****

بسته آموزشی آشنائی با اصول ارتباط برای سلامت

مرکز آموزش بهورزی شهریار

**اهداف رفتاري**

انتظار مي رود که در پايان فراگیران قادر باشند بدون مراجعه به منابع آموزشي:

1. ارتباط را تعريف کنند.
2. مراحل يک ارتباط را نام ببرند.
3. ويژگی های مراحل مختلف يک ارتباط را توضيح دهند.
4. اجزای اصلی يک فرآيند ارتباطی را نام ببرند.
5. کانال ارتباطی را تعريف کنند.
6. عوامل موثر در انتخاب کانال برای يک فرآيند ارتباطی را توضيح دهند.
7. ويژگی های يک بازخورد مناسب در يک فرآيند ارتباطی را بيان کنند.
8. انواع ارتباط را توضيح دهند.
9. مهارت های برقراری ارتباط موثر را نام ببرند.

**اصطلاحات و مفاهيم پايه در ارتباط برای سلامت**

**ارتباط (Communication):** برای ارتباط تعاريف بسياری ارائه شده است. ساده ترين تعريف برای آن اين است که ارتباط، فرآيند انتقال اطلاعات، احساسات و افکار بين مردم است. با تکميل تعاريف، مواردی به اين تعريف ساده افزوده شده است:

* فرآيند انتقال اطلاعات با وسايل ارتباطي مختلف از يک نقطه، شخص يا دستگاه به ديگري
* فرآيند انتقال يک پيام با هدف همانندی و اشتراک فکر با گيرنده پيام در زمينه يک موضوع خاص
* فرآيندی که از طريق آن مجموعه ای از معانی نهفته در يک پيام به نحوی منتقل می شود که معنی دريافت شده همان معانی باشد که شروع کننده پيام قصد داشته است.
* فرآيند انتقال يک محرک (معمولا يک نشانه کلامی) از فردی به فرد ديگر با هدف تغيير رفتار در او
* فرآيند انتقال پيام از فرستنده به گيرنده، مشروط به آن که در گيرنده پيام، معناي مشابه معناي موردنظر فرستنده پيام ايجاد شود.

**انتقال معنا در ارتباط:** هدف يک ارتباط دريافت معنای مورد نظر شروع کننده ارتباط است. در يک فرآيند ارتباطی، معنای مورد نظر شروع کننده ارتباط به صورت کلمات، نشانه ها و رفتارهای مشخصی در می آيد و رمزگذاری می شود. انتظار می رود مخاطب اين ارتباط بتواند با دريافت و رمزگشايي از اين کلمات، نشانه ها و رفتارها، به معنای مورد نظر منبع ارتباط پی ببرد.

پس می توان گفت معنا در وجود خود انسان است و قابل انتقال نيست، در نتيجه ممکن است از فردی به فرد ديگر متفاوت باشد. آنچه در طی ارتباط منتقل می شود پيام است که مجموعه ای از رمزها و نمادهاست و دريافت معنای پيام به رمزهاي انتخاب شده برای ارتباط بستگی دارد.

**مراحل يک ارتباط:** در يک ارتباط می توان مراحل زير را تشخيص داد:

پيام ارتباطی از طريق حواس مخاطب دريافت می شود. اين پيام ارتباطی می تواند کلامی يا غيرکلامی باشد. پيام هاي کلامی شنيده می شوند ولي پيام های غيرکلامی که ممکن است به صورت نوشتاری يا به صورت علائم و نشانه ها و حتی رفتارها خود را نشان دهند، خوانده، ديده يا شنيده می شوند. بسياري از برنامه هاي ارتباطي در همين مرحله اول با شكست مواجه مي شوند که مهمترين دليل آن عدم آگاهی از توانايي ها، عادات و ترجيحات شنيداري و ديداری مخاطب است.

توجه گيرنده به پيام ارتباطی جلب می شود. در هر زمان، محدوده وسيعي از اطلاعات با حواس پنجگانه دريافت مي شود. روشن بودن اين سيستم به معنای هوشياری فرد است. روندي که در آن بخش مشخصي از اين محدوده وسيع اطلاعات براي دقت بيشتر انتخاب مي شود، توجه نام دارد. هر ارتباطي بايد بتواند توجه مخاطب را به نحوي جلب كند كه براي گوش كردن، ديدن يا خواندن آن تلاش كند.

محتوای پيام توسط گيرنده درك و فهميده می شود. بعد از جلب توجه مخاطب به پيام، او تلاش می کند تا مفهوم آن را درك نمايد. رمزگشايي از کلمات شنيده شده يا خوانده شده و نشانه ها يا رفتارهای مشاهده شده و رسيدن به معنای نهفته در آنها، درک را شکل می دهد. اين روند کاملاً ذهني است و ممكن است برداشت از يك پيام يكسان در افراد مختلف متفاوت باشد.

محتوای پيام توسط گيرنده پذيرفته می شود. در يک ارتباط تنها دريافت و درک پيام کافی نيست بلكه هدف اصلی، مورد پذيرش قرارگرفتن محتوای آن توسط مخاطب است. ايجاد اين پذيرش چندان آسان نيست ولی به تجربه ثابت شده است پذيرش يك باور، وقتی كه تاثير آن را بتوان به راحتي نشان داد، ساده تر خواهد بود. به علاوه، تغيير باورهايي که به تازگی كسب شده باشد آسان تر از باورهايي است كه به مدت طولاني در افراد وجود داشته و نسبت به اين باورها اعتقاد کامل به وجود آمده است.

در گيرنده پيام تغيير رفتار مورد نظر رخ می دهد. در بسياری موارد هدف يک فرايند ارتباطی، انتقال آگاهی و معلومات يا اصلاح باورها و نگرش مخاطبان است ولی هدف نهايي ما از ارتباط برای سلامت، تقويت رفتارهای سالم و اصلاح رفتارهای مخاطره آميز است. پس ارتباطی که منجر به تغيير رفتار در گيرنده پيام نشود، کامل نخواهد بود. شناسايي عواملی که تاثير اساسی بر رفتار مخاطب دارند، و طراحی راهبرد ارتباطی برای برخورد با اين عوامل، می تواند تغيير رفتار را به دنبال داشته باشد.

**اجزای يک فرآيند ارتباطی:** در هر ارتباط اجزای ثابتی وجود دارند که شناخت آنها می تواند در طراحی راهبرد مناسب ارتباطی راهگشا باشد. اين اجزا عبارتند از:

منبع پيام يا فرستنده: شخص يا گروهی که با هدف مشخصی برای برقراری ارتباط اقدام می کنند و مقاصد و نيات خود را رمزگذاری می نمايند. گاهی ممکن است در برخی از ارتباط های پيچيده، منبع پيام و رمزگذار جدا از يکديگر باشند. سازندگان يک برنامه تلويزيونی که محتوای مورد نظر يک فرد، گروه يا سازمان خاصی را در برنامه خود می گنجانند يا فردی که وظيفه نوشتن و تنظيم سخنرانی يک فرد کليدی را برعهده دارد، در واقع رمزگذاری است که برای هدف منبع پيام نلاش می کند. عواملی که موفقيت يک منبع پيام را تضمين می کند عبارتند از: مهارت هاي ارتباطي شامل مهارت های خواندن، مشاهده کردن، گوش کردن و صحبت کردن، تسلط به موضوع و محتوای پيام به ويژه داشتن نگرش و باور صحيح درباره آن، پذيرش مخاطب و همدلی با آنها و نوع رفتار و عملكرد او نسبت به موضوع.

پيام: ايده اصلی که قرار است به مخاطب منتقل شود، يا به عبارت ديگر آنچه مخاطب قرار است از يک برنامه ارتباطی بفهمد. پيام ها مي توانند به صورت کلامی يا غير كلامي باشند و با هدف اطلاع رسانی و ارائه اطلاعات، ايجاد انگيزه، ترغيب مخاطب به پذيرش ايده ای خاص يا انجام رفتاری مشخص، و بالاخره حرکت برای عمل مورد نظر منبع ارتباط، تدوين و منتشر می گردد.

گيرنده يا مقصد پيام: فرد يا گروهی که با دريافت پيام، و رمزگشايي از آن، محتوای پيام را دريافت و درک مي كند. با عنوان گروه هدف يا مخاطب نيز شناخته می شود. شناخت کافی از گيرندگان پيام و دانستن درباره سطح آگاهی، وضعيت علايق، نگرش ها، نظام ارزشی و نيز توانايي های آنان، در موفقيت يک ارتباط مؤثر تاثير بسيار دارد.

کانال ارتباطی: مجرايي که برای انتقال يک پيام مورد استفاده قرار می گيرد، کانال ارتباطی نام دارد که می تواند شامل وسيله ارتباطی و محيط ارتباط باشد. اگر پيام را به بار سنگينی که قرار است از يک طرف رودخانه به طرف ديگر فرستاده شود، تصور کنيم، کانال ارتباطی شامل قايق برای جابجا کردن بار و آب رودخانه برای اين که قايق در آن قادر به حرکت باشد، خواهد بود. رسانه ها به ويژه رسانه های جمعی (Mass Media) دسته مهمی از کانال های ارتباطی هستند که به فراوانی برای انتقال پيام مورد استفاده قرار می گيرند. انتخاب کانال های ارتباطی به عوامل زير بستگي دارد:

1. نوع پيام
2. هدف مورد نظر فرستنده پيام
3. مخاطبان يا گيرندگان پيام
4. موقعيت انتقال پيام
5. منابعی که در اختيار طراحان برنامه ارتباطی قرار دارد

بازخورد يا فيدبک: واکنش يا پاسخي که در زمينه افکار يا رفتار يک فرد به او داده مي شود يا از او دريافت مي شود. فيدبک يک ارتباط کمک کننده بين دهنده و گيرنده پيام است که باعث افزايش کيفيت درک متقابل شود. در يک فرآيند ارتباطی موثر، بازخورد مناسب اهميت اساسی دارد. ويژگی های يک بازخورد مناسب عبارتند از:

1. اطمينان از توجه مخاطب بازخورد
2. آمادگی و اشتياق برای دريافت بازخورد در فرد
3. اختصاصي و واضح بودن بازخورد: کلي گويي و ابهام در انتقال بازخورد، مانع تاثير آن است.
4. اطمينان از وجود توان درک بازخورد در فرد مقابل
5. وجود امکان واکنش نشان دادن به بازخورد ارائه شده
6. فراهم آوردن امکان بحث درباره بازخورد ارائه شده
7. ايجاد احساس اعتماد در دريافت کننده بازخورد
8. استفاده بيشتر از بازخوردهای توصيفي نسبت به بازخوردهای ارزيابي کننده

**انواع ارتباط:** سه دسته اصلی در انواع ارتباط ها عبارتند از:

ارتباط بين فردی (Interpersonal Communication) که بين دو نفر و به شکل معمول چهره به چهره برقرار می شود. در اين نوع ارتباط انواع پيام های کلامی و غيرکلامی منتقل خواهد شد.

ارتباط گروهی (Group Communication) که در آن يک نفر با چند نفر ارتباط برقرار کرده و خود را منتقل می نمايد. سخنرانی برای يک گروه از افراد نمونه شناخته شده اين نوع ارتباط است.

ارتباط جمعی (Mass Communication)که در آن انتقال پيام به تعداد زيادی از افراد و در يک زمان صورت می گيرد و انتظار می رود در گيرندگان پيام، معناي مشابه با معناي مورد نظر فرستنده پيام ايجاد شود. نمونه ارسال اطلاعات، ايده ها و برداشت ها از طريق وسايل ارتباطی و دريافت آن توسط تعداد زيادی از افراد در يک زمان را در راديو، تلويزيون، روزنامه، مجله و ساير رسانه های جمعی مکتوب و غيرمکتوب، می توان ديد.

**ويژگی های يک ارتباط جمعی:** در يک ارتباط جمعی ويژگی هايي وجود دارد که آن را از انواع ديگر ارتباط مجزا می کند. اين ويژگی ها عبارتند از:

1. گيرندگان پيام در ارتباط جمعی، نسبتا زياد، نامتجانس و ناشناس هستند.
2. انتشار پيام سريع اتفاق می افتد.
3. اکثر پيام ها چنان زمان بندی می شوند که به طور همزمان به اکثر مخاطبان برسد.
4. با ارسال پيام در يک ارتباط جمعی نوعی تکثير پيام به وجود می آيد.
5. هزينه دريافت پيام برای مخاطب چندان زياد نيست.

**مهارت های اساسی برای برقراری ارتباط موثر:** مهارت های رمزگذاری و رمزگشايي پيام ارتباطی، لازمه برقراری ارتباط موثر است که با توجه به انواع پيام های کلامی و غيرکلامی می توان اين مهارت ها را در سه گروه مهارت گوش کردن، مهارت سخن گفتن و مهارت مشاهده کردن قرار داد.

**مهارت های گوش کردن فعال:** شنيدن (Hearing) به عنوان اقدامی غيرفعالانه با گوش کردن (Listening) که عملی فعالانه محسوب می شود، متفاوت است. برای يک ارتباط موثر بايد بتوانيم خوب گوش کنيم. موارد زير می توانند راهنماهای مفيدی برای گوش کردن فعال باشند:

1. در هنگام گوش کردن، آرامش خود را حفظ کنيم و طبيعی رفتار نماييم.
2. با توجه کامل گوش کنيم و حواسمان به آنچه می شنويم باشد.
3. در هنگام گوش کردن، وضعيت بدنی مناسب به خود بگيريم.
4. فاصله مناسب با کسی که حرف می زند را رعايت کنيم.
5. در حين گوش کردن، با طرف مقابل ارتباط چشمی برقرار کنيم.
6. حرف طرف مقابل را قطع نکنيم و منتظر بمانيم تا سخن گفتن او به اتمام برسد.
7. درباره آنچه می شنويم گارد نگيريم و به کسی که حرف می زند برچسب نزنيم.
8. در هنگام گوش کردن، به طرف مقابل احترام بگذاريم.
9. همزمان با گوش کردن، با ارسال بازخورد، طرف مقابل را برای انتقال درست محتوای پيام خود ياری کنيم.

**مهارت های مشاهده کردن:** دريافت نشانه ها و علائم ارتباطی از طريق مشاهده کردن و درک آنها، نياز به فرآيندی فعال دارد که آن را از ديدن ساده متمايز می سازد. در واقع، مشاهده کردن، کاری فعال و هدفمند است و برای دستيابی به هدفی مشخص انجام می شود. به راهنماهای زير برای مشاهده کردن فعال توجه کنيم:

1. در حين ارتباط با مخاطب، حالات چهره و حرکات بدن او را زيرنظر داشته باشيم.
2. با حضور ذهن مشاهده کنيم و حواسمان به آنچه می بينيم باشد.
3. با مخاطب خود همدلی کنيم و با قرار دادن خودمان به جای او، درباره آنچه می بينيم قضاوت کنيم.

**مهارت های سخن گفتن:** انتقال پيام های ارتباطی در قالب کلمات و جملات نياز به مهارت های خاص دارد. موارد زير ما را در سخن گفتن درست راهنمايي می کند:

1. از زبان ساده و قابل فهم برای مخاطب استفاده کنيم.
2. دقيق و کامل سخن بگوييم و منظورمان را واضح و روشن بيان کنيم.
3. در هنگام سخن گفتن، از به کار بردن عبارات و واژه های اعتراضی اجتناب کنيم.
4. هرگز در سخن گفتن خود از زبان تهديد استفاده نکنيم.
5. در سخن گفتن کلمات و جملاتی به کار ببريم که مخاطب ما تمايل دارد بشنود.
6. در هنگام سخن گفتن ملاحظه مخاطب را بکنيم و متناسب با وضعيت او سخن بگوييم.

**نکات مهم در برقراري ارتباط موثر:** موارد زير می تواند در برقراری ارتباط موثر اثر مثبت بگذارد:

1. استفاده منبع يا فرستنده پيام از کانال های ارتباطی متعدد
2. شناخت ويژگی ها و تفاوت های فردی و اجتماعی گيرنده پيام و توجه فرستنده به آنها
3. هماهنگی ميان ديدگاه ها و نظرات فرستنده و گيرنده پيام
4. تقويت پيام های کلامی با کمک اشکال مختلف ارتباط غيرکلامی
5. سازگاری شيوه و روش انتقال پيام توسط فرستنده با انتظارات گيرنده پيام
6. وجود تجربيات قبلی برای ارتباط بين فرستنده و گيرنده پيام