



هنر ارتباط مؤثر

جليل معماريانی

www.ketab.ir



مؤسسه خدمات مشاوره‌ای
جوانان و دانشجویان ایرانی

سرنشانه معماری، جلیل، ۱۳۴۴ - عنوان و نام پدیدآور: هنر ارتباط موثر / جلیل معماری: [برای] موسسه خدمات مشاوره‌ای جوانان و پژوهشهای اجتماعی (آستان قدس رضوی) / مشخصات نشر: مشهد: انتشارات قدس رضوی، ۱۳۹۱. مشخصات ظاهری: ۶۰ ص: ۱۲، ۲۰۰ س. م.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۹۹-۰۲۵-۹
وضعیت فهرست نویسی: خیابان دانش: کتابخانه، موضوع: زواید بین اشخاص / شناسه افزوده: موسسه انتشاراتی قدس رضوی / شناسه افزوده: آستان قدس رضوی / موسسه خدمات مشاوره‌ای، جوانان و پژوهشهای اجتماعی
رده بندی: کنگره: ۹۱۳۹۱ / م ۶ / ۱۱۰ HM
رده بندی: ۶۴۶/۷۶
شماره کتابشناس ملی: ۲۹۰۸۲۷۱



۹۹

جلیل معماری

بازنویسی: ساجده ریاحی قر
ویرایش علمی: فاطمه زری نیا
ویرایش ادبی: سید حمید حیدری ثانی
طرح جلد: رضا نبی زاده
صفحه آرای: محسن جعفری
چاپ اول: پاییز ۱۳۹۱
شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه
انتشارات قدس رضوی
چاپ: چاپخانه آستان قدس رضوی
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۹۹-۰۲۵-۹
تمامی حقوق محفوظ است.

مؤسسه خدمات مشاوره‌ای جوانان و دانشجویان ایرانی

نشانی: مشهد، خیابان گلستان شرقی، شماره ۹۰
تلفن: ۰۵۱۱-۸۵۱۳۶۸۲-۸۵۱۳۵۸۰
نمابر: ۰۵۱۱-۸۵۱۴۹۰۰
بازرگانی: ۰۵۱۱-۸۵۳۹۱۷۱
مرکز شجر: ۰۵۱۱-۲۲۱۲۳۵۷

فهرست

پیش‌گفتار / ۷

مقدمه / ۱۱

فصل اول: تعریف ارتباط / ۱۵

دلایل برقراری ارتباط / ۱۸

فصل دوم: انواع ارتباط / ۲۱

فیلترهای ذهنی انسان‌ها، نقش آن در ادراک و تأثیر آن / ۲۶

سبک‌های ارتباطی / ۳۰

فصل سوم: ابزارهای برقراری ارتباط مؤثر / ۳۱

تقویت ویژگی‌های خلقی / ۳۲

عوامل ارتباط مؤثر / ۳۴

عناصر ارتباطی / ۴۴



پیش‌گفتار

فرهنگ یک ملت، بستر اصلی زندگی انسان و شامل ذهنیات و اندیشه‌ها، ایمان و باورها، آداب و سنت‌ها و ذخیره‌های فکری و ذهنی آن ملت است.

رشد فرهنگی هر جامعه به اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی مفید و مؤثر نیاز دارد. کار فرهنگی، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و امور مشخص در محدوده‌ی یک برنامه را در برمی‌گیرد که به تحقق یک هدف فرهنگی در یک اجتماع منجر شود و افکار، احساسات و رفتار اعضای آن اجتماع را تحت تأثیر قرار دهد. اجرای این‌گونه فعالیت‌های فرهنگی، نیازمند آموزش‌های ویژه، برنامه‌ریزی‌های مدون و نیز مستلزم فکر و اندیشه و بهره‌گیری از روش‌های علمی است.

گرچه برای تمامی فعالیت‌های فرهنگی نسخه‌ی واحدی تجویز نمی‌شود و هر شکل باید متناسب با اهداف خود از تکنیک‌های ویژه‌ای استفاده کند، اما رسیدن به آرمان‌های

فرهنگی جز در سایه‌ی همین آموزش‌ها محقق نخواهد شد.

به فرموده‌ی مقام معظم رهبری اهمیت کار فرهنگی در آن است که هوشمندانه، گزیده شده و دارای انتظام باشد.^۱

با عنایت به جایگاه رفیع تشکل‌های فرهنگی و تأثیرات مثبت آن‌ها در جامعه، می‌توان برای تشکل‌های فرهنگی کارکردهای متعددی تعریف کرد. از جمله:

✱ تأثیر مثبت در پیشرفت و توسعه‌ی فرهنگی کشور

✱ فراهم ساختن زمینه و بستر رشد، شکوفایی و پرورش استعدادهای جوانان

✱ حفظ و ثبات ارزش‌های دینی و هنجارهای اجتماعی و انتقال آن به نسل‌های بعدی

✱ شناخت، سازماندهی، و تربیت نیروهای متعهد و مؤمن

در این میان با توجه به تنوع و گسترده‌ی فعالیت‌های فرهنگی در تشکل‌های اسلامی مردم‌نهاد، توسعه‌ی فعالیت‌های آموزشی در این

بخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مؤسسه خدمات مشاوره‌ای، جوانان و پژوهش‌های اجتماعی آستان قدس رضوی با درک این ضرورت براساس فرآیند شناسایی، سازماندهی، آموزش، حمایت و مشارکت با تشکلهای فرهنگی، به برگزاری دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی، فرهنگی در این زمینه اقدام کرده است. از میان این فعالیت‌ها می‌توان به برگزاری دوره‌های آموزشی بلندمدت تربیت مدیر فرهنگی، دوره‌های آموزشی میان مدت، شامل کارگاه‌ها و کمیسیون‌های آموزش ارتقائی فعالان و مدیران کانون‌های فرهنگی، دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت از قبیل دوره‌ی ویژه‌ی مدیران و فعالان کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد کشور و دوره‌ی آموزشی ویژه‌ی مدیران اشاره کرد.

امید است مجموعه آثاری که با هدف عمق بخشیدن و معرفت‌افزایی در سطح فعالان فرهنگی کشور در این مرکز تهیه شده است، برای رشد فعالیت‌های فرهنگی و تمامی دست‌اندرکاران این حوزه، راهگشا باشد.

مؤسسه خدمات مشاوره‌ای جوانان و پژوهش‌های اجتماعی

عصر کنونی را عصر ارتباطات می‌نامند. سرعت و پیشرفت فناوری، باعث افزایش سرعت ارتباطات شده است؛ به‌طوری‌که انسان‌ها در کوتاه‌ترین زمان می‌توانند حجم زیادی از اطلاعات را دریافت کنند. همین امر اهمیت و ضرورت ارتباطات را قوت بخشیده است. در این هنگامه‌ی ارتباطات، کسی موفق‌تر است که بتواند از پیچیدگی‌ها و تنیدگی‌های ارتباطی عبور کند و به‌وسیله‌ی راهکارهای نوین، این مسیر پرپیچ‌وخم را به‌راحتی طی کند.

بنابراین اندیشمندان ارتباط را فاکتور رقابتی کلیدی در جوامع بشری و اقتصاد جهانی می‌دانند. در این میان، سازمان‌های مردم‌نهاد و شبکه‌های اجتماعی از حساسیت ویژه‌ای

برخورد دارند؛ چراکه گسترش فعالیت مفید آن‌ها در بستر جامعه‌ی هدف، به نوع ارتباط و تأثیرشان وابسته است. درواقع ایجاد روابطی صحیح که در موفقیت کارهای تیمی - تشکلی و دستیابی به اهداف، عاملی اساسی محسوب می‌شود، بر پایه‌ی شیوه‌ی ارتباطات ما شکل می‌گیرد. برای حفظ ارتباطی سالم به ارتباط با گروه‌های متعدد مردم نیازمندیم. سمن‌های موفق، همواره به یاد دارند که موفقیت آن‌ها با شبکه‌ی پیچیده‌ای از افراد و سازمان‌های دیگر در هم تنیده است. آنان برای حفظ موفقیت‌شان باید تمام این روابط را حفظ کنند و پرورش دهند.

عوامل مختلفی در ایجاد و حفظ ارتباط مؤثر، نقش بازی می‌کند و همچنین موانعی چند نیز در این مسیر وجود دارد؛ اما برای حضور موفق در اجتماع پویای امروزی، باید عضو بسیار مهمی به‌نام مخاطب را مدنظر قرار دهیم که در دنیای

۱. سازمان مردم‌نهاد یا NGO با توجه به بافت کلامی که در آن مورد استفاده قرار گرفته، به انواع گوناگون سازمان‌ها اشاره می‌کند. سازمان مردم‌نهاد در کلی‌ترین معنا، سازمانی است که به طور مستقیم بخشی از ساختار دولت محسوب نمی‌شود، اما به عنوان واسطه بین فرد فرد مردم (اتم‌های اجتماع) و قوای حاکم و حتی خود جامعه نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند.

ارتباطات نقش اساسی ایفا می‌کند. مدیریت ارتباط با مخاطبان (جامعه‌ی هدف)، این امکان را برای سازمان‌ها فراهم می‌آورد که قدرت بیشتری برای تشخیص فرصت‌های پدیدار شده در جامعه داشته باشند و توان رقابتی خود را افزایش دهند. از طرفی مخاطبان، جذب تشکلهایی می‌شوند که رفتاری منطقی نشان می‌دهند و قادرند نیازهای مخاطب را سر و سامان دهند و به هدف دست یابند. برگ برنده در دست این دسته از تشکلهاست. آنان با جلب توجه مخاطب، در او علاقه ایجاد می‌کنند؛ با رضایت خاطر به سؤالات او جواب می‌دهند؛ انگیزه‌های او را ارتقاء می‌بخشند و می‌دانند چگونه در او تأثیرگذار باشند. این فاکتورها، عامل سنجش عملکرد مدیران محسوب می‌شود.

سؤالی که این‌جا مطرح می‌شود، این است که چرا و چگونه باید با دیگران ارتباط برقرار کنیم و به‌منظور افزایش این ارتباط، چه کارهایی باید انجام دهیم و چه کارهایی نباید. برای این‌که بتوانیم شناخت بهتری از ارتباط پیدا کنیم، ابتدا به تعریف ارتباط می‌پردازیم.