بسا عکس‌العمل‌های نامناسبی از خود بروز می‌دهد.

از آنجایی که استنباط و درک گیرنده پیام، نقش مهمی در ایجاد ارتباط سالم و کارآمد ایفا می‌کند، در این قسمت مناسب است بحثی پیرامون حقیقت و ماهیت «گوش کردن» مطرح شود.

اهمیت گوش کردن

برای کسب اطلاعات و آگاهیهای سودمند، تنها شنیدن سخنان دیگران کافی نیست؛ بلکه آنچه که اهمیت بیشتری دارد کیفیت گوش کردن است. در حقیقت واکنش شنونده به هنگام گوش کردن، سؤالاتی که مطرح می‌کند و نیز حالات و حرکاتی که از خود نشان می‌دهد، همه در دقیق شنیدن

افزایش مهارت‌های گوش کردن

خوب گوش دادن، فرایند پیچیده‌ای است که مستلزم توجه و دقت شنونده می‌باشد، ولی علی‌رغم پیچیدگی‌های این فرایند، شما می‌توانید مهارت‌های گوش دادن خود را تا حد زیادی افزایش دهید، ذیلاً چند روش برای افزایش مهارت‌های گوش دادن پیشنهاد می‌شود:

۱. سریع قضاوت نکنید: معمولاً ما به عنوان یک شنونده، قبل از آنکه تمام پیام را بشنویم و درک کنیم، تمایل داریم به سرعت آن را ارزیابی کنیم؛ مثلاً هنگام شنیدن سخنرانی دیگران، با گفتن این جمله «این یک سخنرانی تکراری و خسته کننده است» خود را از گوش دادن دقیق محروم می‌کنیم، یا مثلاً وقتی جوانی سؤالات خود را شروع می‌کند، مبلغ محترم به گمان اینکه این سؤالات را زیاد شنیده است دقیقاً به صحبت‌های طرف مقابل گوش نمی‌کند و همین قضاوت‌های عجولانه مانع درک صحیح کلام دیگران می‌شود؛ بنابراین برای خوب گوش دادن باید این پیش‌دوریه‌ها را کنار بگذاریم.

در اینجا تذکر این نکته لازم است که برخی از مبلغین گمان می‌کنند که این مردم هستند که همواره باید به سخنان آنها گوش فرا دهند، به همین دلیل معمولاً گویندگان، آمادگی برای استماع سخنان دیگران را ندارند؛ در حالی که ارتباط مفید و مؤثر، اقتضا می‌کند که به مردم بویژه به نسل جوان پرسشگر، میدان سخن داده شود، تا آنها بتوانند نیازها و خواسته‌های فرهنگی خود را مطرح کنند و پیام دین را از مبلغین محترم دریافت کنند. متأسفانه برخی به علت غفلت از این نکته اساسی، با بی‌اعتنایی از کنار سؤالات و درد دل مخاطبین خود عبور می‌کنند و چه بسا با این برخورد غیر اخلاقی و اسلامی، همان سؤالات تسبیل به عقده‌هایی در دل افراد می‌شود و آثار زیانبار فردی و اجتماعی را به دنبال خواهد داشت؛ در حالی که توجه کردن به مخاطبین و سخنان آنها، در آنان رضایت خاطر و آرامش درونی ایجاد می‌کند، حتی اگر روحانی نتواند به سؤالات آنها جواب قانع کننده‌ای بدهد.

درک سخن دیگران باید از عوامل مزاحم دوری جست.

۴. به نشانه‌های غیرکلامی گوینده پیام کاملاً توجه کنید: بعضی فکر می‌کنند همین که سخنان گوینده‌ای را بشنوند کلام او را کاملاً درک کرده‌اند؛ در حالی که حرکات بدن گوینده نیز می‌تواند حاوی معنایی باشد که چه بسا در درک مقصود اصلی او دخالت داشته باشد؛ بنابراین ما باید علاوه بر گوش کردن به کلام مخاطب، حتی المقدور با چشمان خود حرکات دست و سر او را دنبال کنیم، تا اینکه تمام نشانه‌هایی را که می‌تواند در درک پیام به ما کمک کند، دریافت کنیم.

بازخور

آخرین مرحله از فرایند ارتباطات، مرحله بازخور است. بازخور در حقیقت آن پاسخی است که گیرنده پیام به فرستنده پیام می‌دهد. بازخور می‌تواند یک واکنش کلامی یا واکنش غیرکلامی یا مجموعه‌ای از هر دو باشد. در این مرحله است که

۲. کلام دیگران را قطع نکنید: برخی از افراد با انگیزه‌های گوناگون، همیشه سعی می‌کنند تنها کلام خود را مطرح کنند و نظرات خود را به دیگران تحمیل کنند؛ لذا هنگامی که دیگران صحبت می‌کنند اصلاً به کلام آنها توجهی ندارند و فقط در فکر تنظیم صحبت‌های بعدی خود هستند؛ از اینرو به گوینده فرصت نمی‌دهند که سخنش را تمام کند و همین امر، مانع گوش دادن دقیق و درک صحیح می‌شود؛ بنابراین برای خوب گوش دادن باید از قطع کردن کلام دیگران پرهیز کنیم.

۳. عواملی را که موجب حواس پرتی

می‌شود کنترل کنید: عواملی مانند: صدای بلندگو، تلویزیون و سر و صدای دیگران می‌تواند مانع دقیق گوش کردن بشود؛ مثلاً برخی از افراد به علت مشغله کاری در حین صحبت کردن با تلفن، به سخنان دیگران هم گوش می‌دهند؛ در حالی که امکان ندارد انسان در یک زمان دو کلام را دقیقاً گوش دهد و درک کند؛ بنابراین برای

کننده‌ای را در سخنرانی خود مطرح می‌کند باید از چهره‌های خسته و کسل و از خمیازه و دهن دره‌های شنوندگان خود، دریابد که سخنان او در مخاطبین تأثیر مناسبی ندارد. ولی اگر از این بازخورها با بی‌توجهی بگذرد، این ارتباط یک طرفه به حساب می‌آید.

برخی از گویندگان گاهی سؤال می‌کنند که مدت سخنرانی باید چه مقدار باشد؟ در جواب این عزیزان باید گفت: برای همه محیطها و جلسات مذهبی نمی‌توان یک نسخه پیچید؛ بلکه باید به نوع محیط و جلسه نگاه کرد و میزان سخنرانی را تنظیم نمود، ولی در عین حال از نظر مدیریت تبلیغ یک شاخص کلی را می‌توان معرفی کرد، و آن اینکه گوینده باید دقیقاً به بازخورها و عکس‌العمل‌های شنوندگان توجه کافی داشته باشد. یک گوینده ماهر به خوبی می‌تواند با نگاه به چهره‌ها و حالات مستمعین خود میزان آمادگی آنها را برای ادامه سخنرانی، تشخیص دهد. لازم نیست

مشخص می‌شود دریافت‌کننده پیام تا چه حد متوجه مقصود و منظور فرستنده پیام شده است؛ به عبارت دیگر، بازخور کنترل می‌کند که فرستنده، پیغامی را که در ابتدا قصد کرده بود، با چه میزان موفقیت و صحت به گیرنده پیام انتقال داده است.

فرایند ارتباطی بدون وجود بازخور، کامل نخواهد شد. فرایند ارتباطی که فاقد بازخور باشد در واقع نوعی ارتباط یک‌جانبه و یک‌طرفه است. در این نوع ارتباطات فرستنده پیام تنها به ارسال پیام اقدام می‌کند و توجهی به پاسخ یا انعکاس از طرف گیرنده پیام ندارد.

البته امکان ندارد که پیامی بدون بازخور باشد؛ و اگر پیام به مقصد برسد حتماً انعکاسهایی را به همراه دارد، منتها در ارتباط یک‌طرفه، فرستنده پیام به این انعکاسها توجهی نمی‌کند. به همین جهت این‌گونه ارتباطات را ارتباطات یک‌طرفه نامیده‌اند؛ به عنوان مثال، گوینده‌ای که مطالب کسل

دادن را با واژه «هدیه» تعبیر کرده است. آری مطرح و بازگو کردن عیب برادر دینی برای خود او، به صورت صادقانه و با انگیزه پاک و بی غرض، هدیه ارزشمندی است که می‌تواند او را خوشحال کند و نتایج گرانبهایی را در زندگی شخصی و اجتماعی او ایجاد کند. چنین بازخور داندی می‌تواند در چگونگی چینش پیامها تأثیر سازنده داشته باشد. بر اساس این گونه بازخور دادنیهای بی شائبه، ارتباطات یکطرفه به ارتباطات و مبادلات دو طرفه‌ای تبدیل می‌شود که همراه با صفا و صمیمیت است.

متأسفانه بعضی از مبلغین، تحمل هیچگونه انتقاد سازنده‌ای را نسبت به سخنرانی و یا عملکرد خود ندارند؛ در نتیجه مخاطبین آنها هیچ‌گاه جرأت ایراد گرفتن ندارند؛ در نتیجه گاهی برخی از عیوب گوینده تا آخر عمر وجود داشته، برطرف نمی‌شود. اساساً اگر رابطه روحانی و مردم، مبتنی بر انتقاد سالم و بیان معایب و

حتماً افراد بگویند آقا ما خسته شدیم، بلکه همین که مرتب به ساعت خود نگاه می‌کنند، نگاهشان به طرف گوینده متمرکز نیست و خمیازه می‌کشند، کافی است که شما سخن خود را جمع کنید.

تا وقتی به کلام خود ادامه دهید که آثار نشاط و سرحالی را در مستمعین خود مشاهده می‌کنید. چه اشتباه می‌کنند گویندگانی که در هنگام سخنرانی اصلاً توجهی به محیط پیرامونی خود ندارند و سرخود را زیر می‌اندازند و به صحبت‌های خود ادامه می‌دهند.

از نظر بینش اسلامی نه تنها توجه به بازخور و عکس‌العمل دیگران لازم است؛ بلکه بالاتر از آن، سفارش شده است که از مخاطب، درخواست بازخور شود. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «أَحَبُّ إِخْوَانِي إِلَيَّ مَنْ أَهْدَى إِلَيَّ عَيْبِي؛ محبوبترین برادران من در نزد من، کسی است که عیوب مرا به من هدیه کند.»^۱

چه تعبیر زیبایی در این حدیث به کار رفته است؛ انتقاد کردن و بازخور

۱. اصول کافی، ج ۲، ص ۶۱۰.

محاسن در جهت اصلاح امور باشد؛ چنین روحانی باعث پیشرفت و ترقی جامعه خواهد شد، و فقدان چنین رابطه صمیمانه‌ای موجب رکود و عقب افتادگی آن جامعه خواهد بود؛ بنابراین مبلغین باید توجه داشته باشند که در حقیقت، منتقدان، خیرخواه و دوست آنها هستند. امیرالمؤمنین علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّمَا سَمَّيَ الصَّدِيقَ صَدِيقًا لِأَنَّهُ يَصْدِقُكَ فِي نَفْسِكَ وَمَعَايِبِكَ فَمَنْ فَعَلَ ذَلِكَ فَاسْتَنِمِ إِلَيْهِ فَإِنَّهُ الصَّدِيقُ»^۱ دوست را از آن جهت دوست نامند که درباره خودت و همچنین عیبهایت به تو راست می‌گوید؛ پس هر کس [با تو] چنین رفتار کرد، به او اعتماد و اطمینان کن، زیرا او حقیقتاً دوست است.»

از طرف دیگر، اگر مبلغین راه انتقاد کردن و بازخور دادن را ببندند، در حقیقت بر روی عیبهای خود سرپوش گذاشته‌اند، در نتیجه هیچ‌گاه گامی در جهت اصلاح خود و کیفیت بیان معارف دینی بر نمی‌دارند. بالاتر از آن، روحانیونی که جلو انتقاد دیگران را می‌گیرند و زبان مخاطبین خود را می‌بُرند، در واقع دشمنانی را برای

خود پرورش می‌دهند؛ زیرا سرپوش گذاشتن روی عیوب دیگران و بازگو نکردن آن برای خود آنها، در واقع یک نوع دشمنی است. امیر بیان علیه السلام در این زمینه می‌فرماید: «مَنْ سَاوَرَكَ عَيْنِكَ فَهُوَ عَدُوُّكَ»^۲ هر کس عیب تو را بر تو بپوشاند، دشمن توست.»

آری چه دشمنی بالاتر و روشن‌تر از این که افرادی که با یک روحانی و مبلغ ارتباط دارند، به واسطه انتقاد نکردن و مطرح نکردن عیوب و اشتباهات او، این ذهنیت غلط و نابجا را در ذهن او به وجود آورند که خیال کند رفتار و گفتارش هیچ مشکل و ایرادی ندارد و آنگاه که او بر اثر سخنان عیبهای نسنجیده و رفتار نامناسبش در جامعه با بحران و مشکلات جدی روبه‌رو شود، همین افراد به ظاهر پشتیبان و بله قربان‌گو و تأیید کننده رفتار و گفتار روحانی، او را در وادی مشکلات و گرفتاریها تنها بگذارند.

ادامه دارد...

۱. غرر الحکم، ش ۳۸۷۷.

۲. همان، ش ۸۲۱۱.