



ما در مدرسه‌ی افروز اعتقاد داریم که فرهنگ، مشارکت اجتماعی، مسئولیت‌های فردی و مدنی پیوندی گسست‌ناپذیر با آموزش دارند. به باور ما کلاس درس فقط فضایی برای کسب دانش نیست؛ این هدف با پرورش مهارت‌های اجتماعی و کسب دانش هم تنیده و تفکیک‌ناپذیرند. موضوع کلاس درس هرچه باشد -ریاضی یا علوم اجتماعی- امکانی است برای تمرین مهارت‌های اجتماعی با دانش‌آموزان و به عقیده‌ی ما ارتقای این مهارت‌ها اگر مهم‌تر از افزایش علم و دانش کودکان و نوجوانان نباشد، از آن کم‌اهمیت‌تر نیست. به همین منظور قصد داریم با برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌هایی در مدرسه‌ی افروز، بازی‌ها و فعالیت‌هایی عملی برای کودکان و نوجوانان معرفی کنیم، درباره‌ی مهارت‌ها و روش‌های تسهیلگری این مفاهیم در کلاس درس به بحث و گفت‌وگو پردازیم، و راهکاری عملی برای پیاده‌سازی این مفاهیم در کلاس درس را با هم تجربه کنیم.

مدرسه‌ی افروز دو اصل «آموزش مشارکتی» و «کاربردی بودن مطالب» را سرلوحه‌ی فعالیت‌های خود قرار داده و دوره‌های آموزشی را به گونه‌ای تدوین کرده است که همگام با معرفی هر مفهوم نظری، نحوه‌ی انتقال آن به دانش‌آموزان هم به بحث و گفت‌وگو گذاشته می‌شود. امیدواریم با تمرکز بر مهارت تسهیلگری، و هم‌فکری و گفت‌وگو درباره‌ی آن بتوانیم راهکارها و شیوه‌هایی جدید و کاربردی و خلاق پیدا کنیم تا از این طریق تمرین مهارت‌های اجتماعی و بالا بردن میزان مشارکت دانش‌آموزان در کلاس درس محقق شود. ما در مدرسه‌ی افروز بر این باوریم که می‌توان با چشم‌انداز «جامعه‌ی فردا را با هم بسازیم» از فرصت‌های موجود در کلاس درس بهره‌جست و برای تبدیل دانش‌آموزان به شهروندانی آگاه و مؤثر کوشید.

(در صورت استفاده از منابع افروز، لطفاً ذکر منبع را فراموش نکنید. متشکریم)

گوش کردن و تفکر انتقادی

ترجمه‌ی بخش پنجم از فصل اول کتاب «ارتباطات انسانی»

نویسندگان:

جودی پیرسون

پُل نلسون

اسکات تیتزورث

لین هارتر

ترجمه: گروه آموزش مدرسه افروز



آنچه با مطالعه‌ی این بخش [۱] و تفکر درباره‌ی آن فرا می‌گیرید:

- ۱- می‌توانید فرآیند گوش کردن را توصیف کنید و تفاوت آن با شنیدن را تشخیص دهید.
- ۲- سه دلیل بیاورید که چرا گوش کردن اهمیت دارد.
- ۳- گوش کردن فعال، همدلانه، انتقادی و لذت‌بخش را تعریف کنید و برای هر کدام مثال بیاورید.
- ۴- موانع گوش کردن فعال را تحلیل کنید □ شامل پارازیت‌های درونی و بیرونی، برداشت‌هایمان از دیگران و حتی رفتار خودمان.
- ۵- با استفاده از راهکارهای تفکر انتقادی، موقعیت کلی ارتباط و پیام‌گوینده را ارزیابی کنید.
- ۶- تفاوت‌های میان زنان و مردان در زمینه‌ی گوش کردن را توصیف کنید.
- ۷- راهکارهای کلی گوش کردن فعال را در موقعیت‌های خاص (شامل محیط کار، کلاس درس و محیط‌های میانجی [۲]) به کار ببندید.
- ۸- ملاحظات اخلاقی را در گوش کردن مراعات کنید.

گوش کردن یکی از مهارت‌های ارتباطی است که بیش از دیگر مهارت‌ها استفاده می‌شود، ولی کمتر از همه مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

در این فصل درباره‌ی فرآیند گوش کردن و انواع آن، عواملی که مانع گوش کردن فعال می‌شوند و راهکارهایی برای گوش کردن فعال خواهید آموخت. امیدواریم در این مسیر بیاموزید که گوش کردن، مانند هر رفتار ارتباطی دیگر، مهارتی است که از راه تمرین و تأمل تقویت می‌شود.

اگر به یک بیمارستان مدرن قدم بگذارید، تکنولوژی پزشکی مورد استفاده در آن شما را شگفت زده خواهد کرد، از دماسنج های الکترونیکی گرفته تا دستگاه های بزرگ تصویربرداری که می توانند غده های میکروسکوپی را تشخیص دهند. مزیت های تکنولوژی برای ما قابل انکار نیست، ولی منتقدان هشدار می دهند که این ابزارها نباید جایگزین جنبه های انسانی علم پزشکی شوند و جای یک پزشک را که به احساسات، ترس ها و نگرانی های بیمار گوش می دهد، بگیرند.

بیشتر مدارس پزشکی به این نتیجه رسیده اند که باید مهارت گوش کردن را در پزشکان تقویت کنند. برنامه هایی در این مدارس طراحی شده تا افرادی با ایفای نقش بیمار، یک گفت و گوی ساختگی میان پزشک و بیمار را بازسازی کنند. دانشجویان پزشکی و پرستاران در این گفت و گوها شرکت می کنند و در تعامل با بیماران، بر اساس مهارت های ارتباطی و به خصوص گوش کردن، ارزیابی می شوند. بعد از این جلسات، بیماران در مورد نحوه ی گوش کردن و واکنش های پزشک یا پرستار نسبت به احساسات شان نظر می دهند.

این مصاحبه های شبیه سازی شده به دانشجویان پزشکی کمک می کند فواید گوش کردن فعال را درک کنند آن ها می فهمند که گفت و گو و تعامل بین بیمار و پزشک، تا چه اندازه در تشخیص سریع تر و بهتر بیماری، درمان مؤثرتر، و رضایت بیشتر بیمار اثرگذار باشد. از همه مهم تر؛ آن ها یاد می گیرند که سلامتی و درمان، فراتر از تکنولوژی است و تکنولوژی به تنهایی قادر به تأمین سلامتی و درمان بیماران نیست.

«گوش کردن» یکی از مهم ترین مهارت های ارتباطی است که می توانیم کسب کنیم.
گوش کردن، اصلی ترین راه ما برای فهمیدن دیگران، غنی کردن زندگی خود و یادگیری اطلاعات مهم و حیاتی است. همان طور که استفاده از مصاحبه های ساختگی مهارتی است که از راه تمرین تقویت «گوش کردن» ، در مدارس پزشکی نشان می دهد می شود. در این فصل یاد می گیرید که چه طور مهارت های گوش کردن را در ارتباط با دیگران، در محیط کار و در کلاس درس تقویت کنید.

بحث گروهی

آیا تا به حال موقعیت هایی را در محیط کار (نه روابط بین فردی) تجربه کرده اید که در آن ها حس کرده باشید طرف مقابل خوب به شما گوش نمی دهد؟ چرا بعضی افراد شنونده ی خوبی نیستند، با این که گوش کردن بخشی از شغل آن ها است؟

تا به حال موقعیتی را تجربه کرده‌اید که حین یک مکالمه، کسی از شما سؤالی بپرسد در حالی که فقط به گوش کردن تظاهر می‌کرده‌اید؟ در چنین موقعیتی اصلاً سؤال را متوجه نمی‌شوید، پس درباره‌ی جواب آن هم هیچ ایده‌ای ندارید. آیا تا به حال کسی از شما درخواستی داشته که برایش مهم بوده، ولی برای شما اهمیت نداشته و یادتان رفته آن را انجام دهید؟ شاید صداها به گوش شما رسیده باشد، ولی به این معنی نیست که ذهن شما آن‌ها را تفسیر یا ذخیره کرده و بدن‌تان کاری برای آن انجام داده باشد. گاهی اوقات می‌شنوید، گوش می‌دهید و حتی پیام را می‌فهمید، ولی آن را اجرا نمی‌کنید. فرآیند گوش کردن پیچیده است. اتفاقات زیادی بین دریافت کردن صداها و تولید پاسخی واضح توسط گیرنده رخ می‌دهد.

برای اینکه گوش کردن را یاد بگیریم، در قدم اول باید تفاوت بین «گوش کردن» و «شنیدن» را بفهمیم.

شنیدن عمل دریافت صدا است.

می‌توانید چشمان‌تان را ببندید تا نبینید، بینی خود را بگیرید تا بویی نشنوید، یا خودتان را جمع و جور کنید تا از تماس بدنی جلوگیری کنید، ولی گوش‌هایتان هیچ درپوشی ندارند که آن‌ها را بپوشاند! ساختار آن‌ها برای حفاظت از شما طوری طراحی شده است که هیچ‌گاه بسته نشوند، حتی وقتی که خواب هستید. به همین دلیل، به‌طور مداوم صداها را دریافت می‌کنید و می‌شنوید.

سوال برای بحث

در چه موقعیت‌هایی ممکن است بشنوید، ولی گوش نکنید؟ آیا باید به طور ممتد و بی وقفه گوش کنید تا ارتباط‌های مؤثری داشته باشید؟

شنیدن، همان گوش کردن نیست! طبق تعریف انجمن بین‌المللی گوش کردن،

«گوش کردن فرآیند فعال دریافت پیام‌های کلامی و/یا غیرکلامی، ساختن معنا از آن‌ها و در نهایت پاسخ به آن‌ها است. این فرآیند، توانایی حفظ اطلاعات و واکنش همدلانه و/یا مناسب به پیام‌های کلامی و/یا غیرکلامی را هم شامل می‌شود» (۱۹۹۵، صفحه ۱). همان‌طور که می‌بینید، گوش کردن فراتر از شنیدن است. قابل توجه اینکه؛ گوش کردن، یک فرآیند فعال است که ساختن معنا از اطلاعات، نگهداری از آن‌ها و واکنش نسبت به آن‌ها را دربر می‌گیرد.

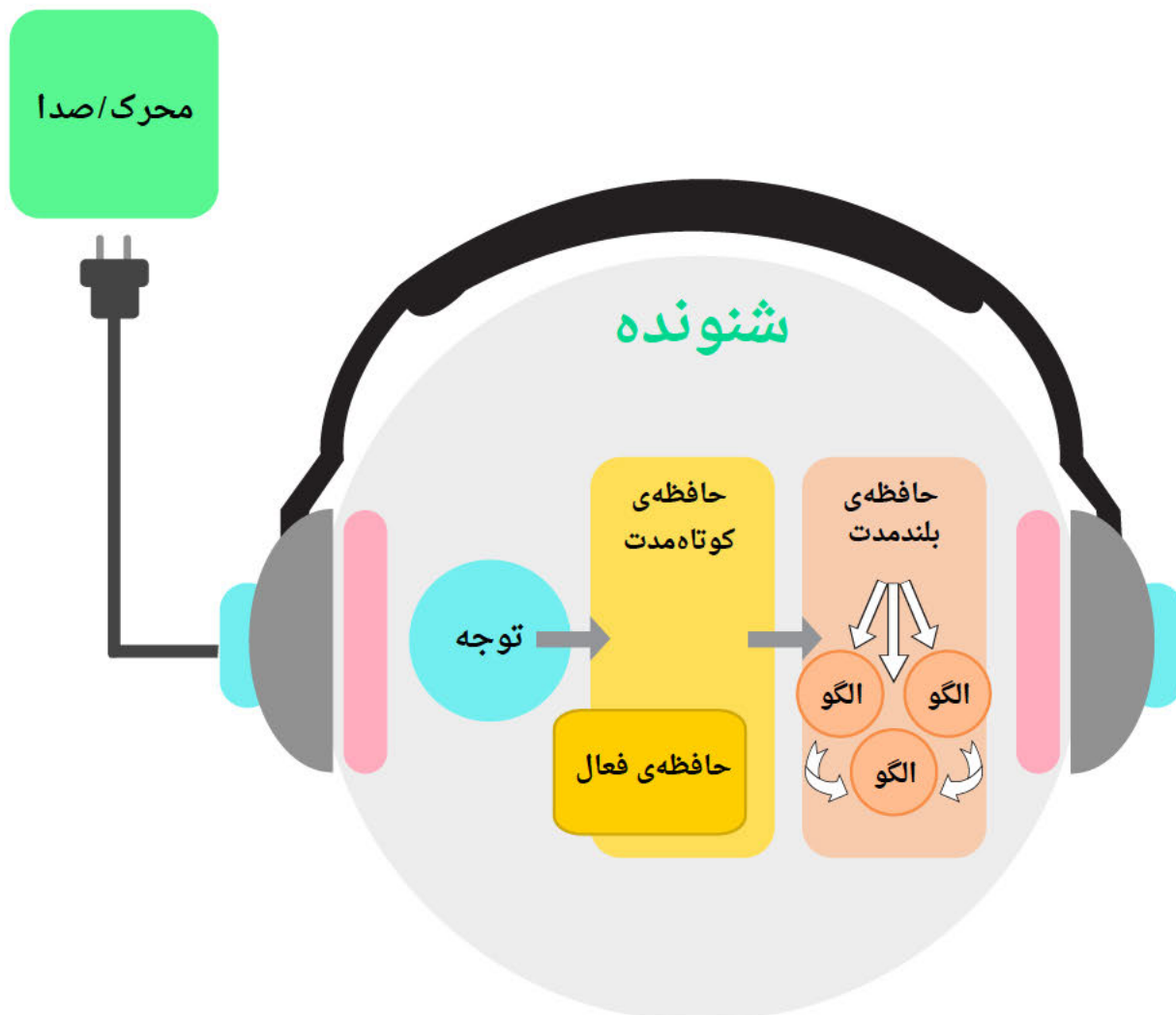
یادداشت الکترونیکی

انجمن بین‌المللی گوش کردن (ILA)، سازمانی پژوهشی است که به مطالعه و آموزش رفتارهای مربوط به گوش کردن اختصاص دارد! در وب‌سایت این انجمن، اطلاعات متنوعی درباره‌ی گوش کردن، شامل جملات قصار، فهرست کتاب‌نشانی مقاله‌های پژوهشی، وجود دارد. آدرس وب‌سایت انجمن: www.listen.org

حکایت‌ها، تشبیه‌ها و سوء برداشت‌ها

یک حکایت رایج این است که گوش کردن بیش از هر چیز یک عمل فیزیکی است و لی در واقع، گوش کردن بیشتر یک عمل ذهنی است تا فیزیکی. همان‌طور که در این فصل یاد می‌گیرید، برای گوش کردن لازم است فعالانه درباره‌ی اطلاعات فکر کنید و آن‌ها را پردازش کنید.

فرآیند گوش کردن را به‌طور خلاصه در شکل شماره‌ی یک نشان داده‌ایم. همان‌طور که شکل نشان می‌دهد، محرک‌هایی مانند موسیقی، کلمات و دیگر صداها را از طریق گوش‌مان دریافت می‌کنیم. گوش ما جایی است که ریزترین استخوان‌های بدن ما ارتعاش‌های مربوط به صدا را به حس‌هایی تبدیل می‌کند که مغز قادر به ادراک آن‌ها است.



شکل ۵.۱ فرآیند گوش کردن

مغز در مرحله‌ی توجه کردن و با به کارگیری آنچه حافظه‌ی فعال نام دارد، روی حس‌های دریافتی متمرکز می‌شود و به آن‌ها معنا می‌دهد. مثلاً مغز شما ممکن است قسمت‌های اول یک آهنگ، صدای یک خواننده‌ی محبوب، یا صدای آژیر پلیس را تشخیص دهد. شما به محض شنیدن این صداها، می‌دانید که معنای آن‌ها چیست. بعد از آن، پیام تفسیر شده در حافظه‌ی کوتاه‌مدت (برای استفاده‌ی سریع) یا در حافظه‌ی بلندمدت (برای به یاد آوردن در آینده) ذخیره می‌شود (Janusik، ۲۰۰۵).

همان‌طور که در ادامه‌ی بحث خواهیم دید، انسان‌ها موانع بسیاری برای گوش کردن فعال ایجاد می‌کنند. البته در همه‌ی این موانع، تقصیر از غیرمؤثر بودن شنونده‌ها، پایبند نبودن آن‌ها به اخلاق یا تنبل بودن آن‌ها نیست. از آن‌جا که گوش کردن یک فرآیند است، موانع طبیعی هم خودشان را در مرحله‌های مختلف این فرآیند نشان می‌دهند. در ادامه، این موانع طبیعی در هر مرحله از فرآیند گوش کردن، شامل توجه کردن، حافظه‌ی فعال، حافظه‌ی کوتاه‌مدت و حافظه‌ی بلندمدت، توضیح داده شده‌اند.

توجه کردن

بعد از اینکه گوش امواج صدا را دریافت کرد، مغز ما آن‌ها را بر اساس اهمیت‌شان مرتب می‌کند. آخرین مکالمه‌ای را که در رستوران یا در فروشگاه داشتید، به یاد آورید. در این شرایط مغز شما با محرک‌های صوتی، یا صداها، بمباران شده بود، ولی ذهن شما می‌توانست صداها را دیگر را مسدود کند و روی صدای دوست‌تان تمرکز کند. در اغلب مواقع، این فرآیند مسدود کردن محرک‌های نامربوط و متمرکز شدن روی محرک‌های مهم، ارادی یا داوطلبانه است. به عبارتی، ما انتخاب می‌کنیم که به جای پیچ پراکنده‌ی نوجوانان جلویی، حرف دوست‌مان را بشنویم. در مواقع دیگر، توجه ما خودکار (اتوماتیک) است، نه انتخابی. ما به‌طور خودکار توجه‌مان را بر صدای بلند، آژیر و یا صدای گریه‌ی کودک متمرکز می‌کنیم.

«توجه کردن» ممکن است انتخابی یا خودکار باشد. **توجه انتخابی (Selective Attention)**، تمرکز مداوم بر محرکی است که آن را مهم می‌دانیم. ما انتخاب می‌کنیم که به برنامه‌ی محبوب‌مان در تلویزیون، دوستان‌مان در حین مکالمه و استادان‌مان در کلاس درس، توجه کنیم. توجه انتخابی ما ممکن است توسط رفتار غریزی مغز (توجه خودکار به مجموعه‌ای از محرک‌ها) مخدوش شود. **توجه خودکار (Automatic Attention)**، تمرکز غریزی ما بر محرک‌هایی خاص است؛ محرک‌هایی که به تغییری در محیط پیرامون ما اشاره می‌کنند (مانند وارد شدن فردی به اتاق)، **محرک‌هایی که آن‌ها را مهم می‌پنداریم** (کسی اسم‌مان را از آن سوی اتاق فریاد بزند) یا **محرک‌هایی که به خطری اشاره دارند** (مانند آژیر یا صدای انفجار مهیب). رقابت بین توجه خودکار با توجه انتخابی، مسئله‌ای که همه‌ی ما با آن مواجه می‌شویم یعنی وقتی تلاش می‌کنیم توجه انتخابی‌مان را به سمت محرکی خاص (مثلاً سخنرانی استادمان) جلب کنیم، محرک‌های محیطی دیگر توجه خودکار ما را به سمت خودشان می‌کشند.



امتحان کن

در کلاس بعدی‌تان، فهرستی از همه‌ی محرک‌های موجود در فضای ارتباطی که ممکن است توجه خودکار شما را به خود جلب کند، تهیه کنید. چه راهکارهایی برای حذف امکان این حواس‌پرتی‌ها به ذهن‌تان می‌رسد؟

فعالیت گروهی

از گروهی از دانش‌آموزان بخواهید که فهرستی از آنچه ممکن است توجه خودکارشان را در کلاس درس به خود جلب کند، تهیه کنند. چه راهکارهایی می‌توان به کار بست تا از این حواس‌پرتی‌ها جلوگیری شود و توجه انتخابی‌مان بر معلم و روند یادگیری متمرکز بماند؟

حافظه‌ی فعال

وقتی توجه انتخابی‌مان را به صداها و محرک‌هایی جلب می‌کنیم، مغز ما آن‌ها را در بدو ورود پردازش و محرک‌ها را معنی می‌کند. **حافظه‌ی فعال (Working Memory)** بخشی از خودآگاه مغز ما است که محرک‌های مورد توجه ما را تفسیر می‌کند و به آن‌ها معنا می‌بخشد.

حافظه‌ی فعال برای پردازش اطلاعات به دنبال راه‌های میان‌بر می‌گردد. حافظه‌ی فعال به جای تفسیر حرف به حرف هر کلمه، الگوی کلی حروف کلمه را تشخیص و معنایی را به آن نسبت می‌دهد. به همین شکل، وقتی صدای یک کلمه را می‌شنویم، حافظه‌ی فعال ما به جای اینکه هر تک-صدا را جداگانه پردازش کند، الگوی کلی صداها را تشخیص می‌دهد. در مقیاس کلی‌تر، حافظه‌ی فعال قادر است الگوهای کلمات را تشخیص دهد. به عنوان نمونه، اگر شما یک برنامه‌ی تلویزیون مشخص را تماشا کنید، حافظه‌ی فعال‌تان به شما کمک می‌کند که به دنبال الگوهای ترکیبی از کلمات در قالب عبارت‌ها بگردید؛ حتی در شرایطی که همه‌ی حروف و کلمه‌ها قابل دیدن نیستند.

از آن جا که کارکرد مهم حافظه‌ی فعال شناسایی الگوها است، این حافظه باید در تعامل با حافظه‌ی بلندمدت کار کند. گرچه در مورد حافظه‌ی بلندمدت بحث خواهیم کرد، ولی خوب است بدانیم که حافظه‌ی فعال به دنبال کشف ارتباطات در حافظه‌ی بلندمدت است؛ ارتباط بین اطلاعات تازه شنیده شده و اطلاعات ذخیره شده در حافظه. با پیدا کردن این ارتباطات در ذهن، الگوها راحت‌تر تشخیص داده می‌شوند و گوش کردن بهینه‌تر خواهد بود.

اطلاعات تفسیر شده در حافظه‌ی فعال، به حافظه‌ی کوتاه مدت یا بلندمدت ارسال می‌شوند.

حافظه‌ی کوتاه مدت محل ذخیره سازی موقت اطلاعات است. همه‌ی ما از حافظه‌ی کوتاه مدت برای نگهداری افکاری استفاده می‌کنیم که می‌خواهیم آن‌ها را بلافاصله به کار ببندیم و لازم نیست آن‌ها را برای ارجاع در آینده نگه داریم. حافظه‌ی کوتاه مدت چیزی مثل برچسب‌های کوچک یادداشت (post-it notes) است. از اطلاعاتی که روی برچسب‌ها می‌نویسیم، به طور موقت و برای ارجاع سریع استفاده می‌کنیم؛ ولی این برچسب‌ها به زودی دور ریخته می‌شوند و در صورت نیاز، اطلاعات آن‌ها در یک جای امن تر ثبت خواهد شد.

ما پیوسته از حافظه‌ی کوتاه مدت استفاده می‌کنیم، ولی این حافظه در میان منابع حافظه‌ی ما کمتر از همه کارآمد است. بر اساس مطالعات کلاسیک در زمینه‌ی روانشناسی، حافظه‌ی کوتاه مدت، هم از نظر کمیت اطلاعاتی که ذخیره می‌کند و هم مدت زمانی که اطلاعات را نگاه می‌دارد، محدود است (Miller، ۱۹۹۴). حافظه‌ی کوتاه مدت از نظر کمیت، فقط بین ۵ تا ۹ بیت اطلاعات را ذخیره می‌کند. منظور از یک بیت اطلاعات، هر گونه واحد سازماندهی شده‌ی اطلاعات است مانند صداها، حروف، کلمات، جمله‌ها یا واحدهای اطلاعاتی ناملموس تر مانند ایده‌ها (این مورد به توانایی حافظه‌ی فعال در شناسایی الگوها بستگی دارد). اگر حافظه‌ی کوتاه مدت بیش از اندازه پُر شود (برای افراد معمولی یعنی بیش از ۹ بیت اطلاعات)، فراموش کردن آغاز خواهد شد. محدودیت دیگر حافظه‌ی کوتاه مدت، مدت زمان نگهداری اطلاعات است که به ۲۰ ثانیه محدود می‌شود، مگر اینکه راهکاری مانند تکرار به کار بسته شود. اگر یک شماره تلفن را به طور مداوم تکرار کنید تا به اتاق خود در خوابگاه برسید، احتمالاً آن را به یاد خواهید آورد. البته اگر تمرکز شما به هم بخورد و تکرار مداوم شماره تلفن را قطع کنید، احتمالاً آن را فراموش خواهید کرد. متأسفانه بسیاری از شنونده‌ها بیش از اندازه بر توانایی حافظه‌ی کوتاه مدت خود حین گوش کردن تکیه می‌کنند. پژوهشگران حوزه‌ی ارتباطات به این نتیجه رسیده‌اند که افراد تنها ۵۰ درصد پیام را بلافاصله بعد از گوش کردن به آن و تنها ۲۵ درصد را بعد از یک تأخیر کوتاه به یاد می‌آورند (Gilbert، ۱۹۸۸).

فعالیت کلاسی

ماجرای بستنی خوردن در یک عصر تابستانی را برای دانش آموزان تان تعریف کنید. بعد از آن‌ها بخواهید که نمونه‌های مشابهی از خاطرات کودکی‌شان را به یاد بیاورند. حین به یاد آوردن این رخدادها، بحث کنید که چه طور نشانه‌های محرک می‌توانند باعث به یاد آوردن خاطرات بلندمدت شوند.

ممکن است اطلاعات پردازش شده در حافظه فعال برای ارجاع در آینده در حافظه بلندمدت ذخیره شود. همچنین، اطلاعاتی که به طور موقت در حافظه کوتاهمدت ذخیره شده است، در صورتی که مهم به نظر برسد، در حافظه بلندمدت ذخیره می شود. اگر در فرآیند گوش کردن حافظه کوتاه مدت را به برجسب های یادداشت تشبیه کنیم، حافظه بلندمدت آبرکامپیوتر ما به شمار می رود.

حافظه بلندمدت محل ذخیره سازی دائمی اطلاعات شامل تجربه های گذشته، زبان ها، ارزش ها، دانش، تصاویر افراد، خاطرات صحنه ها، صداها و بوها و حتی تخیلات است، اما به این موارد محدود نمی شود. بر خلاف حافظه کوتاهمدت، هیچ محدودیتی از نظر کمیت و مدت زمان ذخیره اطلاعات برای حافظه بلندمدت شناسایی نشده است.

توضیح نحوه ی کار حافظه بلندمدت تنها بر مبنای فرضیات استوار است. با این وجود، پژوهشگران این فرضیه را ارائه می دهند که افکار ما بر اساس الگو در حافظه بلندمدت مرتب می شوند.

الگوها سیستم های بایگانی سازماندهی کننده اند که برای نگهداری افکار ما در حافظه بلندمدت، استفاده می شوند. می توان الگو را یک شبکه ی به هم پیوسته از اطلاعات فرض کرد. توانایی ما در استخراج اطلاعات از حافظه بلندمدت به این وابسته است که بتوانیم به الگوی درستی در حافظه بلندمدت متصل شویم؛ همان الگویی که حاوی خاطره، فکر، ایده یا تصویری است که به دنبالش هستیم.

بر اساس تئوری، اطلاعات ذخیره شده در حافظه بلندمدت، حتی در افرادی با توانایی مغزی متوسط، هیچ گاه از دست نمی رود. پس چه طور می شود که اغلب آن چه را گوش داده ایم، فراموش می کنیم؟ پاسخ را باید در الگوها جست وجو کرد. وقتی به اطلاعاتی از حافظه بلندمدت نیاز داریم، سراغ الگو می رویم. الگو، اطلاعات مورد نیاز ما را با استفاده از نشانه های محرک (مثل کلمه ها، تصاویر و حتی مزه ها و بوها)، نگهداری می کند. اگر نشانه ی محرکی که دریافت کرده ایم، اطلاعات کافی برای دسترسی به الگوی مربوطه را به ما ندهد، نمی توانیم اطلاعات مورد نظر را در حافظه بلندمدت پیدا کنیم و آن اطلاعات را به یاد بیاوریم [مثلاً شرایطی را در نظر بگیرید که فردی را می بینید که به نظرتان آشنا می آید. در این مورد، شما این فرد را تشخیص داده اید (یک نشانه ی محرک تصویری) ولی این محرک، اطلاعات کافی برای شناسایی فرد را به شما نمی دهد) اگر شما صدای فرد را بشنوید و یا او ملاقات قبلی را به یادتان بیاورد، شاید اطلاعات شما برای فعال سازی الگوی مربوطه کامل شود و آنگاه بتوانید جزئیات دیگری را درباره ی او به یاد آورید.

حافظه‌ی بلندمدت نقشی کلیدی در فرآیند گوش کردن ایفا می‌کند. وقتی صداها را دریافت می‌کنیم، حافظه‌ی فعال، بر مبنای الگوهایی که در حافظه‌ی بلندمدت داریم برای فهم صداها به دنبال الگوهایی می‌گردد. بنابراین، توانایی ما در استفاده از زبان، تشخیص مفاهیم و تفسیر معانی به الگویی که در طول عمرمان انباشته‌ایم، بستگی دارد. اگر با اطلاعات تازه‌ای مواجه شویم که به الگوهای موجود مربوط نباشد، حافظه‌ی فعال به حافظه‌ی بلندمدت دستور می‌دهد که الگوی جدیدی برای نگهداری این اطلاعات بسازد. در شکل شماره‌ی ۱، فلش‌ها نشان دهنده‌ی این ارتباط بین الگو و حافظه‌ی فعال هستند.

اهمیت گوش کردن در زندگی ما

بر اساس آنچه تا این لحظه از گوش کردن می‌دانیم، واضح است که داشتن این مهارت برای ارتباط مؤثر ضروری است. یک پژوهش کلاسیک در مورد گوش کردن نشان داده است که آمریکایی‌ها بیش از ۴۰ درصد از وقت خود را صرف گوش کردن می‌کنند (Rankin، ۱۹۲۶). فعالان عرصه کسب و کار - اعم از مدیران و کارمندان - حدود ۳۳ درصد از وقت خود را صرف گوش کردن، ۲۶ درصد را صرف حرف زدن، ۲۳ درصد را صرف نوشتن و حدود ۱۹ درصد را صرف خواندن می‌کنند (Weinrauch & Swanda، ۱۹۷۵). وقتی وارنر در سال ۱۹۷۵ فعالیت‌های ارتباطی دانش‌آموزان دبیرستان و کالج، خانه‌داران و کارمندان شغل‌های مختلف را بررسی کرد، به این نتیجه رسید که آن‌ها ۵۵ درصد از زمان خود را به گوش کردن، ۱۳ درصد را به خواندن و ۸ درصد را به نوشتن می‌پردازند.

شکل ۲ زمانی را که دانشجویان کالج در هر روز صرف فعالیت‌های مختلف ارتباطی می‌کنند، نشان می‌دهد. بر اساس این مطالعات، شما احتمالاً بیش از نیمی از وقت خود را (۵۳ درصد) برای گوش کردن به رسانه‌های گروهی و یا افراد دیگر صرف می‌کنید.

فعالیت کلاسی

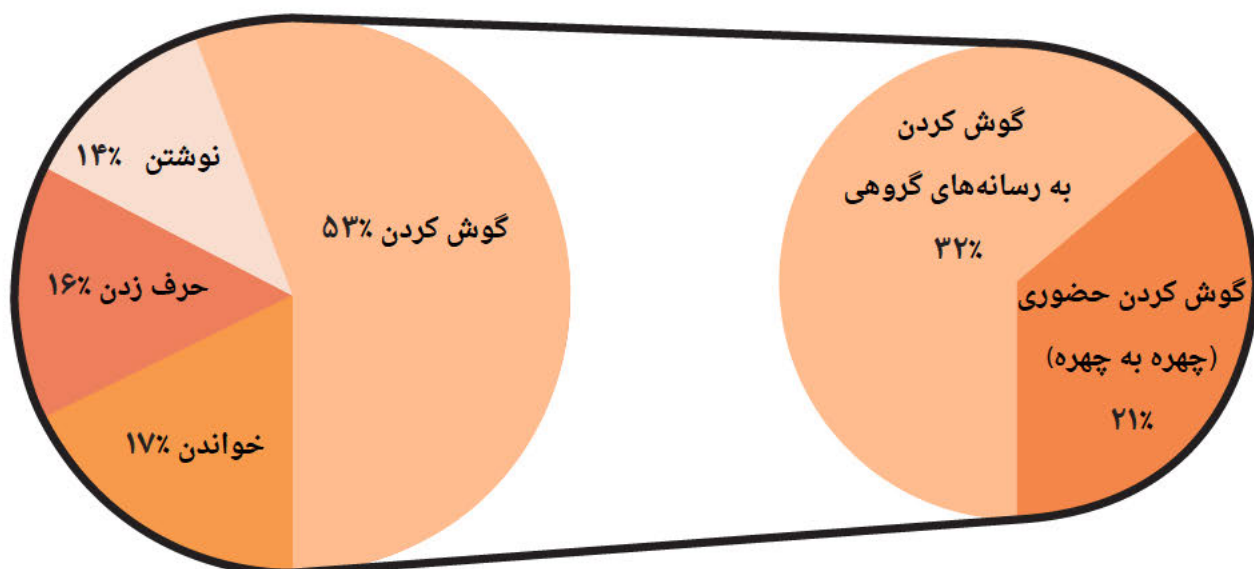
سریالی مانند «دوستان» یا «فریزر» را تماشا کنید. از دانشجویان بخواهید مثال‌هایی از بازخورد مثبت و منفی را در این سریال شناسایی کنند. بازخوردهای داده شده، چه طور بر ارتباطات موجود در داستان اثر می‌گذارد؟

امتحان کن



یک دفترچه‌ی ارتباط درست کنید و طی یک هفته در آن نوع فعالیت‌های ارتباطی خود به هنگام صرف ناهار (مانند حرف زدن، خواندن، گوش کردن به یکی از افراد حاضر یا گوش کردن به رسانه‌های گروهی) را ثبت کنید. در پایان هفته، مقدار زمانی را که به هر کدام از این فعالیت‌ها اختصاص داده‌اید محاسبه کنید [نتایجی که به دست آوردید، چه قدر با آمار گزارش شده در شکل ۲ متفاوت است؟]

اهمیت گوش کردن زمانی معلوم می‌شود که کاربرد گوش کردن را در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود در نظر بگیریم. گوش کردن به ما کمک می‌کند روابط خود را شکل دهیم، آن‌ها را حفظ کنیم و در صورتی که طرف دیگر مکالمه قصد فریب ما را دارد، آن را تشخیص بدهیم (di Batista، ۱۹۹۷). گوش کردن برای موفقیت در تجارت و کسب و کار هم یک مهارت کلیدی شناخته می‌شود (Haigh، ۲۰۰۶). گوش کردن مؤثر ما را در بهبود روابط در محل کار و رسیدن به تولید بیشتر توانمند می‌کند (Nichols، ۲۰۰۶). گوش کردن و داشتن ارتباطات موفق در حوزه‌های فنی‌تر مانند پزشکی هم به هم وابسته‌اند. برای نمونه، تقویت مهارت گوش کردن در پزشکان، موجب کاهش گزارش‌های مربوط به خطا در معالجه از جانب بیماران شده است (Lenckus، ۲۰۰۵).



شکل ۲

گوش کردن در چهار دسته‌ی اصلی طبقه‌بندی می‌شود.
گوش کردن فعال، گوش کردن همدلانه، گوش کردن انتقادی و گوش کردن لذت‌بخش.

گوش کردن فعال (Active Listening) یعنی «گوش کردن با هدفی مشخص» (Barker، ۱۹۷۱). گوش کردن فعال شامل مراحل زیر است.

(۱) گوش کردن دقیق با استفاده از همه‌ی حواس موجود، (۲) خلاصه کردن ذهنی و کلامی آنچه شنیده شده است (۳) بررسی فهم خود از پیام، برای اطمینان از دقت فرآیند (۴) ارائه‌ی بازخورد. بازخورد شامل پاسخ‌های کلامی و غیرکلامی شنونده به گوینده و پیام او است. وقتی بازخورد مثبت است که پیام گوینده مورد تأیید شنونده باشد، و زمانی منفی است که شنونده پیام را تأیید نکند. گوش کردن فعال، یک مهارت ارتباطی است که به دلیل کاربرد و اهمیت آن در مکالمه‌ها، بحث‌های گروهی کوچک و جلسه‌های پرسش و پاسخ در سخنرانی‌ها یادگیری آن ارزشمند است.

گوش کردن همدلانه (Empathic Listening) نوعی از گوش کردن فعال است که در جریان آن فرد تلاش می‌کند طرف مقابل را درک کند. برای گوش کردن همدلانه باید از دو مهارت «ذهن‌آگاهی» و «همدلی» استفاده کرد. ذهن‌آگاهی به معنی «بودن و حضور کامل در لحظه» (Wood، ۲۰۰۲) است و همدلی به معنای توانایی درک نگرش دیگری به جهان است، آن‌طور که گویی نگرش خود ما است.

در جریان **گوش کردن انتقادی**، پیام گوینده را بر اساس دقت، معناداری و سودمندی آن به چالش می‌کشیم. گوش کردن انتقادی و تفکر انتقادی، به هم نزدیک و وابسته‌اند. بدون داشتن تفکر انتقادی، نمی‌توان منتقدانه گوش کرد. مهارت‌های گوش کردن انتقادی بسیار مهم هستند، چون ما به‌طور مداوم با تبلیغات تلویزیونی، تماس‌های تبلیغاتی و پیام‌های متنوع دیگری که قصد قانع کردن ما را دارند مواجهیم. در ادامه این فصل، به بحث درباره‌ی راهکارهایی برای گوش کردن و فکر کردن انتقادی خواهیم پرداخت.

گوش کردن لذت‌بخش به موقعیت‌هایی مربوط است که استراحت، تفریح یا اطلاعات محرک احساسات را شامل می‌شوند. زمان‌هایی که به گروه موسیقی یا سریال مورد علاقه‌تان گوش می‌دهید، یا داستانی را برای دوستی تعریف می‌کنید، به این دلیل به گوش کردن ادامه می‌دهید که از آن لذت می‌برید. گوش کردن به موسیقی لذت‌بخش، علاوه بر نقشی که در تمدد اعصاب دارد ممکن است باعث کاهش درد در مراجعان بیمارستان باشد (A dose of music may ease the pain ، ۲۰۰۰).

شما احتمالاً با این حرف که «گوش کردن مهم است» موافقید. ولی شاید آن طور که باید، برای گوش کردن مؤثر آماده نباشید. طبق پژوهشی که یک مؤسسه‌ی آموزش و توسعه انجام داده است، ۸۰ درصد مدیران شرکت‌کننده در پرسشنامه، گوش کردن را به عنوان کلیدی‌ترین مهارت مورد نیاز در نیروی کار عنوان کردند. متأسفانه حدود ۳۰ درصد از همین مدیران معتقدند که مهارت گوش کردن، ضعیف‌ترین مهارت میان کارمندان‌شان است (Salopek، ۱۹۹۹). پیش از این و در بخش مربوط به رابطه‌ی گوش کردن و فکر کردن، به بعضی از موانع طبیعی گوش کردن پرداختیم. در این بخش، موانعی را که خودمان در فرآیند گوش کردن ایجاد می‌کنیم، توضیح خواهیم داد.

در جدول شماره‌ی یک به موانع بالقوه در مسیر گوش کردن شامل پارازیت‌ها، پیش‌فرض‌های ما از دیگران و رفتار خود ما اشاره شده است.

تکلیف نوشتاری

دانشجویان باید نوشته‌ی کوتاهی درباره راهکارهای مختلف غلبه بر موانع گوش کردن مؤثر بنویسند. آن‌ها باید نوشته‌هایشان را به صورت گروهی بخوانند و درباره آن‌ها بحث کنند.



گوش کردن لذت‌بخش، راه ساده‌ای برای تمدد اعصاب و استراحت است.

نوع مانع	توضیح و مثال
پارازیت	
اختلال فیزیکی (Physical)	همه‌ی محرک‌های محیطی که مانع تمرکز شما بر پیام می‌شوند.
اختلال ذهنی (Mental)	خیال‌پردازی‌ها و فکرهای پراکنده در شرایطی که ذهن باید روی چیزی متمرکز باشد. مثال: فکر کردن به ملاقات ناهار با دوست‌تان، حین گوش دادن به معلم
اختلال واقعی (Factual)	تمرکز بیش از اندازه بر جزئیات که باعث می‌شود نکته‌ی اصلی را از دست بدهیم. مثال: گوش کردن به همه‌ی جزئیات یک مکالمه و فراموش کردن ایده‌ی اصلی بحث
اختلال معنایی (Semantic)	پاسخ‌گویی ناخودآگاه و بیش از اندازه به یک کلمه یا مفهوم آمیخته با احساسات. مثال: گوش نکردن به معلم وقتی به تئوری مارکسیست اشاره می‌کند
پیش‌فرض‌های ما از دیگران	
جایگاه اجتماعی	توجه نشان دادن بر پایه‌ی مرتبه، جایگاه و ارزش اجتماعی دیگری مثال: گوش نکردن به یک دانشجوی تازه وارد در یک فعالیت گروهی
کلیشه‌ها	رفتار با افراد و قضاوت آن‌ها بر اساس شباهت‌شان به یک گروه خاص مثال: تصور اینکه همه‌ی سالمندان نظرات مشابهی دارند
قیافه‌ها و صداها	تأثیر کیفیت صدا یا ظاهر افراد بر فرآیند گوش کردن مثال: گوش نکردن به کسی که صدای جیغی دارد

نوع مانع	توضیح و مثال
رفتار خودمان	
خودمحوری	تمرکز بیش از اندازه بر خود، یا دیدن خود به عنوان دغدغه‌ی محوری در همه‌ی مکالمه‌ها. مثال: ربط دادن مکالمه‌ها به مشکلات شخصی خود
حالت تدافعی	رفتاری از روی حس خطر داشتن و حس اینکه باید از آن چه گفته‌اید یا انجام داده‌اید دفاع کنید. مثال: تصور اینکه نظرات دیگران، نقد پنهان گفته یا رفتار شما است
برتر دیدن تجربه‌ی خود	از بالا نگاه کردن به دیگران طوری که گویی تجربه‌ی زیسته‌ی آن‌ها به اندازه و به خوبی تجربه‌ی شما از زندگی نیست. مثال: گوش نکردن به افراد کم تجربه
تعصب‌های شخصی	تداخل پیش‌فرض‌ها و باورهای شخصی با قابلیت فهم و تفسیر درست اطلاعات مثال: فرض اینکه انسان‌ها عموماً راستگو و (درستکار هستند) و یا فریبکار و دروغگو
شبه گوش کردن	تظاهر به گوش کردن در حالی که ذهن و توجه شما جای دیگری است. مثال: خیال‌پردازی در حالی که استاد در حال درس دادن است.

ادامه‌ی جدول ۱۵۱ موانع گوش کردن

امتحان کن



چه نشانه‌ها و یا مفاهیمی در کلام یا رفتار باعث می‌شود که حواس شما پرت شود و گوش کردن به طرف مقابل را متوقف کنید؟ کدام کلمه‌ها جزو واژه‌های خط قرمز شما هستند که مانع گوش کردن شما می‌شوند؟

تفاوت‌های جنسیتی در گوش کردن

تا به حال تجربه‌ی مکالمه با فردی از جنس مخالف را داشته‌اید که بعد از آن حس کنید مخاطب به حرف شما خوب گوش نکرده است؟ اگر این‌طور بوده، شما تنها نیستید. دبورا تین [۳]، استاد زبان‌شناسی و نویسنده کتاب «زنان و مردان در گفت‌وگو» [۴] معتقد است که مردان و زنان سبک‌های ارتباطی بسیار متفاوتی دارند. این سبک‌های متمایز روی بسیاری چیزهای دیگر مانند لحن صدا و چگونگی گوش کردن آن‌ها اثر می‌گذارد. به عنوان مثال، تین می‌گوید که مردان هنگام برقراری ارتباط، بیشتر نگاه ابزاری دارند و ارتباط را وسیله‌ای برای انجام یک کار یا وظیفه می‌بینند؛ در حالی که زنان بیشتر بر رابطه‌ای که برقرار می‌کنند متمرکز هستند (۲۰۰۱). اگرچه شباهت‌های بسیاری بین زنان و مردان وجود دارد، جدول شماره‌ی ۲ تفاوت‌های رایج میان زنان و مردان در زمینه‌ی گوش کردن را شامل می‌شود. [۵]

امتحان کن



دفعه‌ی بعد که با یک غریبه تعامل می‌کنید، به برداشت کلی خود از راستگو یا فریبکار بودن طرف مقابل توجه کنید. چه رفتارها یا احساساتی شما را به این نتیجه رسانده است؟

مردان	زنان	
گوش کردن با هدف حل مشکلات و اقدام کردن	گوش کردن با هدف فهمیدن احساسات طرف مقابل و یافتن علایق مشترک	هدف گوش کردن
علاقه به ارتباط کوتاه، دقیق، غیرمبهم و بدون خطا	علاقه به اطلاعات پیچیده که به ارزیابی دقیق و محتاطانه نیاز دارد	ترجیحات در گوش کردن
اغلب ناتوانی در تشخیص اینکه طرف مقابل چه قدر متوجه شده ^۱ نشده است	کاملاً حساس نسبت به فهم و درک طرف مقابل و توانا در درک اینکه چه قدر خوب متوجه شده ^۱ نشده است	آگاهی در گوش کردن
توجه کمتر به طرف مقابل و استفاده از نگاه‌های گذرا برای دیدن واکنش‌های او؛ استفاده از ارتباط چشمی برای تشخیص علاقه مخاطب	تلاش برای نشان دادن توجه و داشتن تماس چشمی با طرف مقابل	رفتارهای غیرکلامی در گوش کردن
ایجاد وقفه با تناوب بیشتر که اغلب برای تغییر موضوع است	ایجاد وقفه با تناوب کمتر که اغلب برای نشان دادن موافقت و حمایت است	رفتارهای وقفه‌انداز

جدول ۲-۵

تفاوت‌های گوش کردن میان زنان و مردان

نکته‌ای برای تدریس

نتایج تحقیقاتی که در این جدول ارائه شده است، به میانگین مردان و زنان مربوط است. این نکته را به دانشجویان هم یادآور شوید که پژوهش‌های اجتماعی-علمی با مقایسه میانگین گروه‌هایی از انسان‌ها انجام می‌شوند و نتایج به دست آمده از آن‌ها، لزوماً در تک تک اعضای یک گروه صادق نیست.

چه طور می توانم شنوندهی بهتری شوم؟

تا اینجا، در کنار تأکید بر اهمیت گوش کردن، موانع طبیعی و خود-آموخته برای گوش کردن مؤثر را برشمرده ایم. با داشتن این دانسته ها، شاید فکر کنید هیچ امیدی به اینکه شنوندهی بهتری شوید، نیست. اگرچه موانع بالقوه بسیاری در راه شنیدن مؤثر وجود دارد، خوشبختانه هر کدام از ما می توانیم برای غلبه بر این موانع قدم هایی برداریم. در این قسمت به راهکارهایی برای بهبود مهارت گوش کردن می پردازیم؛ راهکارهایی مانند گوش کردن انتقادی و استفاده از ارتباط کلامی و غیرکلامی مؤثر.

منتقدانه گوش کن، منتقدانه فکر کن!

مفاهیم گوش کردن انتقادی و تفکر انتقادی به هم وابسته و تفکیکناپذیر هستند؛ بدون فکر کردن انتقادی نمی توان منتقدانه گوش کرد. پیش از این گفتیم که گوش کردن انتقادی یکی از انواع گوش کردن فعال است که در آن پیام گوینده را بر اساس دقت، معناداری و سودمندی آن به دقت تحلیل می کنیم. به همین ترتیب، **تفکر انتقادی** شامل تحلیل گوینده، افکار او و موقعیت ارتباطی برای رسیدن به قضاوتی انتقادی درباره ی پیام است. اگرچه ما در بحث مان تنها به تفکر انتقادی در ارتباط با گوش کردن انتقادی می پردازیم، ولی تفکر انتقادی هنگام خواندن، تماشای تلویزیون یا تحلیل مواد تشکیل دهنده ی یک غذای خوشمزه هم کاربرد دارد.

یکی از راه های تفکر انتقادی، تحلیل موقعیت ارتباطی (بستری که ارتباط در آن رخ می دهد) است. یکی از دانشجویان ما اخیراً در یک مصاحبه ی شغلی شرکت کرد که به مهارت های عالی در زمینه ی صحبت در جمع نیاز داشت. او به عنوان دانشجوی رشته ی ارتباطات نسبت به چشم انداز این شغل هیجان زده بود. هنگام مصاحبه، او توسط ۵۰ نفر از متقاضیان دیگر احاطه شد و در جریان اولین ارائه ی خود فهمید که این شرکت محصولات طبیعی مانند آب تصفیه شده، خمیردندان طبیعی و دستمال مرطوب بدون مواد شیمیایی برای بچه ها می فروشد. او با استفاده از تفکر و گوش کردن انتقادی خیلی سریع فهمید که این شرکت در واقع نوعی ساختار هرمی دارد و این مصاحبه تلاشی برای جذب او به این ساختار، خرید عمده این محصول و بازاریابی برای آن از میان دوستان و خانواده خود بوده است. مسلماً افرادی که محصولات را به او ارائه می کردند در کار خود ماهر بودند، ولی قدرت او در تحلیل موقعیت به او کمک کرد تا بفهمد این شغل برای او مناسب نیست.



تفکر انتقادی (Critical Thinking)

تحلیل گوینده، افکار او و موقعیت ارتباطی برای رسیدن به قضاوتی انتقادی درباره پیام منتقل شده.

راهکار دوم برای گوش کردن و فکر کردن انتقادی این است که ایده‌ها و افکار گوینده را خیلی دقیق تحلیل کنیم. جدول شماره‌ی ۳ شامل مهارت‌های عمومی مورد نیاز برای تقویت توانایی تحلیل ایده‌ها است. همان‌طور که می‌بینید، مهارت اول مربوط به شناسایی و ارزیابی نحوه استفاده فرد از منابع پشتیبان است. هنگام تحلیل پیام، خوب است بسنجیم که گوینده چه قدر از منابع دیگر برای پشتیبانی ایده‌های اصلی‌اش، استفاده می‌کند. آیا گوینده، منبع (منابع) صحبت‌هایش را مشخص می‌کند؟ آیا منابعی که استفاده می‌کند، منابع تخصصی و با کیفیت در این حوزه است؟ آیا این منابع تعصب و سوگیری خاصی دارند که اعتبار آن‌ها را خدشه‌دار کند؟ به نظر ما، با توجه به حجم استفاده‌ی گویندگان از منابع اینترنتی، پرسیدن این نوع پرسش‌ها برای گوش کردن انتقادی مؤثر ضروری است. ما به‌طور تجربی دریافته‌ایم که بسیاری از منابع اینترنتی نه تنها کیفیت پایینی دارند، بلکه بعضی از آن‌ها از روی عمد، اطلاعات انحرافی را منتشر می‌کنند.

سومین قدم، تشخیص اول-شخص یا سوم-شخص بودن پیام است؛ آیا گوینده آنچه را که خود به چشم دیده، توصیف می‌کند و نتایجی را که خود به آن‌ها رسیده، ارائه می‌دهد یا توصیف‌ها و نتایج دیگران را گزارش می‌کند؟ تمایز بین این دو مفهوم، یعنی بین مشاهده‌ها و استنتاج‌های اول-شخص و سوم-شخص، با انجام مراحل زیر شفاف‌تر می‌شود.

تکلیف در منزل

از دانشجویان بخواهید داستان‌هایی بحث‌برانگیز از روزنامه‌ها جمع‌آوری کنند. از آن‌ها بخواهید چند داستان را انتخاب کنند و متنی در تحلیل و ارزیابی راهکارهای نویسنده برای تضمین دقت و صحت متن بنویسند. چه طور می‌توان این فرآیند را در موقعیت‌های گوش کردن انتقادی هم به کار بست؟

توضیح	راهکار
فرآیندی را که طی آن گوینده اطلاعات یا دانش خود را کسب کرده (شامل بخش‌های محتوایی پیام) ارزیابی کنید.	تشخیص منابع پشتیبان
فرآیند استنتاج را تحلیل کنید؛ استفاده فرد را از دلایل شخصی، منطقی و احساسی در نکات کلیدی صحبت‌هایش را تحلیل و ارزیابی کنید	ارزیابی استنتاج‌ها

جدول ۳-۵

تحلیل ایده‌ها و افکار گوینده

۱- **بین مشاهدات و استنتاج‌ها تمایز قائل شوید:** مشاهدات، توصیف پدیده‌ی مورد بررسی هستند و می‌توان آن‌ها را حس کرد. یعنی قابل دیدن، شنیدن، چشیدن، بو کردن یا لمس کردن هستند. استنتاج‌ها تعمیم اطلاعاتی است که از طریق حواس ما دریافت شده است. شما می‌توانید تعداد افراد بی‌خانمانی را که در محله‌ی شما زندگی می‌کنند، مشاهده کنید. بر اساس این مشاهده، ممکن است استنتاج کنید که محله‌ی شما به اندازه‌ی کافی مسکن مقرون به صرفه ندارد. مشاهدات در قیاس با استنتاج‌ها راحت‌تر مورد توافق قرار می‌گیرند. به این معنا که مشاهده‌کنندگان راحت‌تر بر سر آنچه مشاهده کرده‌اند به توافق می‌رسند. استنتاج‌ها اغلب بین افراد مختلف بسیار متفاوت هستند (Brooks & Heath, ۱۹۸۹).

۲- بین مشاهدات اول-شخص و دوم-شخص تمایز قائل شوید:

مشاهده اول-شخص (First-Person Observation) بر چیزی استوار است که ما شخصاً آن را حس کرده ایم؛ مشاهده دوم-شخص (Second-Person Observation) گزارشی است از آن چه فرد دیگری مشاهده کرده است. عموماً مشاهدات اول-شخص دقیق‌تر هستند، چون گزارشی مستقیم از مشاهده‌اند؛ نه گزارشی بر مبنای استنتاج دیگران.

آخرین مهارت در گوش کردن انتقادی، تحلیل اعتبار گوینده است. بررسی اعتبار منبع یعنی اینکه گوینده تا چه اندازه در حوزه‌ای که صحبت می‌کند، صاحب‌نظر است و شایستگی اظهار نظر دارد. اگر درباره‌ی فرآیندهای لازم برای یک ترم تحصیل در اروپا اطلاعات لازم داشته باشید، چه کسی بهترین اطلاعات را به شما می‌دهد؟

به کدام یک از این افراد برای پاسخ به این سؤال اعتماد می‌کنید؟ هم اتاقی‌تان که در برنامه‌ی ورودی‌های جدید درباره‌ی برنامه‌های مبادله دانشجوی با خارج شنیده است، استاد راهنما که چند سال قبل یک دانشجوی خارجی داشته است، یا مسئول برنامه‌های بین‌المللی دانشگاه؟ اگر ماشین شما خراب شود، به راهنمایی همسایه‌تان گوش می‌کنید یا مشاوره‌ی یک مکانیک ماشین؟ واضح است که کدام گزینه در این مثال‌ها انتخاب می‌شود. در ارزیابی اعتبار یک گوینده، باید بسنجید که آیا گوینده شایستگی و تجربه‌ی کافی در این حوزه دارد؟ آیا گوینده تعصب‌ها و انگیزه‌های درونی خاصی دارد که او را به سمت قضاوتی خاص در این حوزه سوق می‌دهد؟

همان‌طور که می‌بینید، شنوندگان منتقد باید جنبه‌های مختلفی از موقعیت ارتباطی، پیام گوینده و حتی اعتبار گوینده را بسنجند. تفکر انتقادی و گوش کردن انتقادی مهارت‌هایی هستند که با تمرین عملی تقویت می‌شوند. دفعه‌ی بعدی که به ارائه اطلاعات توسط همکلاسی‌تان، سخنرانی استادتان در مورد یک مفهوم یا بحث دوستی درباره‌ی گزینه‌های وقت‌گذرانی عصرگاهی گوش می‌کنید، فرصت بسیار خوبی برای تمرین تفکر و گوش کردن انتقادی دارید. این مهارت‌ها همانند هر مهارت دیگری با ممارست و پشتکار به صورت خودکار عمل خواهند کرد.



ساختن مهارت

شما به عنوان یک دانشجوی دانشگاه، فرصت‌های بسیاری برای تمرین مهارت گوش کردن مؤثر دارید. یکی از کلاس‌هایتان را که در آن استاد بخشی را به سخنرانی اختصاص می‌دهد، انتخاب کنید. در طول سخنرانی، از نکات مهم و نکات پشتیبان برای تقویت نکات اصلی (مانند مثال‌هایی که ارائه می‌شود)، یادداشت‌برداری کنید. آیا بعضی نکات اصلی وجود داشتند که هیچ پشتیبانی برای آن‌ها ارائه نشد؟ در این شرایط، از استاد خود بخواهید که مثالی برای فهم بهتر مطلب برای شما ارائه کند.

ممکن است مفهوم مؤلفه‌های کلامی گوش کردن برای شما ناآشنا باشد. شاید این طور استدلال کنید که اگر کسی غرق در گوش کردن باشد، نمی‌تواند هم‌زمان از کلام هم استفاده کند. با این حال، در ارتباط تراکُنشی (رفت و برگشتی) فرض بر این است که شما هم‌زمان فرستنده و گیرنده هستید. به عبارت دیگر، شما می‌توانید حتی وقتی عمیقاً در حال گوش کردن هستید، پاسخ‌های کلامی تولید کنید. برای ارزیابی توانایی فعلی‌تان در این زمینه مهارت‌های زیر را در نظر بگیرید.

۱- اطلاعات بیشتر بخواهید. به گوینده پیشنهاد دهید که جزئیات بیشتر یا اطلاعات تکمیلی به گفته‌هایش اضافه کند. عبارت‌هایی مانند «ادامه بده»، «دیگه چی؟»، «چه احساسی درباره‌اش داشتی؟» و «آیا اتفاق دیگری هم افتاد؟» گوینده را تشویق می‌کند که به اشتراک‌گذاری ایده‌ها و اطلاعاتش ادامه بدهد.

۲- سؤال پیرسید. یکی از راه‌های دعوت گوینده به ادامه صحبت این است که سؤال‌های مستقیم پیرسید و با این سؤال‌ها جزئیات عمیق‌تر بخواهید و از گوینده درخواست کنید آنچه گفته را تعریف کند و وضوح بخشد.

۳- مواردی را که با گوینده موافقید یا تجربه مشترک و مشابهی دارید، برجسته کنید. اظهار نظر گوینده را به طور خلاصه به تجربه‌ی مشابهی از خودتان ربط دهید، دیدگاه مشابه خود را به اختصار توضیح دهید. مبنای ارتباط، به اشتراک گذاشتن ایده‌ها، طرز فکرها، ارزش‌ها و باورها است. علاوه بر این، چنین توضیحاتی، فهم و درک شما از مطلب را نشان می‌دهد.

۴- پاسخ‌های کلامی‌تان را تنوع ببخشید. از پاسخ‌های متنوعی مانند «بله»، «همین طور است»، «ادامه بده» و «درست است» استفاده کنید. تنها به یک پاسخ استاندارد مانند «بله»، «بله»، «بله» اکتفا نکنید.

۵- پاسخ‌های کلامی واضح بدهید. از کلمه‌ها و عبارت‌های قابل فهم و مشخص در بازخوردهایتان به گوینده استفاده کنید. اگر از پاسخ‌های قابل فهم استفاده نکنید، سوء تفاهم به راحتی رخ خواهد داد.

۶- واکنش‌های حاکی از ارزیابی صحبت‌های طرف مقابل نشان ندهید، به جای آن از پاسخ‌های توصیفی استفاده کنید. بهتر است بگویید «آماری که شما ارائه کردید به سازمانی مربوط است که نسبت به کنترل سلاح پیش‌فرض‌هایی دارد» (توصیفی) در مقایسه با اینکه بگویید «صحبت شما مجموعه‌ای از دروغ بود» (ارزیابانه). بی‌توجهی به آنچه گوینده بیان می‌کند، یا مسخره کردن حرف‌های او نشان دهنده ارزیابی منفی از گوینده است. همچنین، این اظهارات تحقیرکننده، آزاردهنده و توهین‌آمیز هستند. نگاه از بالا به پایین به گوینده و اظهار اینکه بهتر از او می‌فهمید، لحن ارزیابانه را به همراه دارد.

۷- عبارت‌های تأییدکننده و مثبت به کار ببرید. نظراتی مانند «بله»، «متوجه‌ام»، «می‌فهمم» و «می‌دانم» حس تأیید به فرد منتقل می‌کنند. تحسین و به کار بردن عبارت‌های مثبت، نشان‌دهنده توجه و علاقه به گوینده است.

۸- از سکوت کامل اجتناب کنید. ندادن هیچ گونه پاسخی به گوینده حس گوش ندادن را منتقل می‌کند. سکوت ناشی از خواب‌آلودگی یا بی‌علاقگی، ممکن است حالت تدافعی یا عصبانیت در گوینده ایجاد کند. بازخورد کلامی مناسب نشان‌دهنده گوش کردن فعالانه‌ی شما است.

۹- به طرف مقابل فرصت دهید که کامل شنیده شود. وقتی شما درباره‌ی تجربه‌ها و یا احساسات مشترک‌تان حرف می‌زنید، بر مکالمه چیره نشوید و آن را در دست نگیرید. بگذارید طرف مقابل به سراغ جزئیات و عمق موضوع برود. به او اجازه بدهید در صورت تمایل، موضوع مورد بحث را تغییر دهد و بدون اینکه صحبتش قطع شود، حرفش را بگوید.

تکلیف نوشتاری

از دانشجویان بخواهید یک سرمقاله از یک روزنامه پیدا کنند. آن‌ها باید یک نوشته کوتاه بنویسند و در آن استدلال‌های ارائه شده در سرمقاله را تحلیل و بررسی کنند. چه نوع دلایلی بیش از همه استفاده شده بود؟

اگرچه سعی می‌کنید گوش کردن فعال خود را از راه کلام منتقل کنید، ولی مهارت گوش کردن فعال بیشتر از طریق ارتباط غیرکلامی نشان داده می‌شود. مهارت‌های غیرکلامی زیر، بر توانایی شما در نشان دادن گوش کردن فعال اثر می‌گذارند. وقتی به کسی گوش می‌دهید، از دوستی بخواهید که شما را مشاهده کند و در مورد به کار بستن این مهارت‌ها به شما بازخورد بدهد.

۱- توجه کردن را با فرم بدن تان نشان بدهید. از حرکت و فرم بدن خود برای نشان دادن توجه تان به پیام گوینده استفاده کنید. تکان دادن سر وقتی چیزی غیرقابل باور است، بررسی ابعاد یک شیء با نشان دادن اندازه‌اش با دستان تان و متمایل شدن به سمت فردی که اطلاعاتی منفی را افشا می‌کند، از جمله پاسخ‌های بدنی مناسب هستند.

۲- به سمت جلو خم شوید. با خم شدن به سمت گوینده، علاقه‌مندی خود به صحبت‌های او را نشان می‌دهید. خم شدن رو به جلو، نشان‌دهنده توجه و علاقه است. علاوه بر این، خم شدن شما را در حالت فیزیکی مناسب تری برای گوش کردن به گوینده قرار می‌دهد.

۳- روبه‌روی گوینده بنشینید. نسبت به گوینده، زاویه‌دار ننشینید؛ طوری بنشینید یا بایستید که به طور مستقیم روبه‌روی او قرار بگیرید. قرار گرفتن در جایگاهی موازی با گوینده، بهترین امکان را برای مشاهده و گوش کردن به پیام‌های کلامی و غیرکلامی او فراهم می‌کند. وقتی نسبت به گوینده کج و زاویه‌دار قرار می‌گیرید، ممکن است گوینده احساس کند می‌خواهید گفت‌وگو را ترک کنید و به ادامه آن تمایل ندارید. همچنین در این نوع نشستن یا ایستادن، امکان بیشتری برای حواس‌پرتی ناشی از محرک‌های محیطی وجود دارد.

۴- بدن تان را در وضعیت آرام و در عین حال هشیار قرار دهید. حالت بدنی شما نباید منقبض و سفت یا دارای «حالت خاصی» باشد؛ در عین حال نباید آن‌قدر راحت باشد که به نظر برسد در حال استراحت و تجدید قوا هستید. زیادی شل و خمیده بودن، نشانه بی‌توجهی است؛ حالت بدنی سفت و منقبض نشان‌دهنده اضطراب و راحت نبودن است؛ و حالت بدنی آرام و دست به سینه نشستن و انداختن پاها روی هم، تکیه دادن به عقب صندلی و حالت مطمئن در چهره، تکبر و غرور را می‌رساند. حالت بدنی شما باید به دیگران نشان بدهد که به صحبت با آن‌ها علاقه دارید و راحت و آرام هستید.

۵- بدن‌تان را در وضعیت گشوده نسبت به طرف مقابل قرار دهید. جوری بنشینید یا بایستید که بدن‌تان نسبت به گوینده گشوده و باز باشد. شاید دست به سینه نشستن و انداختن پاها روی هم راحت‌تر باشد، اما در بیشتر موارد بسته بودن روانی و فیزیکی فرد را نشان می‌دهد. برای اینکه پیام غیرکلامی گشوده بودن را به طرف مقابل منتقل کنید، باید بدون دست به سینه شدن یا انداختن پاها روی هم، بنشینید یا بایستید.

۶- از حالت‌های چهره و حرکات سر طوری استفاده کنید که نشان‌دهنده‌ی توجه مثبت شما باشند. تمرکز اصلی گوینده بر سر و چهره شما خواهد بود. گوینده شما را زیر نظر خواهد داشت و حالات چهره و حرکات سر شما کلیدی خواهند بود. شما می‌توانید علاقه‌مندی خود را با تکان دادن سر به نشانه تأیید گوینده نشان بدهید. می‌توانید با حالت‌های چهره مانند لبخند زدن یا بالا بردن ابروها توجه مثبت خود را نشان بدهید.

۷- تماس چشمی مستقیم برقرار کنید.

گوینده برای فهمیدن میزان علاقه‌ی شما به گفته‌هایش، به چشم‌های شما نگاه خواهد کرد. یکی از اولین نشانه‌های بی‌علاقگی، میزان حواس پرتی شما بر اثر محرک‌های محیطی است. برای مثال، استادی که به‌طور مداوم به درِ اتاقش نگاه می‌کند، هم اتاقی‌ای که یواشکی برنامه‌ی تلویزیونی در حال پخش را نگاه می‌کند یا مدیری که پیوسته به ساعتش نگاه می‌کند اگرچه به ظاهر به طرف مقابل گوش سپرده است، اما با این رفتارها بی‌علاقگی خود را نشان می‌دهند. تلاش کنید که بر گوینده تمرکز و به او نگاه کنید. وقتی که به اطراف نگاه می‌کنید، احتمالاً تعدادی محرک محیطی پیدا می‌کنید که حواس شما را از گوینده و پیامش منحرف کند.

سوال برای بحث

آیا روش استفاده از این مهارت‌های ارتباط غیرکلامی در انواع مختلف گوش کردن فرق می‌کند؟ آیا افراد بعضی از این مهارت‌های ارتباط غیرکلامی را در گوش کردن انتقادی بیش از گوش کردن لذت‌بخش استفاده می‌کنند؟

۸- در فاصله‌ی نزدیک به گوینده قرار بگیرید. حفظ فاصله‌ی نزدیک با گوینده دو فایده دارد. اول اینکه در جایگاهی قرار می‌گیرید که خوب می‌شنوید و سر و صداها، مزاحم، صحنه‌های اطراف و دیگر محرک‌های محیطی، کمتر باعث حواس پرتی می‌شوند. دوم اینکه علاقه و حس‌های مثبت خود را به گوینده منتقل می‌کنید. احتمالاً وقتی کسی را دوست ندارید، تجربه‌ی مشترکی با او ندارید یا او را محترم نمی‌دارید، علاقه‌ای به نزدیک شدن به او، نشستن یا ایستادن در کنار او ندارید. نزدیکی فیزیکی، فضا را برای گوش کردن فعال آماده می‌کند.

۹- توجه و علاقه را در صدای خود نشان بدهید. لحن، سرعت و بلندی صدای خود را به هنگام پاسخ‌گویی به گوینده تغییر دهید. ایجاد تغییرات مناسب در صدا، نشان می‌دهد که شما در حال گوش کردن هستید؛ در مقابل، پاسخ‌گویی با یک الگوی یکنواخت ممکن است این‌طور برداشت شود که شما فقط تظاهر می‌کردید که در حال گوش دادن هستید. تصویر کلیشه‌ای گفت‌وگوی زن و شوهری که پشت میز صبحانه نشسته‌اند، گویای این نکته است. مرد، در حالی که سرش پشت روزنامه مخفی شده است، با یک صدای یکنواخت «بله، بله، بله» می‌گوید؛ در حالی که زن دربارهی پسرشان که سرش را تراشیده است، این که دارد با پستی‌بیرون می‌رود و اینکه خانه‌شان آتش گرفته است حرف می‌زند. این تصویر، نمونه‌ای آشنا از شرایطی است که در آن به گوش کردن تظاهر می‌شود، ولی در واقع به پیام گوینده بی‌توجهی شده است.

۱۰- از آواهای حمایت‌گر استفاده کنید. گاهی با استفاده از اصوات و آوای غیرکلامی مانند «مم...»، «هووم...» و «آها...»، می‌توانید علاقه و توجه بیشتری نشان بدهید (در مقایسه با جمله‌ای مانند «بله، متوجه می‌شوم»). این صداهای حمایت‌گر را می‌توان هم‌زمان با صحبت گوینده یا در هنگام وقفه‌ها استفاده کرد. این آواها به گوینده نشان می‌دهد که در حال گوش کردن هستید، ولی در این لحظه نمی‌خواهید صحبت آن‌ها را با بیان کلام قطع کنید. این آواها گوینده را بدون ایجاد وقفه به ادامه صحبت تشویق می‌کنند.

فهم خود از موضوع صحبت را بررسی کنید!

وقتی به دیگران گوش می‌دهیم، در واقع در نوع خاصی از فرآیند ادراک (که در فصل ۲ این کتاب به آن پرداخته شده است) شرکت می‌کنیم. گوش کردن نوع خاصی از ادراک است، پس باید با بررسی ادراک خود مطمئن شویم که فهم ما با آن چه که گوینده می‌خواهد بگوید تطابق دارد. در زمینه‌ی گوش کردن، به جای اینکه نام این فرآیند را «بررسی ادراک» بگذاریم، آن را «بررسی فهم خود» می‌نامیم. شما با تمرین مهارت‌های زیر، می‌توانید فهم خود را در فرآیند گوش کردن بررسی کنید.

۱- برای وضوح بیشتر، سؤال پرسید. پیش از اینکه بخواهید فهم خود را از پیام گوینده امتحان کنید، مطمئن شوید که به‌طور واضح می‌دانید که او چه گفته است. با پرسیدن پرسش‌هایی برای به دست آوردن اطلاعات بیشتر شروع کنید. برای اطلاعات خاص و واقعی از پرسش‌های بسته (مانند سؤال‌های بله-خیر) و برای اطلاعات کلی‌تر از پرسش‌های باز (مانند سؤال‌هایی که با چه چیز، چه وقت، کجا، چگونه و چرا، شروع می‌شوند) استفاده کنید. وقتی اطلاعات کافی به دست آوردید، می‌توانید از گوینده بخواهید فهم شما را در مقایسه با آن چه او می‌خواسته بگوید، بسنجد.

۲- **پیام گوینده را بازگو کنید.** با استفاده از عبارت‌هایی که با □ من □ شروع می‌شوند، آن چه را که شما فکر می‌کنید گوینده گفته است نقل کنید. از این راه، گوینده می‌تواند تطابق فهم شما را با آن چه خودش می‌خواسته بگوید، بررسی و مشخص کند.

۳- **قصد و نیت گوینده را بازگو کنید.** با استفاده از عبارت‌هایی که با □ من □ شروع می‌شوند، تفسیر خود را از قصد و انگیزه‌ی گوینده از بیان گفته‌اش، نقل کنید. گوینده می‌تواند بعد از شنیدن فرضیات شما درباره‌ی نیت خود، در مورد اصلاح یا تأیید برداشت شما با شما گفت‌وگو کند.

۴- **بخش‌های گیج‌کننده پیام را مشخص کنید.** اگر جنبه‌های خاصی از پیام هنوز برای شما گیج‌کننده و مبهم است، هم‌زمان با توضیح فهم اولیه‌تان از پیام، آن‌ها را به گوینده انتقال دهید.

۵- **از گوینده بخواهید که گفته‌های خود را وضوح بخشد و اصلاح کند.** وقتی از گوینده می‌خواهید که تفسیر شما از پیام را اصلاح کند، در واقع از او خواسته‌اید بیشتر توضیح بدهد. مکالمه‌ای که در پی آن شکل می‌گیرد به شما و گوینده در به اشتراک‌گذاری معنا کمک می‌کند.

۶- **به مرحله‌ی اول برگردید.** اگر لازم بود، به قدم اول این فرآیند بازگردید تا فهم جدید خود را از پیام و نیت گوینده، راستی‌آزمایی کنید. خوب گوش کردن فرآیندی است که نقطه‌ی شروع و پایان مشخصی ندارد؛ بنابراین در هر مرحله از فرآیند باید فهم خود را از پیام بررسی کنیم.

فعالیت کلاسی

برای تمرین مهارت «بررسی فهم خود»، ویدئویی کوتاه از یک سخنرانی، تبلیغ یا کلیپ سیاسی به دانشجویان نشان بدهید. از آن‌ها بخواهید سؤال‌هایی را که برای بررسی فهم خود از محتوای کلیپ از گوینده خواهند پرسید، مکتوب کنند.

گوش کردن در محیط کار

هم زمان با تغییر اقتصاد آمریکا از اقتصاد مبتنی بر صنعت به اقتصاد مبتنی بر اطلاعات، گوش کردن مؤثر هم به عنوان یکی از مهارت‌های ضروری برای کارکنان شناخته شده است. داده‌های به دست آمده در دفتر آمار نیروی کار ایالات متحده نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۴ نزدیک به ۸۰ درصد از نیروی کار در ایالات متحده، در صنایع خدماتی مانند آموزش، بهداشت و درمان، خرده فروشی و مراکز محلی و ایالتی دولت، استخدام خواهند شد (Berman ، ۲۰۰۵). همه‌ی این شغل‌ها یک فصل مشترک دارند. مستلزم تعامل کارمند-مشتری هستند که در آن، مهارت گوش کردن آن قدر اهمیت دارد که به معنای «سود» تفسیر می‌شود.

برای اینکه در موقعیت‌های حرفه‌ای به یک شنونده‌ی مؤثرتر تبدیل شوید، باید به مجموعه‌ای از پیشنهادهایی که در بخش‌های قبل ذکر شد، عمل کنید جنیفر سالوپک (۱۹۹۹)، رئیس بنگاه آموزش شرکت‌ها، موارد زیر را در این زمینه توصیه می‌کند.

۱- آگاه باشید که چه وقت‌هایی گوش نمی‌کنید.

۲- رفتارهای غیرکلامی‌تان را زیر نظر بگیرید تا بتوانید تشخیص دهید که آیا بازخورد مناسبی به گوینده می‌دهید یا خیر.

۳- با دقت و تمرکز به دیگران گوش دهید و وقفه‌ها را به حداقل برسانید.

۴- پیاموزید که چه‌طور سؤال‌های غیرتهاجمی بپرسید تا بتوانید اطلاعات بیشتری از گوینده استخراج کنید.

۵- صحبت گوینده را خلاصه کنید و از درستی فهم خود مطمئن شوید.

فعالیت گروهی

دانشجویان را در گروه‌های دو نفره برای بحث درباره برنامه‌های شغلی آینده‌شان قرار دهید. دانشجویان شنونده، باید در حین گوش کردن، مهارت‌های کلامی ارتباط مانند بازگو کردن محتوا و نیت، پرسیدن سؤال و را تمرین کنند.

فعالیت گروهی

از دانشجویان بخواهید که به صورت گروهی درباره برنامه‌های شغلی‌شان با هم صحبت کنند. به عنوان بخشی از بحث، درباره این سؤال نیز همفکری کنند که مهارت‌های گوش کردن چه طور به آن‌ها کمک می‌کند که فرد مؤثرتری در جایگاه شغلی‌شان باشند.

در کنار این پیشنهادها، باب گان (۲۰۰۱)، رئیس بنگاه مشاوره‌ی بسیاری از شرکت‌های فرچون ۵۰۰، بر اهمیت گوش کردن همدلانه در موقعیت‌های حرفه‌ای تأکید می‌کند.

نقش احساسات در کیفیت شنیدن، مانند نقش حس بویایی در لذت بردن از یک غذای عالی یا نقش حس لامسه در ابراز عشق است. شما زمانی عمیقاً گوش می‌دهید که «در کلمات گم شوید» و خودتان را در حال تجربه احساسات عمیق لذت، تشکر، حیرت، کنجکاوی، گرمی، نزدیکی، شگفتی، زیبایی یا قدرشناسی بیابید. در این صورت، شما مرتبه‌ای ژرف تر از شنیدن را تجربه کرده‌اید.

هر چه احساس قوی‌تر باشد، فهم و درک عمیق‌تر خواهد بود و هر چه فهم عمیق‌تر باشد، اقدام‌هایی که در پی آن رخ می‌دهند، بهتر خواهند بود. (ص. ۱۴)

نکته‌ای که گان بر آن تأکید می‌کند، این است که شنوندگان مؤثر باید نه تنها آنچه را مشتری‌هایشان می‌گویند بفهمند، بلکه باید احساسات آن‌ها را هم درک کنند. کسانی که این کار را به طور مؤثرتری انجام دهند، می‌توانند روابط قوی‌تری با مشتری‌ها و کاربران خود برقرار کنند.

گوش کردن در کلاس درس

چند لحظه به این فکر کنید که به عنوان یک دانشجو، هر چند وقت یک بار به یک سخنرانی گوش می‌کنید؟ اگر می‌خواستید تخمین بزنید که چه بخشی از زمان شما صرف گوش کردن به سخنرانی می‌شود، چه حدسی می‌زدید؟ اگر بگویید «زیاد!» این تنها شما نیستید که این طور فکر می‌کنید. پژوهشگران تخمین زده‌اند که دانشجویان حداقل ۱۰ ساعت در هفته در سخنرانی‌ها شرکت می‌کنند (Anderson & Armbruster, ۱۹۸۶). اگر ۱۵ واحد داشته باشید، این ۱۰ ساعت در هفته، در واقع ۸۰ درصد از زمان کلاسی شما است که صرف گوش کردن به سخنرانی می‌شود (Armbruster, ۲۰۰۰). برجسته بودن گوش کردن در زندگی دانشجویان باعث شد که وینسون و جانسون (۱۹۹۰، ص ۱۱۶) عبارت «گوش کردن سخنرانی» (Lecture Listening) را برای اولین بار تعریف کنند. این عبارت به معنی توانایی گوش کردن، پردازش ذهنی و به یادآوری اطلاعات سخنرانی است.

چه چیزهایی بر گوش کردن مؤثر یک سخنرانی اثر می‌گذارد؟ با وجود جواب‌های متنوع در برابر این پرسش، مایکل گیلبرت (1988)، پژوهشگر حوزه‌ی آموزش، پیشنهادها را زیر را ارائه می‌کند.

۱- حوزه‌های مورد علاقه‌تان را در آنچه گوش می‌کنید، بیابید. دائماً به این فکر کنید که چه‌طور می‌توانید از این اطلاعات استفاده کنید.

۲- ذهن‌تان را گشوده نگه دارید □ نگذارید تمام تمرکزتان بر نوع ارائه سخنران باشد (و نه محتوای آن)؛ قضاوت‌های ارزیابانه را تا زمانی که سخنرانی تمام نشده است، به تعویق بیندازید؛ محرک‌های احساسی‌تان را بشناسید و نگذارید باعث مختل شدن تمرکز شما شوند.

۳- روی مهارت گوش کردن کار کنید. شما می‌توانید با استفاده از نیروی ذهنی‌تان، تندتر از سرعت صحبت کردن سخنران فکر کنید. روی این توانایی ذهن خود سرمایه‌گذاری کنید. به‌صورت ذهنی آنچه را گفته شده خلاصه و مرور کنید، در ذهن‌تان اطلاعات را سازماندهی کنید و ارتباط و پیوستگی آن‌ها را با آنچه از قبل می‌دانید و آنچه دارید یاد می‌گیرید، پیدا کنید.

۴- نگذارید حواس‌تان پرت شود. توجه و تمرکز خود را زیر نظر داشته باشید و مواقعی را که توجه‌تان کم می‌شود، تشخیص دهید. اگر حس کردید که حواس‌تان پرت شده است، دوباره توجه خود را بر سخنران متمرکز کنید.

۵- در گوش کردن به دنبال ایده‌های اصلی باشید. روی موضوعات اصلی سخنرانی تمرکز کنید و از آن‌ها یادداشت بردارید. گاهی یک یادداشت حاوی نکات کلیدی یک سخنرانی خیلی بیشتر از چندین صفحه جزوه با جزئیات سازماندهی نشده، مفید است.

علاوه بر پیشنهادها، مایکل گیلبرت، محقق حوزه‌ی ارتباطات، دن اوهریر و همکارانش (۱۹۸۸) افراد را به تمرین انعطاف‌پذیری در گوش کردن توصیه می‌کنند. با تمرین مهارت‌های گوش کردن حین دیدن مستندهای پر از اطلاعات یا حین شرکت در ارائه‌های جمعی در دانشگاه، شما نه تنها به یک شنونده‌ی مؤثر در سخنرانی‌ها تبدیل می‌شوید، بلکه اطلاعات ارزشمند زیادی هم به دست می‌آورید.

سؤال برای بحث

چه چیزهایی به طور معمول حواس دانشجویان را در موقعیت گوش کردن به سخنرانی در کلاس درس پرت می‌کند؟ چه راهکارهایی می‌توانند برای غلبه بر این حواس پرتی‌ها به کار بینند؟

راهکار نهایی برای گوش کردن سخنرانی، که به نظر ما راهکاری ضروری و مهم است، یادداشت‌برداری مؤثر است. ما در تحقیقات مان به این نتیجه رسیده‌ایم که یادداشت‌برداری مؤثر حین سخنرانی در افزایش بیش از ۲۰ درصدی نمرات امتحانی دانشجویان مؤثر است. این میزان، در واقع اختلاف بین گرفتن نمره C و نمره A است (Titsworth & Kiewra, ۱۹۹۸). متأسفانه دانشجویان اغلب حین یک سخنرانی، به اندازه کافی یادداشت‌برداری نمی‌کنند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کمتر از ۴۰ درصد از مطالب عنوان شده در یک سخنرانی، به جزوه و یادداشت‌های دانشجویان راه می‌یابد. در واقع، بسیاری از دانشجویان نمی‌توانند از مزایای یادداشت‌برداری بهره‌مند شوند چون یادداشت‌هایشان ناقص است.

حالا که اهمیت یادداشت‌برداری را می‌دانید، چه‌طور می‌توانید به نحوی مؤثرتر یادداشت‌برداری کنید؟ اغلب دانشگاه‌ها مراکزی برای تقویت مهارت‌های مطالعه دارند که در آن‌ها می‌توانید اطلاعاتی در مورد شیوه‌های مختلف یادداشت‌برداری پیدا کنید. گرچه سبک یادداشت‌برداری هر کس با دیگری تفاوت دارد، ولی هدف همه‌ی سبک‌ها یکسان است. باید در یادداشت‌ها به دنبال ثبت دو دسته اطلاعات باشید. **رئوس مطالب اصلی سخنرانی (نکات سازماندهی‌کننده) و جزئیات پشتیبان آن نکات اصلی.** مؤثرترین راه برای اطمینان از ثبت همه‌ی نکات اصلی و جزئیات پشتیبان، گوش کردن برای یافتن **نشانه‌های سخنرانی** است. **نشانه‌های سخنرانی (Lecture Cues)**، نشانه‌های کلامی و غیرکلامی هستند که به نکات اصلی یا جابه‌جایی بین موضوعات حین یک سخنرانی اشاره می‌کنند.

جدول شماره‌ی ۴ انواع مختلف نشانه‌های سخنرانی رایج بین معلم‌ها را خلاصه کرده است. هنگام یادداشت‌برداری باید به دنبال یافتن این نوع نشانه‌ها باشید.

نوع نشانه	مثال	کاربرد اصلی
نشانه‌های نوشتاری: رئوس مطالب	رئوس مطالب یک سخنرانی که روی کاغذ یا اسلاید پاورپوینت نوشته می‌شود	مشخص کردن ایده‌های اصلی و فرعی
نشانه‌های نوشتاری: کلمه‌ها □ عبارت‌ها	اصطلاحات نوشته شده روی تخته کلاس	تأکید بر اصطلاح‌های مهم و تعاریف آن‌ها
نشانه‌های کلامی نشان دهنده اهمیت	«حالا می‌رویم سراغ بررسی...» این موضوع در امتحان هفته بعدتان می‌آید...»	اشاره به مفاهیم مهمی که لازم است خوب فهمیده شوند و به یاد سپرده شوند.
نشانه‌های معنایی	«می‌رویم سراغ مثالی [تعریفی، توضیحی، نتیجه‌ای، مفهومی، تصویری] از تئوری کاهش عدم قطعیت در عمل...»	اشاره به انواع جزئیاتی که محتوای یک سخنرانی را تشکیل می‌دهند.
نشانه‌های سازماندهی کننده	«موضوع سومی که می‌خواهم امروز مطرح کنم...»	فراهم کردن نشانه‌های شفاهی برای تشخیص نکات اصلی و فرعی در یک سخنرانی
نشانه‌های غیرکلامی	نشان دادن دو انگشت هم‌زمان با گفتن «امروز درباره‌ی دو مفهوم صحبت خواهم کرد...»	ممکن است هر کدام از کارکردهای رفتارهای غیرکلامی (که در فصل مربوط به ارتباط غیرکلامی مطرح شده است) را داشته باشد.

جدول ۴-۵ نشانه‌های رایج سخنرانی میان معلم‌ها

اهمیت این نشانه‌ها برای دانشجویان را در پژوهشی در سال ۱۹۹۸ بررسی کرده‌ایم (Titsworth & Kiewra). نشانه‌های سازماندهی‌کننده را به گروهی از دانشجویان آموزش دادیم و از آن‌ها خواستیم که حین یک سخنرانی ویدئویی ضبط شده، به آن نشانه‌ها توجه و یادداشت‌برداری کنند. گروهی دیگر از دانشجویان هم بدون اینکه آموزشی درباره‌ی این نشانه‌ها ببینند، همین سخنرانی را دیدند و یادداشت‌برداری کردند. دانشجویان آموزش‌دیده نسبت به گروه دیگر، ۴ برابر نکات سازماندهی‌کننده بیشتر و ۲ برابر جزئیات بیشتر در یادداشت‌ها ثبت کرده بودند. این دانشجویان توانسته بودند یادداشت‌برداری‌شان را به‌طور اثربخش تقویت کنند؛ آن‌ها در آزمونی که درباره‌ی مطالب آن سخنرانی برگزار شد، نمره‌ای معادل A گرفتند. گروه دانشجویان دیگر، که از نشانه‌های سازماندهی‌کننده آگاهی نداشتند و به دنبال این نشانه‌ها نبودند نمره‌ای معادل C کسب کردند. این آزمایش تنها به بررسی اثر آموزش نشانه‌های سازماندهی‌کننده پرداخته است. تصور کنید اگر این دانشجویان درباره‌ی همه‌ی انواع نشانه‌ها آموزش دیده بودند، چه نتیجه‌ای حاصل می‌شد. خوشبختانه، شما به این اطلاعات مجهز شده‌اید.

گوش کردن به رسانه‌ها

به مدت زمانی که برای تماشای تلویزیون، گوش کردن رادیو، خواندن مجله، روزنامه و کتاب، خواندن و نوشتن ایمیل، چت کردن آنلاین یا فقط گشت و گذار در اینترنت صرف می‌کنید، فکر کنید. شاید بسیاری از ما از پاسخ دادن به این سؤال اجتناب کنیم، چون پاسخ به آن ما را می‌ترساند. آکادمی آمریکایی طب اطفال (۲۰۰۱) اعلام کرده است که کودکان و نوجوانان حدود ۲۰ ساعت در هفته را به تماشای تلویزیون می‌گذرانند (حدود ۳ ساعت در روز). وقتی انواع دیگر محصولات رسانه‌ای مانند گوش کردن موسیقی، بازی‌های ویدئویی و استفاده از اینترنت را هم حساب کنیم، گذران وقت با رسانه‌ها روزانه از ۵ تا ۶ ساعت (۴۲ ساعت در هفته) بیشتر می‌شود. با این حساب، تا زمانی که اولین کلاس دانشگاه را آغاز کنید (در حدود ۱۸ سالگی)، شما حدود ۲۰۰ هزار صحنه خشونت بار در تلویزیون تماشا کرده‌اید. این مصرف پیام‌های میانجی (پیام‌های برآمده یا تحت تأثیر رسانه‌های غالب) با گذر زمان کم نمی‌شود. تخمین زده‌اند که زمانی که به ۷۰ سالگی برسید، معادل ۷ تا ۱۰ سال را برای تماشای تلویزیون صرف کرده‌اید.

بحث کلاسی

چگونه رفتارهای مبتنی بر رویکرد خوب گوش دادن را در فضای آنلاین نشان می‌دهید؟ در تعامل چهره به چهره و مستقیم، می‌توان از بازخوردهای کلامی و غیرکلامی برای ابراز موافقت، گیج شدن و ... استفاده کرد. چه‌طور می‌توان این اهداف را در ارتباطات آنلاین محقق کرد؟

با توجه به حجم ارتباطات میانجی که روزانه با آن مواجهیم، باید به مصرف‌کنندگان «انتقادی» این اطلاعات تبدیل شویم. به این فکر کنید که چه مقدار پول صرف می‌شد اگر کالای مربوط به هر تبلیغی را که می‌بینید، خریداری می‌کردید یا چه مقدار زمان صرف می‌شد اگر همه‌ی ایمیل‌هایی که به شما می‌رسد (شامل ایمیل‌های تبلیغی) را می‌خواندید. به‌طور خلاصه، مهارت خوب گوش کردن و رفتار مبتنی بر آن ضروری است، چون ارتباطات میانجی (ارتباطاتی که به شدت تحت تأثیر رسانه‌های غالب قرار دارند) بسیار متداول هستند.

یکی از راه‌ها برای اینکه در متن یک فرهنگ میانجی شنونده‌ای مؤثر باشیم این است که سواد اطلاعاتی داشته باشیم. انجمن امریکایی کتابخانه (۲۰۰۱) سواد اطلاعاتی را این‌طور تعریف کرده است.

«برای داشتن سواد اطلاعاتی (Information Literacy)، فرد باید تشخیص دهد که اطلاعات چه هنگام مورد نیاز است و توانایی یافتن، ارزیابی و استفاده‌ی مؤثر از اطلاعات مورد نیاز را داشته باشد.»

با توجه به این تعریف، افراد باسواد اطلاعاتی توانایی تفکر انتقادی دارند و می‌دانند که چه‌زمانی و چه‌طور اطلاعات بیشتر پیدا کنند و آن اطلاعات را چگونه را ارزیابی کنند.

ارتباطات میانجی تنها به تبلیغات و تلویزیون محدود نمی‌شود؛ تعداد کاربران اینترنت در سال ۲۰۰۵ در سطح جهان، ۱.۱ میلیارد نفر تخمین زده شد (ClickZ، ۲۰۰۴). افراد چگونه از اینترنت استفاده می‌کنند؟ پژوهشگران علم ارتباطات در دانشگاه کالیفرنیا [۷] مطالعه‌ای جامع بر مسائل متنوع مربوط به استفاده از اینترنت انجام دادند.

آن‌ها دریافتند که حدود ۵۵ درصد از امریکایی‌ها از اینترنت برای استفاده از سرویس ایمیل استفاده می‌کنند و این که مردم حس می‌کنند که اینترنت توانایی آن‌ها را برای حفظ ارتباط با دیگران افزایش می‌دهد. علاوه بر این، کمی بیش از یک چهارم کاربران اینترنت اعلام کردند در دنیای آن‌لاین دوستانی یافته‌اند که اگر این فضا وجود نداشت، آشنایی با آن‌ها رخ نمی‌داد و ارتباطی شکل نمی‌گرفت؛ گزارش اینترنتی دانشگاه کالیفرنیا، ۲۰۰۰). معنای این داده‌ها این است که اینترنت، فراتر از اینکه یکی از انواع ارتباطات جمعی به شمار می‌آید، به ابزاری مهم برای ارتباطات میان‌فردی تبدیل شده است.

به هنگام برقراری ارتباط آن‌لاین با دیگران، چه‌طور می‌توانیم شنونده مؤثری باشیم؟ مشکل اصلی در ارتباط آن‌لاین (در همه‌ی انواع آن شامل ایمیل، چت و گروه‌های بحث)، سخت بودن ارتباط غیرکلامی است. گفتیم که ارتباط غیرکلامی سرخ‌های مهمی درباره‌ی احساسات و عواطف طرف مقابل به ما می‌دهد. بدون اینکه بتوانیم فرد دیگر را ببینیم و او را بشنویم، چگونه می‌توان فهمید که او واقعاً چه‌طور فکر می‌کند؟ برای موفقیت در پیدا کردن پیام‌های ارتباطی، باید به دنبال سرخ‌های تصویری مانند صورتک‌ها (شکلک‌ها) [۸] باشید. صورتک‌ها نشانه‌هایی از جنس حروف‌نگاری هستند که مفاهیم احساسی را نشان می‌دهند. مثال‌هایی از این نشانه‌ها، مثل علامت «:» در پایان یک پاراگراف و استفاده از حروف بزرگ (در انگلیسی) برای نشان دادن «داد زدن» است. چون ارتباط غیرکلامی در فضای آن‌لاین سخت‌تر است، بررسی فهم و درک شما از پیام پیش از پاسخ‌گویی به آن بسیار مهم است.

تفاوت‌ها در گوش کردن فعال

روش افراد برای گوش کردن فعال ممکن است در فرهنگ‌های مختلف، تفاوت داشته باشد. برای مثال، دانشجویان فنلاندی به دقت گوش می‌کنند و یادداشت بر می‌دارند، ولی وقتی استاد کلاس از آن‌ها سؤال می‌کند به‌طور واضح پاسخ نمی‌دهند. در واقع، آن‌ها تقریباً واکنشی از خودشان نشان نمی‌دهند. در بعضی قبیله‌های بومی آمریکا و بعضی گروه‌های اسپانیایی، افراد به هنگام گوش کردن چشم‌هایشان را بر می‌گردانند و آن‌ها را منحرف می‌کنند؛ ولی در گروه‌هایی مانند سفیدان و سیاهان شمالی، اغلب مردم هنگام گوش کردن فعال، تماس چشمی خود را حفظ می‌کنند. شما در فرهنگ، جامعه و مدرسه خود چه هنجارها و قواعدی را در زمینه گوش کردن فعال می‌شناسید؟

گوش کردن در زبان دوم

بسیاری از پیشنهادهایی که در این فصل مطرح شد، بین کسانی که به زبان مادری یا به زبان دوم صحبت می‌کنند، مشترک است. با این وجود، اگر شما جایی زندگی می‌کنید که زبان رایج چیزی غیر از زبان مادری است، دانستن نکاتی درباره‌ی توسعه مهارت‌های گوش کردن، پیشرفت شما به عنوان یک شنونده‌ی مؤثر را تسریع می‌کند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که برای تقویت گوش کردن در زبان دوم، دو مهارت لازم است. فهم واژه‌ها و آگاهی فراشناختی [۹] (Vandergrift, ۲۰۰۶). فهم واژگان چیزی فراتر از حفظ کردن فهرستی از واژه‌ها است. دامنه‌ی واژگان از راه تشخیص صداهای کلمات و مرتبط کردن آن صداها با معانی‌شان تقویت می‌شود. غوطه‌ور شدن در فرهنگ جدید به شما کمک می‌کند که راحت‌تر این ارتباطات را کشف کنید و شکل بدهید، به خصوص اگر به میان مردم بروید و به‌طور دائم با دیگران گفت‌وگو کنید. همچنین می‌توانید از تلویزیون و رسانه‌های دیگر استفاده کنید تا گوش کردن را بیشتر تجربه کنید. هرچه بیشتر گوش کنید، دامنه‌ی واژگان شما گسترده‌تر می‌شود.

در کنار توسعه‌ی دامنه‌ی واژگان، باید برای ایجاد و پرورش مهارت‌های فراشناختی خود تلاش کنید. فراشناخت، توانایی استفاده از «راهکارهای ذهنی» است که در تشخیص سریع معنای کلمه‌ها به فرد کمک می‌کنند. یکی از این راهکارها، کشف معنای کلمات از راه استنباط معنا از روی موضوع کلی متن و کلمات کناری است. مثال دیگری از فراشناخت، پیدا کردن ارتباطات موازی بین واژگان انگلیسی و واژگان زبان مادری خودتان است. با استفاده از این راهکارها، می‌توانید با سرعت بیشتری معنای واژه‌های جدید را استنباط کنید و در نتیجه به نحوی مؤثرتر گوش کنید...

اگر به هنگام گوش کردن به صحبت‌های دیگران، به دلیل سرعت حرف زدن آن‌ها یا به کار بردن واژگانی که تا به حال نشنیده‌اید صحبت‌های آن‌ها را نمی‌فهمید، بهتر است این مشکل را بدون نگرانی ابراز کنید. انطباق با تفاوت‌های زبانی، مسئولیت همه‌ی افرادی است که در یک فرآیند ارتباطی شرکت کرده‌اند. شما نباید به تنهایی با این چالش درگیر شوید.

چگونه می‌توان یک شنونده‌ی اخلاقی بود؟

می‌دانیم که برای گوش کردن مؤثر باید مهارت‌های کلامی، غیرکلامی و بررسی فهم خود را با موقعیت‌های مختلفی مثل محیط کار، کلاس درس و محیط‌های میانجی انطباق دهیم. علاوه بر این، باید حواس‌مان باشد که به هنگام گوش سپردن به دیگران رفتارهایی مبتنی بر اصول اخلاقی داشته باشیم، برای اینکه یک شنونده‌ی اخلاق‌مدار باشیم، باید رفتارهای زیر را تمرین کنید (اقتباس شده از ۲۰۰۴، Rehling):

۱- عادت‌های شما به هنگام ارتباط با دیگران و گفت‌وگو با آن‌ها چیست؟ این عادت‌ها را ریشه‌یابی کنید. خانواده، مدرسه و دیگر تجربه‌های زندگی عادت‌های خاصی را در شما شکل داده‌اند. این عادت‌ها در بعضی موقعیت‌ها نقاط قوت به شمار می‌آیند و در موقعیت‌های دیگر، زمینه‌هایی برای بهبود شخص فراهم می‌کنند. شناسایی این عادت‌ها به شما این امکان را می‌دهد تا ارتباط‌گرانی منعطف باشید و بتوانید خود را با افرادی که با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنید، انطباق دهید.

۲- موقعیت‌هایی را که در آن‌ها شنونده ضعیفی هستید، شناسایی کنید. برای رسیدن به این هدف باید ارتباطات خود را نظاره کنید. مهم‌ترین قدم در این راه، دانستن این نکته است. برای اینکه شنونده‌ی خوبی باشم باید سخت تلاش کنم. این قدم با هوشیاری نسبت به رفتارمان در جریان گوش کردن به دیگران شروع می‌شود.

۳- اصول کلی اخلاقی را در پاسخ‌های خود به کار ببندید. اخلاق شخصی شما بر رفتارها و واکنش‌هایی که به هنگام گوش کردن بروز می‌دهید، تأثیر می‌گذارد. پاسخ‌گویی به دیگران به نحوی که احترام آن‌ها رعایت شود، مثالی از تأثیر اخلاق شخصی فرد بر نوع گوش دادن او به شمار می‌رود.

۴- منعطف باشید و خود را با دیگران انطباق دهید. تشخیص این نکته مهم است که دیگران هم مانند شما سبک‌های ارتباطی منحصر به فرد خود را دارند. بنابراین گاهی باید واکنش‌های خود به هنگام گوش کردن را طوری تغییر دهید که با سبک طرف مقابل منطبق شود و از این طریق حرف طرف مقابل را بفهمید...

در این فصل، مباحث زیر مطرح و بررسی شد:

شنیدن، عمل فیزیکی دریافت صدا است. همه ما پرازیت‌های اطرافمان را می‌شنویم. گوش کردن، فرآیند فعال دریافت صداها، توجه کردن به آن‌ها، معنادار کردن و پاسخ به آن‌ها است. گوش کردن یک فرآیند فعال و کنشی است، در حالی که شنیدن یک رفتار منفعل و واکنشی است.

درک فرآیند گوش کردن بسیار مهم است؛ چون گوش کردن مؤثر با موفقیت در حوزه‌های مختلف زندگی روابط شخصی، بهره‌وری در محیط کار و حتی توانایی فکر کردن ارتباط دارد.

گوش کردن به‌طور کلی به گوش کردن فعال، همدلانه، انتقادی و لذت‌بخش تقسیم می‌شود. گوش کردن فعال که گوش کردن هدفمند است، گوش کردن همدلانه و انتقادی را شامل می‌شود. گوش کردن همدلانه در مواقعی رخ می‌دهد که برای فهمیدن طرف مقابل تلاش می‌کنید. مثلاً گوش کردن به شکایت‌های دوست صمیمی‌تان درباره رفتار فرد مهم زندگی‌اش گوش کردن همدلانه است. برای گوش کردن انتقادی، باید پیام‌گوینده را از نظر دقت، معناداری و سودمندی آن ارزیابی کنید گوش کردن به صحبت‌های یک فروشنده به الگوی گوش کردن انتقادی دقیق نیاز دارد در کنار گوش کردن‌هایی که به دلایل عمل‌گرایانه انجام می‌شوند، به برخی آواها و صداها مانند موسیقی تنها به این دلیل گوش می‌کنیم که لذت‌بخش هستند.

عوامل درونی و بیرونی متعددی مانع می‌شود که شنونده‌های مؤثری باشیم. یکی از این موانع پرازیت‌ها هستند که دو نوع اختلال فیزیکی و درونی را در بر می‌گیرد. اختلال‌های فیزیکی، هر گونه پرازیت قابل شنیدن در محیط ارتباطی است. اختلال‌های درونی به آن دسته اختلال‌های ذهنی، واقعی و معنایی اطلاق می‌شود. ادراک‌های دیگران و رفتارهای خود ما هم ممکن است موانعی برای گوش کردن فعال باشند.

تفکر انتقادی به معنای تحلیل دقیق موقعیت ارتباطی و پیام‌گوینده است. برای تحلیل دقیق موقعیت، شما باید موقعیت ارتباطی را که در آن شرکت کرده‌اید درک کنید. تحلیل پیام به معنای ارزیابی استدلال‌ها و منابع پشتیبانی است که گوینده ارائه می‌دهد؛ گوینده فقط مشاهدات خود را بیان می‌کند یا تجزیه و تحلیل خود از آنچه مشاهده کرده را ارائه می‌دهد؟ آیا اعتبار گوینده قابل اتکا است؟



راهکارهای ارتباط کلامی و غیرکلامی به شما کمک می‌کند تا مهارت‌های گوش کردن را در خود تقویت کنید و بهبود بخشید. سؤال پرسیدن، درخواست برای توضیحات بیشتر، استفاده از پاسخ‌های توصیفی و به کار بردن عبارت‌های تأییدکننده، مثال‌هایی از راهکارهای کلامی مؤثر برای بهبود مهارت‌های گوش کردن هستند. راهکارهای غیرکلامی هم روش‌هایی مانند استفاده از حالت‌های چهره به نشانه تأیید و توجه، حفظ تماس چشمی مستقیم و به کار بردن صداهای مثبت و تأییدکننده حین گوش کردن را شامل می‌شود. استفاده از این راهکارها، از یک سو گوینده را به ادامه صحبت تشویق می‌کند و از سوی دیگر اطلاعات تکمیلی و جزئی‌تری فراهم می‌آورد که می‌توانید با استفاده از آن‌ها فهم خود از موقعیت ارتباطی را بهبود بخشید.



راهکارهای عمومی ارتباط کلامی و غیرکلامی برای موقعیت‌های خاص گوش کردن، مانند محیط کار، کلاس درس، و محیط‌های میانجی به کار می‌روند.



گوش کردن اخلاقی به این معنا است که سبک ارتباطی خودتان را پایش کنید و آن را بشناسید، اصول کلی اخلاقی را در پاسخ به طرف دیگر ارتباط رعایت کنید و سبک ارتباطی خودتان را با دیگران انطباق دهید.



برای تکمیل معانی واژه‌های زیر به مرکز یادگیری آنلاین مراجعه کنید.

Active listening گوش کردن فعال

Automatic attention توجه خودکار

Critical listening گوش کردن انتقادی

Critical thinking تفکر انتقادی

Emoticon صورتک‌ها

Empathic listening گوش کردن همدلانه

First-person observation مشاهده اول-شخص

Hearing شنیدن

Information literacy سواد اطلاعاتی

Lecture cues نشانه‌های سخنرانی

Lecture listenin گوش کردن سخنرانی

Listening گوش کردن

Listening for enjoyment گوش کردن لذت‌بخش

Long-term memory حافظه‌ی بلندمدت

Schema الگو

Second-person observation مشاهده دوم-شخص

Selective attention توجه انتخابی

Short-term memory حافظه کوتاه‌مدت

Source credibility اعتبار منبع

Working memory حافظه‌ی فعال

۱- شنیدن یک فرآیند است و گوش کردن یک فرآیند است.

الف: ذهنی؛ فیزیکی

ب: ذهنی؛ روان‌شناختی

ج: فیزیکی؛ ذهنی

د: فیزیکی؛ فیزیکی

۲- کدام یک از عبارتهای زیر صحیح است؟

الف: روابط در حوزه‌های شخصی و کسب و کار از مهارت گوش کردن متأثر نیستند.

ب: دانشجویان به هنگام برقراری ارتباط بیش از نصف زندگی‌شان را به گوش کردن می‌گذرانند.

ج: گوش کردن فقط بخش کوچکی از فعالیتهای ارتباطی ما را تشکیل می‌دهد.

د: گوش کردن هیچ کمکی به تشخیص فریب‌کاری ندارد.

۳- بعد از اینکه مغز موج‌های صدا را بر اساس اهمیت‌شان ذخیره می‌کند، آن‌ها را در کدام بخش از ذهن شما پردازش می‌کند؟

الف: حافظه‌ی فعال

ب: توجه انتخابی

ج: مرکز بازیابی بلندمدت

د: حافظه‌ی کوتاه‌مدت

۴- وقتی در حال گوش کردن تلاش می‌کنید نوع نگرش فرد مقابل به دنیا را درک کنید، کدام یک از انواع گوش کردن را استفاده می‌کنید؟

الف: فعال

ب: همدلانه

ج: انتقادی

د: لذت‌بخش

۵- این شرایط را در نظر آورید؛ در حال گفت‌وگوی تلفنی با مادرتان به صدای او گوش می‌کنید و همزمان به آن چه هفته قبل در دانشگاه اتفاق افتاد می‌اندیشید □ در این شرایط، رفتار شما نمایان‌گر کدام یک از موانع گوش کردن است؟

الف: کلیشه‌ها

ب: خودمحوری

ج: تعصب شخصی

د: اختلال ذهنی

۶- کدام یک از دو جنسیت، با هدف حل مسئله گوش می‌کند، توجه کمتری به نشانه‌های غیرکلامی دارد و برای تغییر موضوع بحث وقفه ایجاد می‌کند؟

الف: مردان

ب: زنان

ج: هر دو جنسیت

د: هیچ یک

۷- تفکر انتقادی...

الف: به جای تمرکز روی نکته اصلی، تنها بر جزییات تمرکز می‌کند

ب: بستری را که ارتباط در آن رخ می‌دهد نادیده می‌گیرد

ج: در هنگام قضاوت درباره پیامی که ارائه شده است، مهم است

د: تنها با گوش کردن مرتبط است

۸- سؤال پرسیدن برای وضوح بخشیدن به اطلاعات دریافت شده، بازگو کردن پیام، و شناسایی بخش‌های گیج‌کننده پیام، مثال‌هایی هستند از...

الف: موانع گوش کردن

ب: گوش کردن لذت‌بخش

ج: روش‌هایی برای بررسی درک خود از پیام

د: سواد اطلاعاتی

۹- کدام مورد شامل توصیه‌های مربوط به گوش کردن سخنرانی است؟

الف: تمرکز بر شیوه ارائه سخنران و اجتناب از خلاصه کردن و مرور اطلاعات

ب: آزاد گذاشتن توجه و حواس خود تا خلاقانه فکر کند، به دنبال جزئیات بگردد و نشانه‌های سخنرانی را نادیده بگیرد

ج: اجتناب از یادداشت‌برداری با این هدف که فرد بتواند روی سخنرانی و پیامی که منتقل می‌شود تمرکز کند

د: یافتن زمینه‌های مورد علاقه، اجتناب از چیزهایی که حواس را پرت می‌کنند و جست‌وجوی نکات اصلی

۱۰- توانایی یافتن، ارزیابی کردن و استفاده مؤثر از اطلاعات، مهارت مهمی است به نام □□□

الف: تفکر انتقادی

ب: سواد اطلاعاتی

ج: شنیدن

د: توجه انتخابی

پاسخ‌ها

۱: ج ۲: ب ۳: الف ۴: ب ۵: د ۶: الف ۷: ج ۸: ج ۹: د ۱۰: ب

تفکر انتقادی

۱- تجربه شخصی خودتان را بررسی کنید و آن دسته از موانع گوش کردن را که نسبت به آن‌ها آگاه بوده‌اید، مشخص کنید. آیا موفق شده‌اید بر آن‌ها غلبه کنید؟

۲- در مکالمه‌هایتان، از کدام یک از مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیرکلامی استفاده می‌کنید؟ دیگران در صحبت کردن با شما از کدام یک از آن‌ها استفاده می‌کنند؟ آیا مهارت‌هایی هستند که بیش از همه به آن‌ها تمایل داشته باشید یا از آن‌ها پرهیز کنید؟

- [3]- Debra Tannen
[4]- You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation
[7]- UCLA
[8]- Emoticons

[۱] - این مقاله ترجمه‌ی بخش پنجم از فصل اول کتاب «ارتباطات انسانی» به قلم چهار نفر از اساتید دانشگاه‌های آمریکا است. این کتاب شامل سه فصل (اصول مطالعات ارتباطات، چارچوب ارتباطات و اصول سخنرانی) است و هر فصل چند بخش را شامل می‌شود. مقدمه‌ای بر ارتباطات انسانی، زبان و معنا، ارتباطات غیرکلامی، ارتباطات میان فردی، ارتباطات میان فرهنگی، ارتباطات حرفه‌ای، دینامیک ارتباط در گروه‌های کوچک، انتخاب موضوع و تجزیه و تحلیل مخاطب بخش‌های دیگری از این کتاب هستند. جودی پیرسون (Judy C. Pearson) و پُل نلسون (Paul E. Nelson) از دانشگاه داکوتای شمالی و اسکات تیتزورث (Scott Titsworth) و لین هارتر (Lynn Harter) از دانشگاه اوهایو نویسندگان این کتاب هستند.

[۲] - محیط‌های میانجی ترجمه‌ی عبارت Mediated environments و به معنای محیط‌هایی حاصل دستکاری رسانه‌های جریان اصلی است. محیط‌های میانجی به شدت تحت تأثیر آن دست از رسانه‌ها هستند که هنرمندان، اندیشمندان و تئوریسین‌های فرهنگی مستقل به آن‌ها راهی ندارند.

[۵] - نظرهای این بخش لزوماً دیدگاه مدرسه‌ی افروز نیست.

[۶] - Fortune ۵۰۰ فهرستی از ۵۰۰ شرکت پردرآمد آمریکایی است که بر اساس درآمد ناخالص رتبه‌بندی می‌شوند. این فهرست هر ساله از سوی مجله‌ی فُرجون منتشر می‌شود.

[۹] - آگاهی فراشناختی در مباحث آموزشی به معنای آگاهی از نحوه‌ی فرآیند تفکر است. این عبارت در حیطه‌ی آموزش زبان‌های خارجی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد و به معنای آگاهی به فرآیند یادگیری است.



سؤال؟؟

با مدرسه افروز تماس بگیرید
info@afroozschool.org

