



روابط انسانی

پویایی

● گیل ای. مایرز
برگردان: حوا صابرعاملی

و وارد حوزه‌های مختلف به طور تخصصی و ریز نمی‌شود، چرا که در هر حوزه مطالعات و مطالب بسیار عمیق از لحاظ نظری می‌تواند ارائه یا تألیف گردد. سعی این مقاله بیشتر نشان دادن روابط بین ارتباطات انسانی و روابط بین نظریه‌ها و اعمال نظریه‌ها در رادیوست.

مقدمه

هدف برقراری ارتباط در انسان را شناخت خود، دیگران و جهان پیرامون و شناساندن خود، دیگران و جهان پیرامون می‌دانند. ایجاد ارتباط یک نیاز است برای شناختن و شناساندن و هم یک وسیله است برای شناختن و شناساندن، یعنی هم هدف است هم وسیله. انسان‌ها با روابطی که ایجاد می‌کنند خود و دیگران و جهان پیرامون خود را می‌شناسند و می‌سازند. آنها بر اساس این روابط، باورها،

رسانه‌ها به عنوان وسایل برقراری ارتباط و دیگر نظریات در حوزه ارتباطات باید به چهار نوع یا سطح ارتباط در جهان انسانی توجه نشان بدهند:

- ارتباط درونی
- ارتباطات میان فردی
- ارتباطات گروهی
- ارتباطات جمعی

این چهار نوع یا سطح ارتباط در یکدیگر تداخل دارند و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. بررسی تعاملات و فرایندهای آنها با یکدیگر که در هر یک از حوزه‌ها قابل پی‌گیری است کمک بسیاری به برقراری یک ارتباط صحیح با مخاطبان در رسانه‌ها خواهد بود.

این نوشته بیشتر به طرح موضوع پرداخته و با موضوعات به صورت عمومی و عام در قالب ارتباطات معمولی برخورد می‌کند

نگرش‌ها، ارزش‌ها، و هنجارها را به دست می‌آورند و می‌سازند. انسان‌ها براساس باورها به پیرامون خود می‌نگرند و نگرش‌های خود را براساس آنها سازمان می‌دهند. آنها بر اساس نگرش‌ها به پدیده‌ها به شیوه خاص پاسخ می‌دهند. نگرش‌ها را ما غالباً در قالب رفتار و اعمال و به طور غیرمستقیم می‌توانیم ببینیم. به عبارت دیگر، نگرش‌ها پاسخ‌های فردی افرادند. این پاسخ‌ها در سه بعد قابل اندازه‌گیری اند:

● شدت به عنوان قدرت نگرش

● جهت به عنوان میزان مطلوبیت

● برجستگی به عنوان میزان اهمیت نگرش (این ملاک‌ها را می‌توان برای مخاطب‌سنجی و تعیین میزان بازخورد استفاده کرد). انسان‌ها باورها و نگرش‌های خود را بر اساس ارزش‌ها بنیان می‌گذارند. ارزش‌ها ادراکات کلی نسبتاً پایداری اند که به ما کمک می‌کنند خود، دیگران، جامعه و جهان پیرامون خود را بشناسیم و آنها را دسته‌بندی و طبقه‌بندی کنیم. ارزش‌ها غالباً نظام‌های پیچیده اخلاقی و مذهبی اند. آنها راهنماهای انسان‌اند و در مقابل تفسیر به خصوص بنیادی از خود مقاومت نشان می‌دهند. زمانی که ارزش‌ها شکل اجتماعی به خود می‌گیرند قالب رفتار ما را مشخص می‌کنند. ما این قواعد رفتاری را هنجار می‌نامیم. باورها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارها در یک شبکه ارتباطی بین مردمان به یک نظام می‌رسند و خود را بازتولید می‌کنند. یعنی افراد از آنها تأثیر می‌پذیرند و بر آنها تأثیر می‌گذارند.

ارتباطات درون‌انسانی

بررسی ارتباطات درون‌انسانی یک بررسی شناخت‌شناسی و روان‌شناسی است. ارتباطات درونی غالباً بر اساس استعدادها، آگاهی‌ها و احساسات شکل می‌گیرند. هدف از بررسی روابط درون‌فردی پیدا کردن چگونگی پاسخ دادن افراد به نمادها، چگونگی قدرت اراده، شیوه تعامل انسان با داده‌ها، و چگونگی تفسیر انسان است. انسان‌ها بر اساس ادراکات تجربی و حسی، تصورات، ارزیابی‌ها، استنباط‌ها، تدابیر، حالات ذهنی، نظرها، عقاید، باورها، نگرش‌ها، برداشت‌ها، خاطرات و تجربیات دنیای درونی خود را بر اساس ابزار شناختی خود می‌سازند. آنچه در درون اتفاق می‌افتد فرایند معناسازی بیرون است تا بتواند با آنها با بیرون ارتباط برقرار کند. در این فرایند، مهم فعال بودن آدمی است در برابر محرک‌های بیرونی؛ به طوری که فعال بودن و دخالت دادن عنصر اراده و آگاهی عامل اساسی در فرایند ادراک و تعاملات و ارتباطات است. انسان‌ها این خصوصیت را در برقراری ارتباط، کسب، رشد و تغییر می‌دهند. بر این اساس آنها دارای یک فهم از ساخت واقعیت بیرونی می‌شوند که شامل دو بخش است:

● بخش منحصربه‌فرد و شخصی

● بخش مشترک با دیگران

کیفیت ساخت واقعیت بیرونی در درون افراد در فرایند ارتباط به اطلاعات دردسترس و گزینش شده بستگی خواهد داشت. فرایند ساخته شدن درون در نهایت، شخصیت او را به نمایش خواهد گذاشت.

انسان‌ها بر سه اساس به درک واقعیت بیرون از خود می‌پردازند:

● اعمال انسانی از ویژگی‌های رفتاری و درونی اوست

● هر فرد اشیاء و افراد را به گونه‌ای می‌بیند که من می‌بینم

● آنچه محسوس است وجود دارد

آنها برای گزینش و انتخاب اطلاعات با دو عامل بیرونی و درونی روبه‌رو هستند:

● عوامل درونی از قبیل محدودیت حواس، عوامل روان‌شناختی شامل نیازها، انگیزه‌ها، علائق، تمایلات و تجارب و

آموخته‌های قبلی، و شیوه استفاده از دستگاه‌های شناختی

● عوامل بیرونی مثل شدت، اندازه، تباین، تقابل، تکرار،

وحدت، حرکت، تازگی

تمایل ادراکی انسان بر اساس تعامل با این دو عامل باعث ساخت واقعیت خارجی در درون انسان خواهد شد. انسان‌ها چون تمایل به سازماندهی آگاهی‌های خود دارند و از ناهماهنگی شناختی احساس بدی دارند، اطلاعات خود را در قالب یک نظام درمی‌آورند و براساس آن به محرک‌های بیرونی و واقعیات جزئی خارجی به صورت فعال پاسخ می‌دهند. آنها در سازماندهی علاقه دارند اولویت را به چیزهایی بدهند که برجستگی داشته باشند و موارد دیگر را تحت آنها نظم بدهند. آنها تمایل دارند در همه حال درک کامل و مشخص از واقعیات پیدا کنند، در برخورد با نقاط نامفهوم و مبهم با استفاده از نظام درونی خود به تفسیر و تبیین و روشن کردن واقعیت می‌پردازند و بر همین اساس ارجاعی، خود دنیاهای خود را خلق و تفسیر می‌کنند. آنها بر اساس اعتبار توافقی، اعتبار مقایسه‌ای یا اعتبار تکرارپذیری به واقعیات درونی خود اعتبار می‌بخشند و از حالت ابهام و نامفهومی خود را خارج می‌کنند. مهم‌ترین اولویت در نظام شناختی انسان، جهان‌بینی افراد است که تمامی اعمال و رفتارهای درونی و بیرونی او را جهت می‌بخشد. رسانه رادیو به عنوان یک منبع ارتباطی شنیداری از دو وسیله برای برقراری ارتباط استفاده می‌کند: گوش و زبان. حس شنوایی از اولین وسایل ارتباطی است که انسان از آن بهره می‌جوید و از طرفی آخرین مهارت ارتباطی است که فرد از طریق آموزش رسمی آن را می‌آموزد و تکمیل می‌کند. درست شنیدن مهارتی است که باید در دوره‌های آموزشی به دانشجویان آموزش داده شود. چرا که گوش دادن برابر با شنیدن نیست بلکه خاصیتی شبیه توجه کردن دارد.

افراد در فرایند گوش کردن اغلب برای فهم اهداف اصلی گوینده به مطالب او گوش نمی‌دهند، بلکه وارد دنیای درونی خود شده و با کمک آنها به تفسیر سخنان گوینده می‌پردازند. لذا گوش

دادن یک فرایند تعاملی است یعنی اولاً یک عمل زماندار است و به مرور در انسان رشد می‌کند و ثانیاً حالت تعاملی دارد و انسان در حین گوش دادن به علت توانایی تفکر می‌تواند به چیزهای دیگر موجود در آگاهی درونی خود نیز فکر کند و به تجزیه و تحلیل و برداشت از گفته‌های دیگری برسد.

چگونگی توجه در ارتباط چه برای کسی که پیامی را می‌فرستد و چه کسی که آن را دریافت می‌کند شکل‌های متفاوتی به خود می‌گیرد، مثلاً توجه واقعی، توجه خیالی، تظاهر به توجه، و توجه با اهداف خاص، و فقدان توجه کامل. گوش دادن نیز می‌تواند شامل شنیدن نامفهوم، شنیدن جهت‌دار، شنیدن، فهمیدن، توجه دقیق، تحلیل و ارزیابی پیام‌ها برای عمل کردن بر اساس شنیده‌ها باشد.

گوش دادن عکس فرایند تولید معنا در زبان در درون فرد گوینده است یعنی از طریق زبان گفتاری در ذهن به معنا تبدیل می‌شود. شناخت و در نظر گرفتن مسائل فوق به رسانه رادیو کمک می‌کند که مهارت‌های شنیدن و شنیده شدن خود و مخاطبان‌ش را به‌طور صحیح افزایش دهد. در نظر گرفتن عوامل زمانی و تأثیر

است. یعنی غالباً اشیاء کیفیات و رویدادها همان گونه که نامیده می‌شوند، احساس می‌گردند. در تعریف، نشانه‌ها و وسایلی هستند که وجود چیز دیگر را نمایش می‌دهند و رابطه طبیعی را با آن آشکار می‌سازند، و نمادها نماینده چیزی‌اند که در مورد آن توافق شده و بین آنها رابطه برقرار است. زبان در هر دو صورت با واقعیات مرتبط است. در واقع نمادها و نشانه‌ها واسطه‌ها و رابطه‌ها را مشخص می‌کنند و ما از طریق آنها مکان‌ها و زمان‌ها را به یکدیگر در قالب زبان متصل می‌کنیم.

این امکان گسترش شناخت در طول تاریخ برای انسان فراهم می‌شود و قدرت تمدن‌سازی زبان از همین خصلت آن برمی‌خیزد. انسان‌ها با استفاده از زبان و محتوای آن به طبقه‌بندی براساس شباهت‌ها و تفاوت‌ها می‌پردازند و بدین وسیله به ذهن خود نظام می‌دهند. یا از نگاه دیگر، زبان‌ها نگاه انسان‌ها را به اطراف هدایت می‌کنند و ماهیتاً دارای یک فیلتر یا صافی بر اساس ساختار خود هستند. لذا چگونگی استفاده از زبان می‌تواند به عنوان ابزار قدرت در عرصه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی مطرح و روی آن کار شود.

**افراد در فرایند گوش کردن،
اغلب برای فهم اهداف اصلی
گوینده به مطالب او گوش
نمی‌دهند؛ بلکه وارد دنیای
درونی خود شده، با کمک آنها به
تفسیر سخنان گوینده
می‌پردازند. لذا گوش دادن یک
فرایند تعاملی است.**



حال بحث را از رابطه بین معنا و زبان که در قسمت شنیدن به‌طور خلاصه مطرح شد پی می‌گیریم. آنچه معنا را برای افراد تشکیل می‌دهد لغات و واژه‌ها نیستند. آنچه معنا را می‌سازد در درون افراد وجود دارد. معنا رابطه‌ای است بین نماد و آنچه نماد بیانگر آن است یعنی معنا بر اثر کنش متقابل بین آنچه خارجی است و نماد در ذهن انسان ارتباطگر به وجود می‌آید. معناها در درون آدمی به دو صورت نمایان می‌شوند:

- معناهای صریح
- معناهای ضمنی

صریح و ضمنی یا نامفهوم بودن معنا به معنی خوب یا بد بودن نیست. چه بسا یک معنای صریح در یک مکان یا زمان، مناسب و خوب نباشد و یک معنای ضمنی خوب و مناسب باشد. در هر صورت افراد بر اساس این دو نوع معنا در حرف‌های خود با

آن بر شنیدن افراد، پیام‌ها و محتوای آنها و تأثیرات آن بر شنیدن افراد، پیدا کردن محدودیت‌های شخصی، رسانه‌ای، روان‌شناختی و اجتماعی و تقویت آنها به کمک یکدیگر از جمله مواردی هستند که رسانه‌ها را در برقراری ارتباط تقویت خواهند کرد.

زبان و شیوه تفکر به شدت با هم گره خورده‌اند و این مهم‌ترین ویژگی زبان است. هر زبان بیانگر فرهنگ و نگاه ویژه‌ای است که افراد آن زبان به جهان دارند. پیرامون نظریات زبانی دو دسته‌اند: آنهایی که عقیده دارند زبان به شدت تفکر و اعمال انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهند، و افرادی که به نظر آنها زبان در آگاهی به واقعیت نقش زیادی ندارد. بررسی این موضوع می‌تواند توانایی ما را در استفاده از زبان افزایش دهد.

زبان به عنوان ساختار نمادساز و نشانه‌ساز از واقعیت به کار می‌رود. لذا جدایی کامل بین واقعیت عینی و نمادهای زبانی مشکل

دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. شکل زبانی یا ادبیات مورد استفاده توسط افراد به دو عامل بستگی دارد:

● شرایط ارتباط

● توازن بین فهماندن خود و حفظ تصویر خود

اگر فرضیه‌های درونی و گزینه‌های نمادی مورد استفاده گوینده با تعبیر و تفاسیر، فرضیه‌ها و نمادها در درون مخاطب مشابه نباشند، یا نتوانند به نحوه صحیح با یکدیگر تعامل کنند، دو طرف نمی‌توانند در قالب زبانی به یک ارتباط درست دست پیدا کنند و دچار بدفهمی زبانی می‌گردند.

عناصری که باعث بدفهمی زبان می‌شود و مربوط به خود زبان است و مربوط به درونیات افراد نیست، عبارت است از:

۱. تخصصی بودن و ضمنی بودن

۲. تزیین شدن زبان در قالب‌های خاص

۳. آلودگی‌های زبانی، شامل: الف. سردرگمی که ناشی از معانی ناشناخته است مثل: استفاده از زبان بیگانه، واژه‌های ناآشنا، کلمات نامفهوم، استعمال لغات در جاهای نامناسب؛ ب. ابهام ناشی از معانی بسیار زیاد لغات مثل احتمال روش‌های فراوان در تعریف واژه، منابع مبهم، اشارات خیلی کلی، اصطلاحات و عبارات غیردقیق؛ ج. فریب در معنا مثل دروغ، تحریف حقایق، گزارش‌ها و داده‌های غیردقیق، بدون پاسخ گذاشتن سؤالات مستقیم و ... این ابهامات به دو صورت تولید و شکل پیدا می‌کنند:

● بیان‌های که از طریق مشاهده درباره یک واقعیت به دست می‌آوریم.

● بیان‌هایی که از طریق استنباط پس از دست‌یابی به یک دسته از داده‌ها به دست می‌آوریم. بیشتر این ابهامات ناشی از این است که آنها با بیان خود همواره در موارد مختلف به قضاوت راجع به امور می‌پردازند. این قضاوت‌ها از درون سرچشمه می‌گیرد و شخصیت فرد را نمایش می‌دهد، لذا در ارتباطات بیشتر ابهامات منشأ درونی دارند.

برای زدودن ابهام و افزایش اعتماد و ایجاد یک ارتباط درست شرایطی لازم است که در آن، افراد بتوانند به تفاهم برسند، چرا که زبان وسیله‌ای برای سهمی شدن در تجارب دیگران و سازگاری دنیای درونی با دنیای واقعی بیرونی است. این شرایط عبارت‌اند از:

۱. اعتماد به مخاطب

۲. اعتماد خواستن از او به جای بهره‌کشی و یا احمق فرض کردن او

۳. گفت‌وگو راجع به موضوعات مبهم

اعتماد کردن نیز در نهایت همانند منبع ابهام یک امر درونی است که نیاز به تصمیم و قصد دو طرف دارد. رسانه رادیو از دو طریق می‌تواند فرایند کاهش ابهام و افزایش اعتماد را پیش ببرد:

● استفاده از زبان و ادبیات مناسب در یک پس‌زمینه زبانی اعتمادساز

● داشتن یک روال و قاعده پویا و مشخص به‌عنوان الگوی فعالیت رسانه در موقعیت‌های مختلف

از دیگر مشکلات رسانه‌ها در استفاده از زبان، مشکل کلیشه‌سازی است که نتیجه مستقیم طبقه‌بندی مفاهیم در زبان و حجم بالای کار و تکرار برنامه‌هاست. کلیشه‌سازی باعث تقویت افکار قالبی می‌شود که می‌تواند اثرات معکوس در مخاطب داشته باشد. کلیشه یک راه میانبر را در فکر کردن تشویق و کمک می‌کند تا نگاه افراد به دیگران بدون در نظر گرفتن شرایط متفاوت آنها حالت عمومی پیدا کند و افراد را منحصر به فرد ندانند. اگر تحت شرایطی این نگاه به خود رسانه برسد، کل فعالیت آن زیر سؤال خواهد رفت. زیرا بدترین حالت، قالبی شدن حالت ارزیابی آن است نه توصیف آن که افراد بر اساس آن به ارزیابی اطراف خود می‌پردازند.

کلیشه‌ها می‌توانند آنقدر شدید شوند که ما را در قضاوت راجع به مردم، شرایط و مفاهیم دچار خطای فاحش کنند و راه را برای شناخت واقعی ببندند. لذا توجه به این موضوعات در استفاده از زبان در کار رسانه و تعیین حدود استفاده، از این خصوصیت زبان باید مشخص گردد تا بتواند تأثیر مناسب خود را در کل داشته باشد. برای خارج شدن از کلیشه‌سازی مفرط، تغییر ظاهری و معنوی، طبقه‌بندی‌ها و ایجاد ادبیات جدید برای محتواهای متفاوت می‌تواند چاره‌ساز باشد.

از دیگر خصوصیات زبان که در رسانه‌ها و جامعه از آن استفاده می‌شود وجود واژه‌های متضاد به‌منظور طبقه‌بندی وقایع است. استفاده درست از این خصوصیت زبان برای رسانه‌های جمعی بسیار مهم است. استفاده غیرمعمول از این گونه واژه‌ها راه را برای واژه‌های میانی و خاکستری می‌بندد و در نتیجه باعث کاهش قدرت تحمل در جامعه، ارزیابی‌های متضاد و ایجاد احساس ناهمگون بین افراد می‌گردد.

ارتباطات میان فردی

ارتباط میان فردی به‌عنوان ارتباط تعاملی افراد با یکدیگر یا با محیط اطراف تعریف می‌شود. ارتباط، تعامل و تبادل است (نه واکنش به چیزی یا تقابل با چیزی) که در آن، انسان معنی را برای تحقق اهدافش خلق می‌کند و با دیگران در آن سهم می‌شود. بر این اساس، نظریه‌ها به ارتباط هدفدار در انسان تأکید می‌کنند. در این نظریه‌ها طرفین ارتباط، فعال در نظر گرفته می‌شوند که ارتباط را می‌سازند. لذا ارتباط میان فردی، فعالیتی پویا، دائمی، قابل پیش‌بینی و چندسطحی است که موجب تفهیم معنا می‌شود تا زندگی را با تدبیر و مدیریت بهتری اداره کنیم. بدین ترتیب رفتار و اعمال انسان بیش از حد انتظار، تحت نفوذ روابط اجتماعی قرار دارد به طوری که به نظر بعضی بدون اجتماع خیلی از خصوصیات انسانی ظاهر نمی‌شود. چگونگی رفتار انسان به این بستگی دارد که انسان

می‌خواهد چگونه توسط دیگران ارزیابی گردد. «من چه کسی هستم؟» سؤال مهمی است که هر روز و در اوقات مختلف، ما برای برقراری ارتباط به‌طور ضمنی یا صریح از خود می‌پرسیم و آن را با نوع ارتباط نمایش می‌دهیم. اگر بخواهیم چگونگی پویایی و تعامل مفهوم خود را به‌صورت فرایند در یک ارتباط بیان کنیم، به مراحل زیر می‌رسیم:

ابتدا فکر می‌کنیم و تصویری از عمل شخص روبه‌رو به دست می‌آوریم و یک رفتار متناسب با رفتار او انتخاب می‌کنیم. در این حال می‌دانیم که رفتار هردوی ما در ذهن خود یا در واقع توسط دیگران قابل ادراک است، عکس‌العمل و پاسخ دیگران را در رفتار خود در نظر می‌گیریم. در نهایت تصمیم خود را برای شبیه شدن و قبول یا رد کردن نظر دیگران می‌گیریم و یک خود از برای رفتار می‌سازیم و بر اساس آن عمل می‌کنیم.

پرورش مفهوم خود در انسان از طریق روابط میان‌فردی صورت می‌پذیرد. مهم‌ترین عامل در شکل‌گیری خود در جریان روابط بین‌فردی استفاده از زبان است. انسان‌ها در مراحل رشد شناختی خود، رشد ساخت زبانی را تجربه می‌کنند به طوری که یک رابطه تنگاتنگ بین آنها دیده می‌شود.

روابط انسانی ابتدا به‌صورت روابط میان‌فردی خصوصی و شخصی شکل می‌گیرد. این‌گونه روابط در خانواده و اعضای آن وجود دارد. خصوصیات این روابط شامل پایداری، هدفمندی، شراکت مکانی، مشوق مبادله اطلاعات، و بیان احساسات شخصی و مشارکتی است.

افراد در تکوین خود از مراحل زیر می‌گذرند:

۱. تقلید
۲. بازی نقش
۳. نقش‌پذیری
۴. نقش‌پذیری نمادین

در مرحله آخر است که افراد می‌توانند دیگران تعمیم‌یافته را بفهمند و برداشت مشخصی از خود در برابر دیگران و جهان پیرامون داشته باشند. این مفهوم خود که در ارتباط بین فردی شکل می‌گیرد و پرورش می‌یابد در همین روابط نیز حفظ می‌شود یا تغییر می‌کند. در فرایند ارتباط گرفتن پاسخ‌های تأییدی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم روی شکل‌گیری و یا تغییر شکل خود نقش بسیار زیادی دارد. نحوه پاسخ‌های فرد پس از شکل‌گیری خود و پیدا شدن شخصیت در فرد نیز عامل مهمی در رشد و تفسیر خود است.

انواع پاسخ‌های تأییدی که افراد می‌توانند ابراز کنند شامل تصدیق مستقیم، توافق در محتوا، پاسخ‌های حمایتی، پاسخ‌های روشن‌کننده، بیان احساسات مثبت و... است. انواع پاسخ‌های غیرتأییدی شامل بی‌اعتنایی، قطع روابط، پاسخ بی‌ربط، پاسخ حیرانی، پاسخ غیرمشخص و پاسخ متناقض است. بهترین نحوه تشکیل خود، وقتی است که افراد در کنش متقابل در روابط خود به یک تعادل سازنده در چگونگی دریافت یا پاسخ تأییدی و

غیرتأییدی برسند. این مهم می‌تواند با شرکت افراد در دوره‌های مهارت برقراری ارتباط، ضمن فعالیت‌های گروهی، تمرین‌های فردی، اطلاع‌رسانی درست رسانه‌ها و تأکید بر آن در نظام تعلیم و تربیت در کنار بررسی علمی آن و برنامه‌ریزی طولانی‌مدت تحقق یابد.

در صورت حرکت به این سمت، افرادی تربیت خواهند شد که برای خود ارزش و احترام معقول قائلند، به دیگران احترام خواهند گذاشت، درک درستی از توانایی‌های خود خواهند داشت، و در عین رضایت از وضعیت خود در پی پیشرفت و رشد خود و دیگران خواهند بود. رسیدن به این شرایط با استفاده صحیح از الگوهای تربیتی و زبانی در سطح فردی، گروهی، اجتماعی و نظام آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای امکان‌پذیر است. توجه به شرایط زمانی، مکانی و هویتی و بومی‌سازی الگوها لازمه برنامه‌ریزی درست است.



سکوت در رادیو می‌تواند در زمینه برنامه‌ها و متن‌ها و در کنار مجموعه‌ای از جملات کوتاه، مفاهیم مختلفی را خلق و به مخاطب انتقال دهد. اگر سکوت درست فهمیده شود و به‌نحو مناسب استفاده گردد، نتایج مطلوبی خواهد داشت.

انسان‌ها در برقراری و تداوم رابطه خود با دیگران به پنج صورت ارتباط برقرار می‌کنند:

- روش محاسبه‌گرا یا عقل‌گرا
- روش متوازن یا ایزارگونه
- روش آشفته‌کننده یا دستکاری‌کننده
- روش پرخاشگرانه یا سرزنش‌کننده
- روش آشتی‌جویانه یا ابراز نکردن وجود

افراد بر اساس خود شکل‌گرفته و شرایط بیرونی، انواع رفتارهای بالا را از خود بروز می‌دهند. این رفتارها ممکن است تثبیت رفتارهای قبلی باشد، اصلاح آنها یا به‌طور کلی تفسیر رفتارهای قبلی باشد. آنها به‌وسیله این رفتارها از خود در برابر دیگران دفاع می‌کنند چرا که خود در برخورد اولیه تمایلی به تغییر ندارد. آنها برای تدافع از تدابیر مختلفی استفاده می‌کنند. اجتناب استفاده از قدرت و نظام آگاهی‌های موجود در خود، سازگاری

توجیه انکار، و خیال‌پردازی فرافکنی از جمله این تدابیرند. این‌گونه رفتارها و تدابیر به علت وجود ابعاد دوگانه نیاز به ارتباط بین فرد است:

- شما دوست دارید چگونه در مقابل دیگران عمل کنید
 - اینکه دوست دارید دیگران در برابر شما چگونه عمل کنند
- بر اساس تعامل میان این دو خواست، الگوی روابط میان فردی شکل می‌گیرد. عواملی که حالت تدافعی افراد را در ارتباط با دیگران افزایش می‌دهد عبارت‌اند از:

۱. تحریک کردن به جای کاستن حالت تدافعی
۲. جزم‌گرایی به جای انعطاف‌گرایی
۳. توجه به فرد به جای موضوع
۴. فریب‌کاری به جای واقع‌گرایی
۵. بی‌علاقگی به جای توجه، دقت، گرمی و محبت
۶. دل‌مشغولی به جای اظهار علاقه، همدردی و توجه صادقانه
۷. رفتار کنترلی به جای رفتار مشارکتی
۸. ارتباطی که در آن داوری، ارزیابی و سرزنش مطرح باشد به جای رفتار منصفانه و عادلانه

در رسانه رادیو باید به این موضوع توجه شود که چه چیزی توسط چه کسی و با چه هدفی گفته و شنیده می‌شود. در نظر گرفتن این موضوعات منجر به تولید برنامه‌ای با قدرت تأثیرگذاری بالا می‌گردد. انسان‌ها در تعامل با رسانه رادیو به پنج صورت به آن می‌توانند گوش دهند:

- تحسین‌کننده (برای لذت بردن)
- تمیزدهنده (برای تحلیل)
- فراگیر (درک پیام)
- درمانگر (شناخت خود)
- انتقادی (رد کردن)

در بیشتر اوقات افراد به صورت ترکیبی از حالت‌های فوق، مخاطب برنامه‌های مختلف آن هستند. غالباً آنها نوع گوش دادن خود را بر اساس شناخت‌های خود انتخاب می‌کنند، تغییر می‌دهند و یا تقویت می‌کنند. لذا شناختن مخاطبان در برنامه‌های رادیو بسیار مهم است.

مخاطبان بر اساس شناخت‌های خود با رادیو، چهار نوع تعامل دارند:

- انعکاسی
 - محتوایی (تأملی)
 - رابطه‌ای و همدلانه
 - درون‌نگری که قوی‌ترین تعامل و گوش دادن به رادیوست
- رسانه رادیو می‌تواند با کمک زبان و ادبیات مناسب و محتوای برنامه مهارت‌های شنیدن و شنیده شدن خود را با در نظر گرفتن عوامل زمانی، ساختار مطلب، و توجه به محدودیت‌ها و توانایی‌ها تقویت یا تضعیف نماید.

از دیگر عوامل یا عناصر مورد استفاده در ارتباط میان فردی سکوت است که رسانه رادیو می‌تواند به نحو بسیار مطلوبی از آن برای برقراری ارتباط عمیق استفاده کند. برنامه‌های رادیو غالباً شکل گفت‌وگو دارد. گفت‌وگو شامل یک دوره گفت (سکوت مخاطب) و یک دوره شنود (سکوت گوینده) است. استفاده صحیح از این عنصر در تأثیرگذاری ارتباط، اهمیت فراوانی دارد. انسان‌ها در جاهای مختلف می‌توانند از سکوت استفاده کنند، مثلاً:

- در هنگام فروردن خشم
- در هنگام گوش کردن
- سکوت ناشی از خستگی
- نداشتن حرفی برای گفتن
- به علت فکر کردن
- به هنگام درک کردن و فهمیدن
- سکوت متفکرانه عاقلانه و یا عابدانه
- سکوت تعصب‌آمیز
- سکوت دوستانه (بعلت عمق دوستی)
- سکوت غم‌انگیز
- سکوت همدلانه و در هنگام همدردی
- سکوت برای مطالبه

سکوت در رادیو می‌تواند در زمینه برنامه‌ها و متن‌ها و در کنار مجموعه‌ای از جملات کوتاه، مفاهیم مختلفی را خلق و به مخاطب انتقال دهد. اگر سکوت درست فهمیده شود و به نحو مناسب استفاده گردد، نتایج مطلوبی خواهد داشت. این وظیفه نویسندگان رادیویی است که از انواع علائم ارتباطی کلامی استفاده کنند و اجراکنندگان با هنر خود آن را پرورش دهند. برای استفاده درست از این علائم:

۱. باید به زمینه چینی‌ها توجه کنیم
۲. به پیام بودن آن اطمینان حاصل کنیم
۳. از آن انتظار زیاد نداشته باشیم
۴. متوجه درک متفاوت افراد مختلف باشیم.

در اینکه چگونه پیام ارائه شود باید به دو مورد توجه کرد: چگونه پیام شما باید تفسیر شود: جدی، شوخی، مهم، با اعتماد کامل

● چطور به فردی که با او ارتباط برقرار می‌کنید وابسته می‌شوید، مثلاً دوست نزدیک، در موقعیت برتر، در وضع پایین‌تر، غریبه، صمیمی، خودمانی، و...

رادیو علاوه بر استفاده از قابلیت‌های نهفته در زبان و ادبیات می‌تواند از عوامل غیرزبانی استفاده نماید. این عوامل شامل آهنگ صدا، تأکید، قوانین دستور زبان، مکث در جمله، سرعت بیان، درجه بندی نرمی و سختی متن، و زیر یا بم کردن صداست.

ارتباطات گروهی

ارتباط گروهی شامل مباحثی نظیر چگونگی پویایی گروهی، پذیرش، دفع، ارتقا، تنزل، کنترل مدیریت، رهبری، گرفتن نقش تصمیم‌گیری گروهی و برخورد گروهی است.

افراد در دو سطح از طریق روابط گروهی خود را می‌سازند: ابتدا با عضویت در گروه‌های نخستین یا غیررسمی و سپس با عضویت در گروه‌های رسمی؛ و در سطح دوم با شرکت در تعاملات گروهی، علاوه بر تجربه روابط بین فردی روابط جدیدی را تجربه و درونی می‌کنند افراد در گروه‌ها با گرفتن نقش‌ها رفتارهای خود را تنظیم می‌کنند. آنها با پیروی از الگوهای گروهی، رفتارهای خود را تثبیت یا تغییر می‌دهند.

کلیشه‌سازی باعث تقویت افکار قالبی می‌شود که می‌تواند اثرات معکوس در مخاطب داشته باشد. کلیشه یک راه میانبر را در فکر کردن تشویق و کمک می‌کند تا نگاه افراد به دیگران بدون در نظر گرفتن شرایط متفاوت آنها حالت عمومی پیدا کند و افراد را منحصر به فرد ندانند.

بر اساس خاصیت گروه‌ها، افراد، کار کردن با دیگران، سازگاری، دفع موانع و جذب راه‌های موفقیت به صورت گروهی را تجربه می‌کنند. آنها در گروه‌ها با ارزش‌ها، باورها و نگرش‌ها و هنجارهای اجتماعی آشنا می‌شوند و آنها را درونی می‌سازند. در گروه‌ها افراد به انتظارات نقش در روابط اجتماعی پی می‌برند، انتظاراتی نظیر اقتدار، صمیمیت، جنسیت روابط درجه اول و دوم، مشاغل و حرفه‌ها، جایگاه و موقعیت متن و زمینه‌های گروهی و اجتماعی... آنها به مرور زمان در گروه‌ها یاد می‌گیرند که نقش‌های گوناگون را بفهمند و بپذیرند و در مکان‌ها و زمان‌های متفاوت بر اساس نقش‌های متفاوتی که می‌پذیرند رفتار متفاوتی را ارائه می‌دهند.

رسانه رادیو از یک طرف می‌تواند در جهت تقویت کارکردها و عملکردهای مثبت گروه‌ها گام بردارد و از طرف دیگر با استفاده از قواعد کار گروه‌ها، چگونگی روابط و پیوستگی بین اعضا، درصد تهیه و تولید ادبیات گروهی برآید و با استفاده از آنها با گروه‌ها ارتباط برقرار کند. چون تشکیل گروه واقعی برای رادیو فراهم نیست، رادیو می‌تواند به سمت تشکیل گروه‌های مجازی با ساختاری مجازی و سلسله‌مراتب و روابط خاص پیش برود و به ارتقای شخصیت خود و مخاطبان خود بپردازد.

ارتباط جمعی

ارتباط جمعی در (۱) قالب ارزش‌ها و هنجارهای مشترک اجتماعی در یک ساختار اجتماعی یا (۲) وسایل ارتباط جمعی قابل بررسی است.

اعمال و رفتار انسانی حتی ادراک انسانی بیش از حد انتظار تحت نفوذ الگوهای اجتماعی قرار دارد. روابط اجتماعی گزینه‌های مشخصی را برای تفسیرهای ما فراهم می‌کنند. روابط اجتماعی منسجم باعث افزایش تشخیص اجتماعی جامعه و بالا رفتن سطح وحدت هدف در جامعه می‌گردد. همواره یک رابطه فعال بین جامعه و افراد آن وجود دارد.

امروزه علاوه بر موارد فوق ما شاهد ارتباطی فعال بین وسایل ارتباط جمعی و جامعه هستیم که نقش آن هر روز در شکل‌گیری روابط جدید اجتماعی بیشتر می‌شود. رسانه‌ها با توجه به عوامل ارتباطی که در اختیار دارند وقت زیادی از افراد جامعه را به خود اختصاص می‌دهند و وارد دنیای آنها می‌شوند و به تعامل با افکار و اعمال آنها می‌پردازند.

جمع‌بندی

کتاب پویایی ارتباطات انسانی راجع به چگونگی تعامل حوزه‌های ارتباطات انسانی توجه زیادی نشان نمی‌دهد به خصوص در زمینه ارتباطات گروهی و ارتباطات جمعی به طور مبسوط و همانند ارتباطات درون فردی و میان فردی مطالب زیادی به ما نمی‌دهد در بحث ارتباط درون فردی به علت فضای اندیشه در غرب وارد مباحث وجودشناسی و استعدادهای ذاتی انسان نمی‌شود و در قسمت آگاهی‌های فردی و چگونگی سازماندهی واقعیات در ذهن، بحث عمیق مطرح نمی‌شود. همین‌طور از حوزه استقلالی خود در برابر خود اجتماعی بحثی ارائه نمی‌کند. در حوزه ارتباطات میان فردی، در مورد چگونگی ارزیابی خود و دیگران و دلایل عمیق آن، چگونگی عملکرد آن و چرایی علاقه انسان به این فرایند بحث‌های جدی مطرح نمی‌شود. همین‌طور راجع به رشد اخلاقی در کنار رشد شناختی حرفی نمی‌زند.

در حوزه ارتباطات گروهی و جمعی یا اجتماعی به طور کل حرف زیادی نمی‌زند. البته نوشته حاضر یک برداشت از کتاب فوق است که می‌تواند درست یا اشتباه باشد.

پی‌نوشت:

۱. برداشتی آزاد از: مایرز، گیل ای. پویایی ارتباطات انسانی، ترجمه حوا صابر عاملی، تهران: صدا و سیما، ۱۳۸۳. در این مقاله برخی از مطالب این کتاب بسط داده شده است و راجع به نقاط قوت و ضعف آن با توجه به مباحث نظری بومی، در آخر نوشته توضیح داده خواهد شد.