

شیوه‌های گفت و گوی مؤثر* (قسمت اول)

برت دکر

ترجمه فرهاد احمدی

(مدرس زبان انگلیسی در مرکز آموزش بازرگانی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی)

بازدهی مفید به دست می‌آورد بلکه قدم‌های عملی و مؤثری نیز در جهت خودسازی بر می‌دارد.

سمینارها و کارآموزی

برای آمادگی قبل از شروع دوره‌های آموزشی، این کتاب، ایده‌آل است. مطالعه این کتاب، ذهن شما را برای شرکت و حضوری پر بارتر در جلسات آماده می‌کند. همچنین توزیع این کتاب در آغاز جلسات بسیار مؤثر است و سبب می‌شود تا شرکت کنندگان بیشتر به محتوای مطالب بپردازند.

مطالعه آزاد

افرادی که امکان شرکت در سمینارها را ندارند، می‌توانند از این کتاب استفاده کنند.

با روش‌های دیگری هم می‌تواند از این کتاب استفاده نمود اما این نکته مسلم است که بعد از مطالعه کتاب، دوباره و چندباره به آن رجوع می‌کنید و درباره آن می‌اندیشید.

مقدمه مؤلف

شما می‌توانید مهارت‌های یاد شده در این کتاب را به دست آورید و در زندگی خصوصی و کار روزانه خود، بارها و بارها از آن‌ها

این مطلب قسمت اول کتاب «چگونه ارتباط مؤثر برقرار کنیم» است که با زبانی ساده و شیوا و با استناد به شواهد مختلف فنون زیبا، شیوا، مؤثر و نافذ سخن گفتن را به بحث گذاشته است.

درباره کتاب

چگونه ارتباط مؤثر برقرار کنیم، مشابه سایر کتاب‌های دیگر در این زمینه نیست. یک تفاوت مهم دارد. کتابی فقط برای خواندن نیست بلکه کتابی است کاربردی. قالب منحصر به فرد و «خودآموز» این کتاب و تمرین‌های متعدد آن، مشوق و جهت دهنده خواننده برای سنجش ایده‌های جدید است.

این کتاب، مفاهیم و نحوه گفت و گوی مؤثر با دیگران را به خواننده ارائه می‌دهد. استفاده از شیوه‌های آسان و اصولی که در این کتاب بیان می‌شود، می‌تواند تاثیر چشمگیری برافزایش قابلیت شخص برای کسب امتیاز و پیشی گرفتن از دیگران داشته باشد؛ به روش‌های گوناگون و مؤثری، به شرح زیر، می‌توان از این کتاب استفاده کرد:

مطالعه انفرادی

در این کتاب برای مطالعه انفرادی، از روش خودآموز استفاده شده است. با انجام تمرین‌ها و سرگرمی‌های آن، خواننده نه تنها

روند پیچیده‌ای دارد. گفت‌وگوی مؤثر برای هر کدام از ما، در کار و در عمل نقش مهمی را بازی می‌کند. این کتاب با معرفی ریزه کاری‌های اساسی در گفت و گوی دو جانبه، شما را کمک می‌کند تا بتوانید مؤثرتر سخن بگویید. اهمیت هریک از این فنون را توجیه نموده، به شما امکان می‌دهد تا از طریق تمرین‌ها، ارزیابی‌ها و خودسنجی‌های متعدد، مهارت‌های مورد نظر را شیوه کار خود قرار دهید. پس از خاتمه این کتاب باید نکات زیر را در نظر بگیرید:

- نه اصل رفتاری در گفت و گوی مؤثر بین افراد را تشخیص دهید؛

- طبق برنامه، هر روز فنون جدیدی را تمرین کنید؛
- هر روز روی یک عادت سخن گفتن خود، جهت بهبود تاثیر آن کار کنید؛
- شیوه‌های گفت و گوی واقعی و عاطفی را بیاموزید و تفاوت‌های میان این دو شیوه را تشخیص دهید و متناسب با هریک، عکس‌العمل نشان دهید؛
- جزییات ایما و اشاره‌های رفتاری را مشاهده کنید تا آنچه را که به زبان گفته می‌شود، بهتر درک کنید؛
- در جست و جوی بازده عملی باشید تا اطمینان بیابید آنچه را که آموخته‌اید در عمل نیز کارایی دارد.

۱. چرا ایجاد ارتباط دو جانبه هنر است؟

گفت‌وگو با دیگری، علم نیست. تابع نظم خاصی نیست و مجموعه‌ای از روش‌های دقیق و طاقت فرسا را در بر نمی‌گیرد. نکات، روش‌ها و اصول معقولی دارد ولی هزاران گوناگونی در این نکته‌ها نهفته است. پس این یک هنر است؛ این که بتوانید اصول و موازین خلاصه شده در این کتاب را به بهترین شکل به کار برید.

«رنوار»^(۲)، «مونه»^(۳) و «سزان»^(۴) پیش از آنکه هنرمندان برجسته‌ای شوند، ابتدا در اصول اولیه طراحی خیره و ماهر شدند. ابتدا اصول نقاشی را فرا گرفتند آنگاه با آزادی عمل شاهکارهای نقاشی را خلق کردند.

این کتاب به این منظور نگاشته شده که «طراحی» در گفت‌وگوی دو جانبه را در اختیار شما بگذارد. تا شما هم بتوانید هنگام گفت‌وگو با دیگران، شاهکاری خلق کنید.

هنر سخن گفتن

گفت‌وگوی دو جانبه تنها به یک جنبه از زندگی روزانه ما محدود نمی‌شود. هر بار با کسی رو به رو می‌شویم. در واقع «گفت‌وگوی دو جانبه» میان ما برقرار می‌شود. هر اندازه این گفت‌وگو را مؤثرتر انجام دهیم بیشتر باعث موفقیت ما خواهد شد. این کتاب، اصول مهارت‌های مفید را در ارتباط بین افراد ارائه می‌دهد. مهارت‌هایی را که می‌توان آموخت و با تمرین بهبود بخشید.

در اینجا تعدادی از موقعیت‌های مختلفی که امکان استفاده از مهارت‌های هم‌سخنی در آن‌ها وجود دارد را ذکر می‌کنیم. این



استفاده کنید. در دنیای امروز که رقابت روز به روز افزایش می‌یابد و در محیط کاری شما، برخورد شخصی شما از دیگران متمایز خواهد بود و ده‌ها طرح و ایده در ذهنتان جای خواهد گرفت و اهمیت این نکات بیش از پیش آشکار می‌شود، شما را یاری خواهد کرد.

بیشتر آنچه که در مدارس آموخته‌ایم، برای گفت و گو، روش‌های مؤثری محسوب نمی‌شوند، شنوندگان امروزی با فرهنگ‌تر از همیشه هستند. «شیوه گفت و گوی مؤثر» می‌تواند راهنمایی‌هایی را برای آموختن فنون (تکنیک‌های) جدید و با ارزش سخن گفتن در اختیار شما بگذارد. بیشتر این ایده‌ها منطبق با عقل سلیم هستند. بعضی نیز جدید هستند و اما مهمتر این است که همه این ایده‌ها نتیجه بخش‌اند. همه این ایده‌ها با بیش از بیست هزار مجریان اداره‌ها، مدیران و بازاریاب‌هایی حاضر در دوره‌های آموزشی «شیوه گفت و گوی مؤثر دکر»^(۱) به اثبات رسیده است.

شیوه گفت و گو یک مهارت و کاردانی است. کاملاً قابل یادگیری است. زحمت دارد ولی نتایج آن به زحمتش می‌ارزد. با تمرین می‌توانید این مهارت را به حد یک هنر برسانید و حتی مراحل آموختن را برای خود لذت‌بخش کنید.

چند هدف مهم برای خواننده

پیشرفت در گفت‌وگوی دو جانبه، دارای چند فن ساده است ولی

فهرست را بخوانید و موارد دیگری را اضافه کنید که در آن‌ها به مهارت‌های سخن گفتن نیاز است.

مهارت‌های شخصی در این موقعیت‌ها به کار می‌آید:

در یک مصاحبه استخدامی

در یک جلسه بازرگانی

در یک سخنرانی بعد از ضیافت (اداری)

در یک شام شاعرانه

در یک خواستگاری

در یک مصاحبه مطبوعاتی

در جلسه اداری

در مهمانی

در جلسه سهام‌داران

در زنگ تفریح

در نمایشنامه

در مکالمه دوستانه

در تدریس یک مدرس

در تعلیم یک مربی

شما هم به این فهرست اضافه کنید:

را قانع کنیم. در هنگام گفت‌وگو ما نه تنها ایده‌ها، شخصیت و نتیجه کارمان را به دیگران عرضه می‌کنیم بلکه آن‌ها را می‌فروشیم».

«شیوه مؤثر سخن گفتن» تاکید بر پرورش مهارت شخص برای

گفت‌وگویی دو جانبه دارد. برای مثال:

- یک موسسه بازرگانی تازه تاسیس برای اینکه بتواند از عهده

تامین مالی و اعتباری برآید، باید بتواند طرح‌های بازرگانی خود را به فروش برساند.

- یک کارفرما لازم است که بتواند اهداف سازمانی را به روشنی

برای کارکنان بیان کند.

- اگر کیفیت کار یک کارمند پایین باشد، یک مدیر باید بتواند

به وی تذکر دهد حتی اگر با آن کارمند رابطه دوستی داشته باشد.

- والدین اگر مایل‌اند تغییراتی در امور فرزندان خود ایجاد کنند،

باید اعتماد به نفس کافی داشته باشند تا بتوانند در انجمن اولیاء و مربیان مدرسه سخن بگویند.

یک مدیر اجرایی باید بتواند در اوج مشکلات با خونسردی و

اعتماد به نفس کافی درباره واقعیت‌ها به شیوه‌ای مقبول سخن بگوید.

یک خاطره

در دهه ۱۹۷۰ از موسسه «ارتباطات دکر»^(۵) درخواست شد تا به عنوان تهیه‌کننده فیلم در یک مناقصه مهم برای تهیه فیلم مستندی درباره «نیروی انتظامی پارک‌های ملی» شرکت کند. طرح پیشنهادی موسسه «ارتباطات دکر» نیز در میان صدها طرح دیگر منتظر بررسی نهایی بود. «کارل»^(۶) عضو کمیته انتخاب‌کننده، یکی از دوستان موسسه بود. او معتقد بود که موسسه «دکر» به خاطر ایده‌هایی که ارائه کرده، شانس خوبی برای بردن مناقصه دارد.

در این مناقصه به جای اینکه از هریک از افراد پذیرفته شده در مرحله نهایی، برای توضیح درباره طرح‌ها دعوت شود، قرار شد پنج تن از اعضای کمیته انتخاب‌کننده، با هریک از این افراد مصاحبه‌ای برگزار کنند. پس از اتمام جلسه، دوست ما عهده‌دار رساندن خبر ناراحت‌کننده رتبه سومی، به ما بود. وقتی علت را پرسیدم کارل گفت: «شما عصبی به نظر می‌رسیدید، در نتیجه کمیته چندان علاقه‌ای نداشت که پروژه نیم میلیون دلاری را به عهده موسسه شما بگذارد.»

درس ناگوار اما با ارزشی بود که اهمیت و نفوذ شخصی را در تمام گفت‌وگوهای رسمی یا غیررسمی، کوچک یا بزرگ، با یک نفر یا با هزار نفر، آشکار کرد.

داشتن بهترین ایده، تدبیر یا محصول، اگر نتوان آن را به گونه‌ای دلخواه فروخت، به تنهایی کافی نیست. معمولاً راه و روشی که برای فروش ایده‌ها بکار می‌رود، در بطن کیفیت و مهارت برای معرفی آن‌ها نهفته است.

گفت‌وگویی قانع‌کننده

حساس‌ترین نوع گفت‌وگو هنگامی است که بخواهیم دیگران

موارد استفاده از مهارت‌های گفت‌وگویی دو جانبه

اگر چه مهارت‌ها، روش‌ها و اصول ذکر شده در این کتاب را در سخنرانی‌های جمعی و رسمی می‌توان بکار برد، ولی تاکید بیشتر بر روی موقعیت‌هایی است که با فرد مقابل، رو در رو هستیم. جایی که هر روزه از نفوذ شخصی خود استفاده می‌کنیم. برخی از مواردی که می‌توانیم از مهارت‌های سخن گفتن استفاده کنیم، عبارت‌اند از:

در محدوده سازمان

مصاحبه‌ها، جلسات اداری، مواقع تنفس و صرف چای، جلسات کارمندان، مکالمات تلفنی، تمجید از کیفیت کار، جلسات سازمانی، کار تیمی روی پروژه‌ها، مصاحبه استخدامی، مواقع صرف ناهار، بررسی پروژه، مذاکره بر سر افزایش حقوق و...

در مورد مشتریان و مردم

خدمات مشتریان، فروش، بازاریابی تلفنی، دفتر پذیرش، جلسات انجمن‌ها و کنفرانس‌ها، پشت دوربین تلویزیون، مصاحبه حضوری، گفت‌وگوی تلفنی، تبلیغ و تشویق، مذاکره و...

در زندگی خصوصی

جمع‌های خانوادگی، اجتماعات در مساجد، انجمن اولیاء و مربیان مدارس، مکالمه تلفنی، بحث اولیاء و فرزندان، جلسات مشاوره، خواستگاری و... شما می‌توانید در اکثر اوقات زندگی از اصول این کتاب استفاده کنید. فرصت‌های استفاده از گفت‌وگوی دو جانبه، نامحدود است.



چند کلمه درباره عادت‌ها

از آنجا که همه رفتارهای ما به واسطه عادات شکل می‌گیرند، در این مرحله لازم است چند کلمه‌ای هم درباره شکل‌گیری عادات صحبت کنیم: چگونه عادات شکل می‌گیرند و چگونه آنان را تغییر دهیم.

«ماکسول مالتز»^(۷) در کتاب «روانشناسی تصویر ذهنی»^(۸) می‌گوید ۲۱ روز طول می‌کشد تا عادت‌ها را بتوان تغییر داد. مطالعات دیگر هم صحت این موضوع را تایید می‌کند. صدها عادت مفید و مضر در هم‌سخنی وجود دارد که تقریباً خیلی از آن‌ها در زمرهٔ نه مهارت برای سخن گفتن در این کتاب ذکر شده است. ساختار، منش و چارچوب ذهنی ما اعمال به خصوصی را که بارها و بارها تکرار شده است می‌پذیرد بنابراین ترک یا تغییر هر عادت احتیاج به تمرین دارد.

عادت‌ها را می‌توانید مانند فیل بزرگی در نظر بگیرید که بر پشت ما قرار دارند. تنها راه برای کوچک کردن آن فیل به اندازه مناسب و دلخواه این است که آن را به تکه‌های کوچکی تقسیم کنیم. برای عادت‌هایمان نیز همین‌گونه است. تغییر آن‌ها تمرین تدریجی و زمان لازم دارد.

تغییر عادات

درباره عادت‌هایی که دارید فکر کنید. عاداتی که در ادامه ذکر می‌شوند، بی‌ضرر ولی عمیق هستند.

۱. دست خود را خم کنید. حالا آن را در جهت عکس خم کنید. متوجه می‌شوید که هنگام خم کردن دست خود، ناخودآگاه آن را به طرف داخل خم می‌کنید. هنگامی که در جهت عکس سعی می‌کنید، چقدر عجیب و ناراحت‌کننده است.

۲. دست‌های خود را به هم قلاب کنید، یک شست دست را روی دیگری قرار دهید. حالا عکس این عمل را انجام دهید. متوجه خواهید شد که یکی از این دو حالت برای شما راحت‌تر است. به راستی کدام حالت راحت‌تر به نظر می‌آید. این موضوع به ندرت مربوط به راست یا چپ دست بودن، مربوط است.

۳. آیا دندان‌های خود را معمولاً صبح مسواک می‌زنید یا شب؟ آیا هنگام شستن دست، صورت یا دوش گرفتن از یک نظم مشخص پیروی می‌کنید؟

۴. آیا همیشه یک مسیر یا یک سرویس نقلیه مشخصی را انتخاب می‌کنید یا این که تغییری در انتخاب خود می‌دهید؟

۵. درباره عادات غذایی خود فکر کنید: آیا قهوه، آب یا شربت با غذای خود صرف می‌کنید؟ آیا ابتدا سالاد، گوشت و یا سیب زمینی می‌خورید؟ چگونه غذا می‌خورید؟ تند یا آهسته غذا می‌خورید؟ چه می‌خورید؟ معمولاً به چه رستورانی می‌روید؟ اگر به همان رستوران قبلی می‌روید آیا همان نوع غذا را سفارش می‌دهید؟ ...

هیچ یک از این عادات الزاماً خوب یا بد نیستند؛ به هر حال، نوعی عادت به شمار می‌آیند و از آنجا که عادت هستند به نظر می‌رسد شما هیچ اختیاری در نحوه انجام دادن آن‌ها، در ذهن خودآگاه

خود ندارید. از آنجا که اهمیت به خاصی ندارد که چگونه دست یا بازوی خود را خم کنید، یا اول چه غذایی بخورید، تغییر این عادات هم چندان مفهومی ندارد. ولی عاداتی هستند که ارزش دارد روی آن‌ها کار شود. در گفت و گوی دو جانبه بعضی عادت‌ها می‌توانند کارایی شما را ناچیز جلوه دهند و یا اینکه آن را افزایش دهند؛ این‌ها عاداتی هستند که ما می‌خواهیم بر روی آن‌ها تاکید کنیم. در ضمن متوجه باشید که ما به عنوان اسیر عادت‌هایمان، به آسانی تغییرپذیر نیستیم. در نتیجه اگر اوضاع یک شبه عوض نشد، منصرف نشوید.

تمرین

در طول کتاب پیشنهاد‌های خاصی درباره اصلاح عادات به شما ارائه می‌کنیم. در اینجا چند نمونه برای جلب حساسیت شما و بهبود روش‌های تغییر عادت‌های تان ذکر می‌شود.

سه مورد از عادت‌های خود را تغییر دهید. از صبح اول وقت تا آخر شب روی آن‌ها کار کنید و آن‌ها را سرمشق خود قرار دهید.

۱. بهتر است عادت‌های ساده‌ای را از قبیل عادات پیش یا افتاده و یا عادات روزانه، عوض کنید. مثلاً هر روز برای تفریح حداقل یک ربع ساعت مطالعه کنید.

۲. از همه بهتر این است که شکل عادات خود را تغییر دهید. برای شروع می‌توانید یک عادت صبحگاهی، یک عادت عصرگاهی و یک عادت شامگاهی را انتخاب کنید.

۳. «تغییر عادت» را در زمینه‌های مختلف زندگی خود اعمال

ناخودآگاه، بدون فکر انجام می‌دهیم. پسر بچه جوان دوچرخه خود را می‌راند بدون اینکه به آن فکر کند. در حالی که دوچرخه سواری می‌کند، می‌تواند سوت بزند، حرف بزند، آواز بخواند یا اینکه فکرش جای دیگری باشد. سخنرانی که با تمرین بر عادت‌های مزاحم خود فایده‌آمده است، مجبور نیست تمرکز خود را صرف انجام ندادن عادت‌های مزاحم کند.

چهار مرحله سخن گفتن

چهار مرحله سخن گفتن با چهار مرحله آموختن، گرچه مشابه هم نیستند، با یکدیگر ارتباط دارند. حالت تمام کسانی که سخن می‌گویند در یکی از چهار مرحله زیر قرار دارد. برای پیشرفت از یک مرحله به مرحله بعدی سخنوری، تشخیص چهار مرحله آموختن لازم است.

مرحله اول: سخنگوی بی تجربه

افرادی که در این مرحله هستند، سعی می‌کنند تا به هر وسیله از سخن گفتن در جمع خودداری کنند. حالت روحی آن‌ها در چنین وضعی وحشتناک است. به هر دری می‌زنند تا به طور رسمی صحبت

کنید. برای مثال: عادت‌های خوردن، خوابیدن، استراحت، تفریح، لباس پوشیدن، کارکردن و غیره. در صفحات بعدی «چهار مرحله آموختن» طبق نظریه آبراهام مازلو بیان می‌شود. چگونگی ارتباط آن را با «چهار مرحله سخن گفتن» بیاموزید. این اطلاعات به شما کمک می‌کند تا عادت خود را بسنجید و آن‌هایی را که نیاز به اصلاح دارند، در اولویت قرار دهید. همچنین این اطلاعات رهنمودهایی عملی برای چگونگی تغییر عادت، جهت بهبود کارایی شخصی شما، ارائه می‌دهد.

چهار مرحله آموختن

آبراهام مازلو شالوده مفاهیم ذهنی با ارزشی را برای درک چگونگی آموختن، در اختیار ما گذاشته است.

ناتوانی ناخودآگاه

نمی‌دانیم که نمی‌دانیم

یک پسر بچه دو ساله شلوغ، می‌خواهد دوچرخه‌ای را سوار شود که برادر بزرگترش سوار است. ولی او نمی‌داند که چگونه آن را براند. تنها چیزی که می‌گوید این است: «مامان! من می‌خواهم سوار دوچرخه شوم». اکثر ما که در کار روزانه، بازده خوبی در بروز استعدادهای خود نداشته‌ایم، در مرحله ذهنی «ناتوانی ناخودآگاه» قرار داریم. خیلی ساده متوجه عادت «سخن گفتن دوجانبه» خود نیستیم.

ناتوانی خودآگاه

می‌دانیم که نمی‌دانیم

در این مورد می‌آموزیم که توانایی انجام کاری را نداریم. این آگاهی یا بیداری اغلب به گونه‌ای ناخوشایند به دست می‌آید. پسر بچه دو ساله سوار دوچرخه می‌شود و زمین می‌خورد. او بلافاصله از مرحله اول به مرحله دوم رفته است و می‌داند که نمی‌داند چگونه سوار دوچرخه شود. از نظر برقراری ارتباط با ضمیر ناخودآگاه، برای اولین بار تشخیص داده است. در همان حال که این آگاهی به ذهنش خطور می‌کند، حالت چشم و ظاهرش حاکی از آشفتگی است.

توانایی خودآگاه

آنچه را که نمی‌دانیم می‌آموزیم

در این حال آگاهانه می‌کوشیم تا فن جدیدی را بیاموزیم. تمرین، آزمایش و تکرار در دستور کار ما قرار دارند. این مرحله‌ای است که اکثر آموختنی‌ها در آن تحقق می‌پذیرد و نیازمند کار و زحمت است. پسر بچه جوان به دقت تعادل خود را حفظ و دوچرخه را هدایت می‌کند، رکاب می‌زند و قدم به قدم به آنچه انجام می‌دهد فکر می‌کند. شخص در این مرحله آگاهانه برای اصلاح عادت و حالت‌های مزاحم خود می‌کوشد.

توانایی ناخودآگاه

درباره آنچه می‌دانیم، لازم نیست فکر کنیم

در این حالت، فنی را که آموخته‌ایم به طور خودکار در سطحی



خود به گونه‌ای موثر استفاده کنند. در جلسات اداری، آن‌ها مایل هستند افکار خود را بیان کنند. به طور کلی مایل اند پیش قدم باشند. می‌دانند کار را با شایستگی می‌توانند انجام دهند با این حال گاهی اوقات به کمی تشویق نیاز دارند و کمی هم احساس دلشوره می‌کنند.

مرحله چهارم: سخنگوی پیش قدم

سخنوری، محرک و مشوق مناسبی برای این افراد است. آن‌ها برای بیان افکار و عقایدشان برانگیخته می‌شوند و می‌دانند آنچه را که می‌کارند، برداشت می‌کنند. این پیشگامان بدون اغراق در تمام مواقع با بیان گیرا و رسای خویش و با ایجاد انگیزه در مردم، «برای معیشت سخن می‌گویند». آن‌ها می‌توانند الهام دهنده باشند و به صراحت می‌توان نقش آن‌ها را در امور مختلف مانند یک رهبر و پیشرو دانست.

چگونه تصویر می‌تواند عادات سخن گفتن ما را تغییر دهد؟ همانطور که از چهار مرحله آموختن می‌توان فهمید، آگاهی از عادات‌ها برای تغییر در هر رفتاری دارای اهمیت است. تغییر معمولاً حاصل واکنش است. در سخنوری نیز آگاهی از واکنش‌هایمان، از

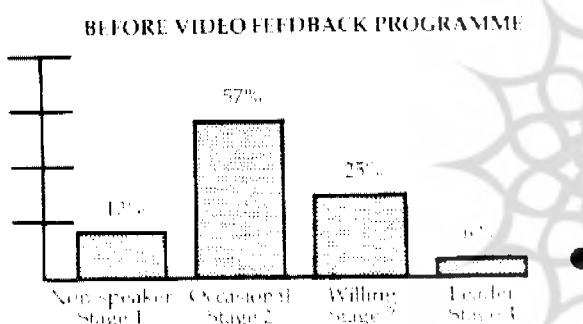
نکنند. گاهی اوقات به تله می‌افتند ولی به طور کلی در بهانه آوردن برای فرار از این وضع، استادند. بهانه می‌آورند تا مجبور نباشند درباره خود یا ایده‌هایشان در جمع صحبت کنند. مهارت‌های سخن گفتن در این افراد ضعیف به نظر می‌رسد و معمولاً چنین افرادی مشاغلی را به عهده می‌گیرند که در آن‌ها به داشتن مهارت در سخنوری نیازی نباشد.

مرحله دوم: سخنگوی کم تجربه

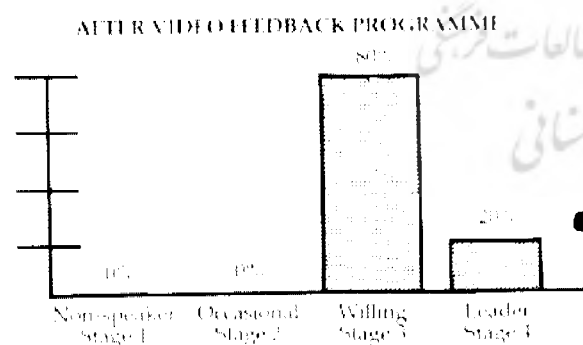
افرادی که در این مرحله قرار دارند، کارهای سخنوری را با اکره می‌پذیرند. آن‌ها می‌دانند برای پیشرفت در کار باید بتوانند نقطه نظرات خود را بیان کنند، با این حال تقریباً هیچ وقت داوطلب انجام این کار نمی‌شوند. آن‌ها فقط وقتی در جمع صحبت می‌کنند که ناگزیر باشند. ترس آن‌ها بازدارنده است اما نمایان نیست. با تمرین در فن بیان، گذر از این مرحله آسان‌تر است.

مرحله سوم: سخنگوی مشتاق

در این مرحله، ترس افراد بازدارنده نیست. حالت روحی آن‌ها در چنین وضعی عصبی است. این سخنگویان آموخته‌اند تا از هیجان‌ات



(Participants placement of selves)



(Participants placement of selves)

San Francisco State Business School Study, 1985

طریق ضبط با دوربین فیلم برداری، خیلی موثر است. موثر بودن گفت و گوی ما، با اعتماد به نفس ما ارتباط مستقیم دارد. بنابراین ارزشمند است که بدانیم چگونه با استفاده از دوربین فیلم برداری جهت تغییر عاداتمان استفاده کنیم.



مردم اگر از نحوه ظاهر شدن خود در مقابل دیگران آگاه شوند، می‌توانند خیلی بالاتر از آن چیزی باشند که هستند. مطالعات دانشگاه ایالتی سانفرانسیسکو چنین تغییراتی را به اثبات می‌رساند. یک سنجش آماری معتبر درباره واکنش‌های ویدیویی، از ۲۰۰۰ شرکت‌کننده در یک برنامه دو روزه و فشرده به عمل آمد؛ هر کدام از افراد، در هر چهار مرحله سخنوری قرار گرفتند. ابتدا قبل از دیدن واکنش‌های خود در مقابل دوربین ویدیو مراحل سخنوری را انجام دادند و سپس همین مراحل را بعد از مشاهده خویش در مراحل مختلف سخنوری، تکرار کردند. نتایج به این شرح بود.

در سطرهای زیر، برخی از مقبول‌ترین ویژگی‌های خود را بنویسید که می‌دانید در هنگام سخن گفتن بر روی شنونده تاثیر می‌گذارد، بنویسید. سپس در صفحه بعد از نتیجه تحقیقات آگاه شوید.

- کلامی — %
- صوتی — %
- بصری — %
- جمع ۱۰۰ %

پیام ناهماهنگ

در ادامه مطالب گذشته، اگر شما هنگام گفت و گو با شخص دیگر پیام ناهماهنگی ارائه دهید، نتیجه حاصله درباره عوامل موجود در پیام شما به این ترتیب است:

- کلامی (لفظی) ۷ %
- صوتی ۳۸ %
- بصری ۵۵ %
- جمع ۱۰۰ %

این تحقیقات (به نقل از کتاب مهربانان به نام «پیام صامت») براساس نظر و باورهای اشخاصی است که در گفتار و پیام‌شان، ناهماهنگی به چشم می‌آید. در یک پیام هماهنگ تمام عوامل با هم تاثیر می‌گذارند.

هیجان و اشتیاق، با انرژی و الهام بخش بودن صورت و حرکات بدن، نشان دهنده ثبات عقیده و اعتماد به گفته‌هایمان است. در چنین حالتی، کلمات، صدا و طرز بیان، با هم پیام را منتقل می‌کنند. ولی هنگامی که عصبی و یا دست و پا چلفتی به نظر برسیم و یا وقتی تحت فشار قرار گرفته باشیم، نمی‌توانیم محتوای مطلب را برسانیم. بنابراین پیام ناهماهنگ ارائه می‌دهیم. برای مثال آدمی که هنگام صحبت، دائم پایین را نگاه می‌کند و با مکث و صدایی لرزان صحبت و در حین صحبت دست‌هایش را به هم قلاب می‌کند و با خجالت در خود فرو می‌رود، پیامی ناهماهنگ ارائه می‌دهد. اگر این شخص بگوید: «من از اینکه اینجا هستم، خوشحالم»، کسی باور نمی‌کند.

ناهماهنگی، مشکل ساز است

شبکه پرتاب موشک را در نظر بگیرید. شما محموله‌ای برای پرتاب دارید، یعنی موشکی که یک اقیانوس پیما یا سفینه فضایی را باید در مدار قرار دهد. اگر موشک شما مستحکم نباشد، این که در شبکه پرتاب موشک، چه صنعت و مهارتی بکار رفته است هیچ اهمیتی ندارد، چون موشک هرگز به مقصد نخواهد رسید. می‌توانیم این طور قیاس کنیم که موشک در حقیقت پیامی است که می‌خواهیم بر فکر و ذهن شنونده بنشانیم. اگر عصبی و تحت فشار باشیم، شبکه پیام رسانی ما منحرف می‌شود و پیام ما به دل نمی‌نشیند. افراد کمی هم وجود دارند که مانند یک مسلسل آماده شلیک

۲. چه چیز در سخنوری اهمیت دارد؟

«قدرت بیان هر ایده، همان اهمیتی را دارد که خود ایده به تنهایی»

برنارد باروخ معمولاً آنچه را که واقعاً اهمیت دارد، آموزش نمی‌دهند. عامل اصلی در گفت و گوی موثر، باور است. اکثر ما می‌دانیم که در کار، همچنین در تمام مراحل زندگی، نکته‌ای که می‌تواند موجب موفقیت در یک سخنرانی شود، باور و اعتقاد گوینده است. اصولاً باورهای یک شخص اهمیت خاصی در موقعیت او دارند. جایی که اعتقاد وجود نداشته باشد، کاری از دست کسی بر نمی‌آید.

البته برای بیشتر مردم این حرف جدیدی نیست، نکته مهم این است که «معمولاً این مطلب در مدارس ما تدریس نمی‌شود» و مهمتر اینکه «ما معمولاً خود با این روش سخن نمی‌گوییم».

این کتاب حاصل کاربرد عملی آخرین تحقیقات و مشاهداتی است که درباره آنچه واقعاً در یک گفت و گوی «موفقیت‌آمیز» موثر است، انجام شده است. در واقع ایجاد ارتباط موفق با مخاطب نه تنها در امر سخنوری برای عموم، بلکه در ده‌ها مورد گفت و گوی غیر رسمی روزانه نیز بکار می‌آید. مهارت در سخن گفتن، توانایی تداوم بخشیدن به باورها و اعتقاداتی است که ما به آن سبب ارتباط برقرار کرده‌ایم.

کلام، صوت و یا تصویر، کدام یک موثرترند؟

یکی از معروف‌ترین متخصصین آمریکایی، در زمینه گفت و گوی شخصی، تحقیقاتی را انجام داده است. او در این بررسی، ارتباط سه عامل را در نظر گرفته است که در هر گفت و گویی رد و بدل می‌شوند.

او پذیرش عوامل کلامی، صوتی و بصری را در سخنوری و همچنین تفاوت تاثیر این سه عامل را اندازه گرفت.

کلام یا لفظ، فقط پیغام است (کلماتی که بر زبان می‌آورد). عامل صوتی، صدای شما است (آهنگ، آوا و طنین صدای شما که کلمات را به گوش می‌رساند). عامل بصری نیز آن چیزی است که مردم می‌بینند (شکل و ظاهر شما که توسط دیگران دیده می‌شود). این تحقیق نشان می‌دهد که میزان ناهماهنگی بین این سه عامل، درجه اعتبار گوینده را تعیین می‌کند.

قدرت می‌رسند، سپس معلوم می‌شود چرا این مرد رییس شورای حزب کمونیست شوروی سابق است.^(۹)

عامل شخصیت

موسسه معروف نظرسنجی گالوپ،^(۱۰) در نظرسنجی که درست دو ماه قبل از انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و رقابت بین رونالد ریگان و والتر ماندل، انجام گرفت از رای دهندگان در سه زمینه نظر خواهی کرد: با مسائل روز، وابستگی حزبی و عامل شخصیت. حاصل این نظرسنجی که دو ماه قبل از انتخابات منتشر شد، به این شرح است.

مسائل روز
ریگان ۴۲٪
ماندل ۴۲٪
وابستگی حزبی
ریگان ۲۸٪
ماندل ۴۲٪
عامل شخصیت
ریگان ۴۲٪
ماندل ۲۶٪

اگر نتایج این نظرسنجی را در مورد هریک از کاندیداها جمع کنید، متوجه می‌شوید که رقابت خیلی تنگاتنگ بود، اگر هریک از این عوامل روی نظر رای‌دهندگان یکسان تاثیر می‌گذاشت. ولی اینطور نبود. تفاوت بین «عامل شخصیت» دو طرف تقریباً برابر بود با تفاوت بین آراء رای‌دهندگان یعنی ۱۸ درصد.

این «عامل شخصیت» به طور علمی اندازه‌گیری شده و تنها ملاک همخوان با پیش‌بینی رقابت‌های انتخاباتی در هشت دوره گذشته ریاست جمهوری آمریکا است و قدمت آن به زمان جان اف. کندی و نیکسون می‌رسد.

مثل سیاست، «شخصیت» نقش مهمی در روابط دو جانبه شخصی بازی می‌کند و تاثیر به‌سزایی دارد. به‌رغم آنچه احتمالاً خواننده‌اید. «شخصیت شمال قابل تغییر و بهبود است هماهنگ با مهارت‌های شخصی که دارید.

بررسی دانشگاه استانفورد

یکی از اعضای معروف هیات علمی آمریکا اخیراً نتیجه تحقیقات ۲۰ ساله خود را در مورد موفقیت شغلی را به پایان رساند. در حالی که قبل از آن هیچ جواز مطمئنی در مسیر موفقیت نبود، او از نتیجه تحقیقات دریافت که سه خصوصیت شخصی زیر تاثیر مثبتی روی افراد مورد مطالعه داشته است:

۱. شخصیت خونگرم و با نفوذ؛

۲. اشتیاق به در جمع بودن، صحبت کردن؛ و

۳. با مردم همکاری داشتن.

اگرچه مهارت‌های ارتباط برقرار کردن دو جانبه کاملاً مربوط به خصوصیت سوم نمی‌شود، ولی مطمئناً با دو مورد اولی به هم

هستند اما آن‌ها موشکی بدون محموله را شلیک می‌کنند. این افراد ممکن است مهارت فوق‌العاده‌ای در ارائه و بیان مطالب داشته باشند اما مطالبی بدون محتوای فکری؛ فاجعه این است که اغلب افراد، پیام‌های ناهماهنگ ارائه می‌دهند. آن‌ها ایده‌های فوق‌العاده، همراه با جزئیات و مطالب پربراری برای گفتن دارند (اطلاعات مالی و فنی)؛ با این حال بازدارنده شبکه‌ای هستند که قرار است پیام را به ذهن ما پرتاب کند. احتمالاً این ناهماهنگی بزرگترین مانع برای سخن گفتن، در کسب و کار است.

سخن گفتن خصوصی و علنی

همه ما به طور علنی سخن می‌گوییم. تنها نوع سخن گفتن خصوصی و متداول، در ذهن ما شکل می‌گیرد، جایی که افکار ما مثل توپ پینگ‌پنگ این طرف و آن طرف پرتاب می‌شود. این کتاب به صحبت‌های روزانه ما اشاره می‌کند، هنگامی که خود و ایده‌هایمان را به دیگران معرفی می‌کنیم. روزانه مردم اعتقادات و توانایی ما را محک می‌زنند، در اینجا سخن گفتن رسمی همان قدر بکار می‌آید که سخن گفتن غیر رسمی.

تصویری از میخائیل گورباچف

سردبیر مجله تایم مصاحبه‌ای با میخائیل گورباچف، رئیس حزب کمونیست شوروی سابق را منتشر کرد. وی انگیزه‌های گورباچف را شرح می‌دهد؛ به این شرح وصف آن چیزی است که نفوذ یک شخصیت عالی رتبه را ممکن می‌کند یعنی هماهنگی عوامل کلامی، صوتی و بصری. این مقاله بیان می‌کند که گورباچف هنگام سخن گفتن در یک محیط رسمی یا غیر رسمی، اعتماد به نفسی را از خود بروز می‌دهد که اغلب ما به دنبال آن هستیم. او کاملاً برنزه به نظر می‌رسد. گورباچف تداعی کننده سلامتی و انرژی طبیعی و کنترل شده است. او چاق نیست ولی هیکلی توپر دارد. بی تکلف است و به راحتی می‌خندد.

اغلب با دست راست، دسته فلزی عینکش را می‌گیرد. گاهی که برای یافتن لغتی مکث می‌کند، آن را دستکاری می‌کند. از دست چپ خود برای تاکید و قانع کردن استفاده می‌کند. ممکن است با انگشت دستش نشانه رود و موعظه کند، یا کف دستش را بالا ببرد و یا به سبک کاراته کارها لبه شستش را روی میز بگذارد و با شور و هیجان صحبت کند؛ ولی در همه حال، در کمال متانت رفتار می‌کند. به ندرت بی حرکت می‌ایستد و گاهی اوقات از هر دو دست استفاده می‌کند. برای تاکید با انگشت‌های به هم چسبیده ضربه‌ای روی میز می‌زند. صدایش فوق‌العاده است. عمیق، از ته دل ولی کاملاً آرام. گاهی اوقات وی به آرامی زمزمه‌ای، صحبت می‌کند، آهسته و دلنشین. ناگهان بدون هشدار، صدایش سراسر سالن را فرا می‌گیرد. صدایش خشمگین و یا قلدرانه به نظر نمی‌آید، تنها قوی‌تر از هر صدای دیگر در سالن است. گاهی اوقات حالت چشم‌ها، حرکات دست و صدای وی با هم به اوج هماهنگی و

بافته شده‌اند. این همان «عامل شخصیت» است که پیشتر ذکر شد.

این نکته بهتر از همه با نتیجه آن روشن می‌شود که: عامل متجانس با موفقیت مدیران خصلت برون‌گرایی و اجتماعی بودن آن‌ها است. این خصلت در طول بیست سال گذشته پیوسته در موفقیت مدیران موثر بوده است.

ارتباطات نیم کره چپ و راست مغز

«راجر اسپری» از انستیتو فناوری کالیفرنیا، جایزه نوبل را به خاطر تحقیقاتش درباره «نیم کره‌های مغز» به دست آورده است. نتایج اولیه و تحقیقات بعدی وی تاثیر زیادی بر درک مفاهیم «گفت و گوی دوجانبه» دارد.

آموزش‌های دوران تحصیل، تست‌های چند جوابی، اعداد و اطلاعات به نیم کره چپ مغز سپرده می‌شود. این قسمت از مغز، قلمرو رسانه‌های کتبی است. خیلی‌ها نیز آن را قلمرو گویایی می‌دانند. هرچند ما کلمات را برای گفت و گو بکار می‌گیریم، ولی خیلی چیزهای دیگر هم در کارند.

به زبان ساده، اگر ما سخنرانی را از روی نوشته بخوانیم، فقط با نیم کره چپ مغز شنوندگان ارتباط برقرار کرده‌ایم، و از ارتباط با نیم کره راست و جلب آن باز می‌مانیم. ممکن است مطالبی که می‌گوییم از طریق جذب نیم کره چپ باشد، ولی شنونده‌ای که نیم کره راستش فعال است تمام حواسش فعال و همه محرک‌های فکری را می‌گیرد، او می‌تواند بشنود، ببیند، ببوید و...؛ شنونده ممکن است

گرسنه، سیر، خواب‌آلوده، خشمگین یا در آرامش باشد. شما به عنوان سخنگو علاوه بر مطالبی که می‌گویید، با صدها محرک، در حال ارتباط برقرار کردن با او هستید.

نیم کره راست مغز هماهنگ‌کننده است و محرک‌های بسیار متنوعی را درک می‌کند. نیم کره راست مغز مسئول پردازش موازی اطلاعات، محرک‌ها و درک آن‌ها است. برای مؤثر بودن در ارتباطات دو جانبه باید با نیم کره راست مغز صحبت کنیم، زیرا نیم کره راست شنوندگان غالب و شنونده است. در چند صفحه بعد می‌آموزید چگونه به طور مؤثر این مهم را انجام دهید.

۳. عوامل اساسی در گفت و گوی دو جانبه

همانطور که طرز بیان و عوامل بصری و صوتی در گفت و گوی دو جانبه مؤثر هستند به همان نسبت خوش مشربی، محبوبیت و صداقت نیز از عناصر اساسی گفت و گوی دو جانبه به شمار می‌آیند. ولی چه ویژگی‌هایی این عناصر را مهم جلوه می‌دهد؟ به طور کلی در این زمینه می‌توان نه مهارت رفتاری را مورد توجه قرار داد. این‌ها مهارت‌هایی هستند که در این کتاب مورد بررسی قرار می‌گیرند:

الف) رتباط چشمی

ب) حالات و حرکات

پ) زبان چهره و اشارات

ت) جلوه ظاهری و لباس

ث) تنوع صوتی و آوایی

ج) زبان، مکث و عبارات ناگفته

چ) مشارکت شنونده

ح) شوخ طبعی

خ) طبیعی بودن

بدون اغراق درباره هریک از این مهارت‌های رفتاری، صدها عامل تاثیرگذار وجود دارد که برخی از آن‌ها حاصل برداشت‌های بسیار ظریف شنونده است. ولی از این چند صد مورد، فقط چند عامل کلیدی برای هریک از این مهارت‌های نه گانه مهم است. بقیه این کتاب درباره این مهارت‌های رفتاری است و به شما کمک می‌کند تا به مهارت‌هایی که در حال حاضر دارا هستید و یا مهارت‌هایی که در آن‌ها نیاز به بهبود و پیشرفت دارید، پی ببرید. این کتاب برای مؤثر شدن تمامی گفت و گوهای دو جانبه در هر زمینه‌ای، عملاً با شما همراهی می‌کند.

الف) ارتباط چشمی

«چشم می‌تواند مانند تفنگ بادی پُر نشانه‌گیری شده، تهدیدآمیز، و یا مثل صدای پای کوبیدن توهین‌آمیز باشد. همین‌طور، چشم می‌تواند با تلالویی از محبت، قلب را با شادی به رقص بیاورد.»
«رالف والدو امرسون»

چطور و به کجا می‌نگرید؟

فهرست بازنگری

به هریک از سوالات زیر پاسخ دهید. بعد از پایان این بخش،



دوباره این تمرینات را تکرار کنید. ممکن است برای پاسخ گویی به تمام سوالات، به زمان بیشتری برای کشف ویژگی های سخن گفتن خود احتیاج داشته باشید. با این حال برای پاسخ به سوالات می توانید به کتاب رجوع کنید.

اهداف رفتاری در ارتباط چشمی نگاه صادقانه و پایدار به مخاطب

در جعبه ابزار شما برای تاثیرگذاری، ارتباط چشمی مهمترین مهارت است. چشم ها تنها عضو شبکه مرکزی اعصاب شماسست که مستقیماً با شخص مقابل در ارتباط است. فکر نکنید که تنها ارتباط چشمی کافی است. یک گفت و گوی خوب خیلی بیش از «یک نگاه گذرا» معنی دارد.

نگاه دوستانه، عصبانی، مشارکت آمیز

سه حالت ارتباط چشمی عبارتند از نگاه دوستانه، عصبانی و مشارکت آمیز. نگاه دوستانه و یا عصبانی معمولاً حدود ده ثانیه تا یک دقیقه و یا حتی بیشتر طول می کشد ولی بیش از نود درصد از گفت و گوهای روزانه ما، به منظور جلب مشارکت انجام می شود.

پنج ثانیه برای تاثیرگذاری بیشتر

وقتی که با هیجان و اشتیاق به صحبت کسی گوش می کنیم، معمولاً پیش از آنکه به جای دیگری نگاه کنیم، حدود پنج تا ده ثانیه به گوینده نگاه می کنیم. در گفت و گوی رو در رو این موضوعی طبیعی است. بهتر است تلاش کنید تا این حالت را چه در هنگام مکالمات دو نفره و یا در مقابل هزار نفر، رعایت کنید. شنوندگان، اغلب در برابر پنج ثانیه نگاه، احساس خوبی دارند؛ بنابراین انجام این کار منطقی به نظر می رسد.

از «دو دو زدن چشم» برحذر باشید

اغلب ما هنگام فشار عصبی به هر چیزی غیر از شنونده نگاه می کنیم. چشمانمان میل دارد مانند یک خرگوش ترسیده به هر طرف دو دو بزند. این حالت به تدریج اعتبار و صداقت شما را نزد شنونده کاهش می دهد. هر چیز دیگری غیر از نگاه مستقیم به مخاطب، او را ناراحت می کند.

از آهسته پلک زدن خودداری کنید

این عادت که مدت پلک زدن ما بیش از حد معمول طول بکشد ناخوشایند است. در چنین حالتی شما ممکن است پلک های خود را حدود دو تا سه ثانیه بسته نگهدارید و این یعنی «من واقعا» میل ندارم اینجا باشم». معمولاً شنوندگان نیز چنین میلی ندارند.

ارتباط چشمی و تلویزیون

با پیدایش ویدئو، همه ما می توانیم دیر یا زود در برابر دوربین تلویزیون قرار بگیریم. این موضوع خیلی مهم است که بتوانیم ارتباط چشمی خوبی با مصاحبه کننده و یا هر کس دیگری در برابر دوربین، برقرار کنیم. هرگز مستقیماً به دوربین نگاه نکنید. بینندگان تلویزیون در واقع شما را از طریق دوربین مشاهده می کنند. بنابراین دوربین را به جای تماشاگران در نظر بگیرید.

زاویه نگاه

به عنوان آخرین راهنمایی اگر شما در برابر یک گروه بزرگ سخنرانی می کنید و زاویه تلاقی نگاه شما با حضار کم است، اصل

بله	خیر
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()
()	()

هنگام گفت و گو، نگاه رو در رو در حالت عادی، حدود پنج تا پانزده ثانیه طول می کشد. در سخنرانی های جمعی، مدت زمان مناسب تر حدود چهار تا پنج ثانیه است. به این روش عادت کنید تا حتی در مواقعی که تحت فشار هستید، ناخودآگاه و بدون نیاز به فکر کردن، چشمانتان دارای یک حالت اعتماد به نفس باشد.

دیگران چه می کنند؟

● «پدر داگ» کشیش کلیسای کوچکی است. هنگامی که وی مراسم نیایش را به جای می آورد، در فاصله هر نگاه به حضار، حدود دو تا سه ثانیه چشم هایش را می بندد. این موضوع سبب می شود تا یک حالت سردی و انزوا در حضار به وجود بیاید. این حالت در گفت و گوهای خصوصی وی نیز تاثیر می گذارد. او نمی داند که «آهسته پلک زدن»، احساس فاصله و دوری را در شنونده به وجود می آورد.

● «جان»، تهیه کننده فیلم است که هنگام گفت و گو، از روی عادت به پایین گونه راست مخاطب نگاه می کند. او بدون اینکه بداند، حالت ناشیگری و حس فاصله را در شنونده القاء می کند.

● خانم «ماریون»، مدیر کارگزینی شرکتی بزرگ است. هنگام مصاحبه، در حالی که حرف می زند و سوال می کند، اغلب از پنجره اتاق به بیرون نگاه می کند. به نظر می رسد او علاقه زیادی به ادامه مصاحبه ندارد.

● خانم «بت»، سخنرانی حرفه ای است و با تعریف داستان ها و خاطرات جالب شخصی، حضار را به شوق می آورد. با این حال گاهی با نگاه های کوتاه خود که کمتر از نیم ثانیه طول می کشد، نفوذ شخصی خود را کاهش می دهد. «بت» با اینکه فکر می کند ارتباط چشمی خوبی دارد، ولی هنگامی که در جمع صحبت می کند، حضار احساس نمی کنند که وی با آن ها حرف می زند.

بهبود ارتباط چشمی

پنج ثانیه نگاه به مخاطب، اهمیت بیشتری می‌یابد. زیرا هنگامی که شما به یک نفر در جمع نگاه می‌کنید، تعداد زیادی از افراد دیگری که در اطراف وی هستند، گمان می‌کنند که شما با آن‌ها صحبت می‌کنید.

کاربرد شغلی

به جز مواقعی که پای تلفن هستید، شما در نود درصد اوقات کاری از چشم‌هایتان برای ارتباط استفاده می‌کنید. باید دقت کنید که چگونه به آن‌ها نگاه می‌کنید. باید متوجه باشید هنگامی که عصبانی و یا خوشحال هستید، چگونه به مخاطب خود نگاه می‌کنید. به عنوان یک فروشنده باید در نحوه نگاه به یک مشتری بدقلق دقت کنید و آن را با موقعی که فروش قطعی شده، مقایسه کنید. به حالت‌های نگاه دیگران نیز در هنگام مصاحبه و یا کارهای دیگر، دقت کنید. سپس این دانسته‌های جدید را برای بهتر کردن حالت نگاه خود بکار بگیرید. در صفحات بعد چند تمرین برای بهبود ارتباط چشمی ذکر شده است. هر روز یکی از این تمرین‌ها را بکار ببرید. ابتدا ممکن است احساس خجالت کنید اما مانند سایر حالت‌های رفتاری که آموخته‌اید، با تمرین‌های مستمر اعتماد به نفس شما افزایش خواهد یافت و ارتباط چشمی شما بهتر می‌شود.

تمرین‌هایی برای بهبود مهارت و آگاهی در ارتباط چشمی

۱. به کجا نگاه می‌کنید؟

در ده مکالمه بعدی خود، دقت کنید که هنگام صحبت با دیگران، به کجا نگاه می‌کنید. توجه داشته باشید که شما به هر دو چشم نگاه نمی‌کنید. ممکن است به چشم چپ یا راست مخاطب نگاه کنید، ولی امکان ندارد همزمان به هر دو چشم نگاه کنید. در گفت‌وگوی رودررو، چشم‌تامل دارد نگاه خود را روی صورت طرف مقابل حرکت دهد ولی اغلب ما معمولاً به یک نقطه مشخص نگاه می‌کنیم. سعی کنید به این نکته پی ببرید که شما به کدام نقطه از صورت مخاطب می‌نگرید، چشم راست، بینی، چشم چپ و یا مستقیماً بین دو چشم؟ هر نقطه‌ای که نزدیک به دو چشم باشد بهتر است. نگاه به جاهایی مثل نگاه به زمین، شانه مخاطب و... قابل قبول نیست.

به محض این که به حالت چشم خود پی بردید، هوشیاری و حساسیت خود را درباره پیچیدگی‌های ارتباط چشمی افزایش دهید، سپس سعی کنید برای کسب تجربه بیشتر، نگاه به نقاط دیگر را نیز تجربه و ناهماهنگی آن را حس کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا هنگامی که میل ندارید به مخاطب نگاه کنید، با حس ناخوشایند آن آشنا باشید. ولی شاید به خاطر تاثیرگذاری مکالمه لازم باشد این کار را انجام دهید.

۲. از «پنج ثانیه نگاه» استفاده کنید

هنگام سخنرانی یا در جلسات، از دوستی خواهش کنید تا وقت بگیرد شما چند ثانیه به افراد حاضر در جلسه نگاه می‌کنید. سعی کنید به طور آگاهانه پنج ثانیه ارتباط چشمی خود را با فرد مخاطب حفظ کنید.

افزایش حساسیت

با یکی از همکاران خود حدود یک دقیقه صحبت کنید. در حالی که صحبت می‌کنید از او بخواهید بعد از پانزده ثانیه، به شما نگاه نکند. در ادامه تمرین از او بخواهید در حالی که به صحبت‌های شما گوش می‌دهد، به جای دیگری نگاه کند. چه احساسی به شما دست می‌دهد. جای خود را با او عوض کنید. در باره ارتباط چشمی بحث کنید. توجه کنید که اغلب در جمع‌های مختلف، چقدر چنین کمبودی حس می‌شود؟ سعی کنید در این حالت غیررسمی، ارتباط چشمی مؤثرتری برقرار کنید و نتایج متفاوت آن را تشخیص دهید.

۴. ترس و دلهره را از خود دور کنید

اگر نسبت به کسی که با او صحبت می‌کنید، احساس خوبی ندارید (مثل جلسه مصاحبه درخواست شغل و یا در جلسه با مدیر عامل شرکت) سعی کنید به پیشانی مخاطب نگاه کنید. برای تمرین با دوست خود به فاصله دو - سه متری از هم بنشینید و با هم بحث کنید. درست به وسط پیشانی وی و بالای چشمانش بنگرید. این سبب می‌شود تا شخص احساس کند، ارتباط بصری خوبی با او دارید و این در حالی است که شما چنین احساسی ندارید. این کار کمک می‌کند تا هیجان ارتباطی شما کاهش یابد؛ مانند این است که دارید با یک دیوار صحبت می‌کنید. جای خود را با دوستان عوض کنید تا او هم این موضوع را تجربه کند.

۵. راهنمایی

با مشاهده دیگران (حضور و یا در تلویزیون) مقایسه کنید که چه تفاوت‌هایی در حالات ارتباط چشمی آن‌ها وجود دارد و چه احساسی نسبت به آن‌ها دارید. با تهیه فیلم ویدیویی حالت نگاه خود را نیز ببینید. از دوستان خود سوال کنید که چه احساسی درباره ارتباط چشمی شما دارند. از یک دوست یا همکار بخواهید تا حالات ارتباط چشمی شما را در شرایط و گفت‌وگوهای مختلف تجزیه و تحلیل کند.

فهرست اهداف شخصی

سنجش عادات

سه مورد از عادت‌های خود را درباره ارتباط چشمی که می‌خواهید آن‌ها را اصلاح، تقویت و یا ترک کنید، بنویسید

۱.

۲.

۳.

سپس برنامه تمرینی خود را برای اصلاح، تقویت و یا ترک هر یک از عادات مذکور، بنویسید:

۱.

۲.

۳.

همیشه به خاطر داشته باشید کار نیکو کردن از پر کردن است.

* منبع:

Bert Decker, How to Communicate Effectively