



وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی  
معاونت بهداشت  
دفتر آموزش و ارتقای سلامت

# مهارت های ارتباطی جهت انجام نیازسنجی سلامت جامعه

برنامه ملی نیازسنجی سلامت جامعه

دکتر طاهره دهداری

۱۳۹۶

اسلايد شماره ۱



# رئوس مطالب:

- تعریف ارتباط
- ویژگی های یک ارتباط اثربخش
- لزوم آشنایی با مهارت های ارتباط با مخاطب جهت انجام نیازسنجی
- راه های کسب اعتماد مخاطب در جریان نیازسنجی
- لزوم شناخت اقلیت ها و فرهنگ های مختلف برای انجام نیازسنجی
- مهارت پرسش از مخاطب در جریان نیازسنجی
- مهارت ارائه همدلی در جریان نیازسنجی
- مهارت گوش کردن فعال در جریان نیازسنجی
- مهارت استفاده آگاهانه از زبان بدن در جریان برقراری ارتباط به منظور انجام نیازسنجی
- مهارت ارائه پاسخ های بازتابی در جریان نیازسنجی
- ارتباط با مخاطب در نیازسنجی توسط تلفن

# اسلايد شماره ۲



## تعریف ارتباط

ارتباط عبارت است از فرایند انتقال پیام از سوی فرستنده به گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود.



## ویژگی های یک ارتباط موثر

ارتباط صحیح و مورد انتظار بین افراد وقتی تحقق می یابد که ایده ها، واقعیات، عقاید، گرایش ها و یا احساساتی که فرستنده پیام قصد انتقال آنها را داشته است، همان هایی باشد که توسط گیرنده دریافت و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.



# ملاک های موثر بودن ارتباط

۱. درک
۲. لذت یا مسرت از برقراری ارتباط با دیگران
۳. تاثیرگذاری در نگرش های مخاطب
۴. گسترش روابط و رفع سوء تفاهم ها
۵. انجام رفتار

# مهارت های ارتباط با مخاطب جهت انجام نیازسنجی

برقراری ارتباط مناسب، برای نیازسنجی سلامت جامعه ضرورت دارد.







## برای داشتن یک ارتباط مناسب، شما باید:

- اعتماد جامعه را به دست آورید.
- به حریم خصوصی افراد حساس باشید.
- از حساسیت ها و زمینه های فرهنگی مخاطبان آشنا باشید.
- با دغدغه های موجود در محیط زندگی مخاطبان آشنا باشید.



## شما به عنوان یک کارشناس برای انجام نیازسنجی بایستی:

- خودتان را به جامعه / مخاطب معرفی کنید.
- جریان ارتباطی باز و دوسویه برقرار کنید.
- فرایند ارتباط را توضیح دهید.
- یک چشم انداز در مورد اهداف و انتظارات خود بیان کنید.
- به مخاطب / مخاطبان بگوئید که با دقت به پاسخ های آنها توجه می کنید.



## اصول اساسی در شروع ارتباط

اگر می خواهید با فردی ناآشنا ارتباط برقرار کنید باید به سوالاتی که حین نزدیک شدن به او برایش پیش می آورید پاسخ دهید: "شما که هستید؟"، "چه می خواهید؟" و از همه مهم تر "کی می روید؟".



## اصول ارتباط مؤثر با جامعه برای انجام نیازسنجی

شما در فرایند ارزیابی نیازهای بهداشتی جامعه، با چالش های اساسی در برقراری ارتباط با مردم روبرو هستید. چرا که:

**اولاً:** عمدتاً اصطلاحات و اطلاعات مورد نیاز در جهت انجام نیازسنجی، ماهیت فنی و تخصصی دارند و همه اعضای جامعه مهارت لازم را در این مورد ندارند. شما باید اطلاعات را به صورت ساده و قابل فهم (البته صحیح و دقیق) به مردم/مخاطبان ارائه کنید.



**دوماً:** تعدادی از اعضای جامعه، دارای احساسات و نظرات تند و خشنی در مورد محیط و جامعه خود هستند.

در اینجا برقراری ارتباط نه تنها مستلزم تبادل اطلاعات، بلکه نیازمند گوش دادن فعال، درک، احترام گذاشتن و پاسخ مناسب به احساسات و دغدغه های اعضای جامعه است.



بنابراین کارشناسان شاغل در بخش بهداشت و درمان، باید با اصول اولیه برقراری ارتباط آسان و شفاف با جامعه آشنا باشند.



## برقراری ارتباط همراه با حساسیت و احترام

برای کسب اعتماد اعضای جامعه، شما باید به دغدغه ها و نیازهای بهداشتی بیان شده توسط آنها حساس بوده و به آن احترام بگذارید. این جنبه از ارتباطات، برای جلب اعتماد و اطمینان جامعه به شما، ضرورت دارد.



## به منظور کسب اعتماد جامعه شما باید اقدامات زیر را انجام دهید:

۱. خوب بشنوید، سپس پاسخ بدهید. البته پاسخ شما باید بی غرض و توأم با همدلی باشد.

شنونده خوبی باشید. با احترام و بدون قضاوت عمل کنید و به نیازها و دغدغه های اعضای جامعه حساس باشید.





شما باید عواملی مانند احساسات و ارزش های افراد، استرس های روانشناختی ناشی از زندگی در یک محیط آلوده و مفهوم آنان از خطرات متفاوت را بشناسید.

چرا که این عوامل می توانند بر پاسخ آنها به سوالات نیازسنجی تاثیرگذار باشند.



## ۲. از مقایسه خطرات مختلف پرهیزید.

جامعه علمی و اعضای جامعه اغلب درک و برداشت متفاوتی از خطر دارند. برای مثال جامعه علمی تمایل دارد خطر را از نقطه نظر کاملاً عینی تعریف کند.



از طرفی، اعضای جامعه اغلب برای تعریف خطر تحت تاثیر عواملی چون اعتقاد، هیجان (ترس، خشم، بی اعتمادی و غیره)، شایعه و غیره قرار می گیرند و اغلب، خطر را به صورت تحمیل شده بر خود می بینند (و پذیرش خطر را به صورت داوطلبانه (مثلاً مصرف سیگار) در نظر نمی آورند).



در بسیاری از موارد، جامعه علمی بیشتر به خطرات موجود در یک گروه (به جای عموم) علاقمند است.

در برخی موارد نیز ممکن است عموم جامعه، عمق و شدت خطرات را خیلی بزرگ تر از جامعه علمی معرفی کنند.



برای اینکه اعضای جامعه اطمینان یابند که دغدغه های آنها مورد توجه است، باید از مقایسه خطرات مربوط به یک جمعیت/گروه با انواع دیگر خطرات اجتناب شود. مقایسه خطرات توسط شما سبب می شود جامعه احساس کند که شما به دغدغه های آنان اهمیتی نمی دهید و آن را درک نمی کنید.



۳. از تفاوت های بین افراد آگاه باشید و به آنها احترام بگذارید.

برای برقراری ارتباط موثر لازم است از وجود تفاوت بین افرادی که با آنها در یک مکان در تماس هستید، آگاه باشید.

تیم نیازسنجی باید به فرهنگ ها و نیازهای گروه ها و قومیت های مختلف ساکن در جامعه آشنا باشد.



## ۴. از قول دادن و اطمینان دادن بی خود پرهیزید.

برای جلوگیری از اعتماد جامعه، شما نباید خدمات، متریال یا راه حل خاصی را ارائه دهید که بعداً نتوانید آن را در خدمت مردم بگذارید. اگر شما جواب سوالی را نمی دانید، به آن فرد بگوئید که نمی دانید و بعداً پاسخ او را می دهید.



## برقراری ارتباط به صورت روان (شفاف) و با دقت

برای برقراری ارتباط شفاف و واضح در جهت انجام نیازسنجی، باید از زبان فارسی روان استفاده کنید. اطلاعات پیچیده نباید به مخاطب ارائه کرد. مخاطبین با اصطلاحات فنی و تخصصی آشنا نیستند و لازم است این مفاهیم و اصطلاحات به زبان ساده برای آنها توضیح داده شود.

از به کار بردن کلمه ای که از حرف اول کلمات دیگر تشکیل شده خودداری کنید.





- از به کار بردن اصطلاحات فنی و زبان تخصصی یک رشته و حرفه بپرهیزید.

- تا آنجا که امکان دارد از کلمات ساده استفاده کنید (مثلاً تنفس به جای استنشاق).

- اگر در جایی لازم بود یک اصطلاح فنی بکار ببرید، لازم است مقداری در مورد آن توضیح دهید.



- تا آنجا که امکان دارد از بیان اکتیو (فعال) به جای پاسیو (غیرفعال) استفاده کنید. بیان اکتیو به معنی گذاشتن فاعل جمله قبل از فعل است. مثلاً مرکز بهداشت A یک نیازسنجی از فلان محل انجام داده است.  
در جملات اکتیو، از جملات کمتری استفاده می شود و بیشتر مستقیم بوده و قابل فهم تر از جملات پاسیو است.

- از جملات کوتاه استفاده کنید. جملات بلند را می توانید به چند بخش تقسیم کرده و ارائه دهید.



- استفاده از مثال ها، داستان ها و قیاس ها می تواند درک عمومی جامعه را از موضوع نیازسنجی افزایش دهد.

- مطمئن شوید که سطح جملات شما متناسب با سطح سواد جمعیت هدف می باشد. می توانید از یک یا چند عضو جامعه بخواهید که به شما بازخورد دهد و منظور شما را بیان کند.



- از به حداقل رساندن خطر بپرهیزید. اطلاعات شما باید صحیح و دقیق (خصوصاً در مورد خطرات) باشد. صریحاً مشخص کنید که چه هنگام یک خطر وجود دارد یا وجود ندارد؟ چرا و یا چرا نه؟



## یک رویداد / ماجرا را نقل کنید.

اگر اطلاعات در یک سبک سازمان دهی شده ارائه شود و اطلاعات غیرمرتبط حذف شوند، فهم آنها برای مخاطب آسان تر می شود. سعی کنید **یک ماجرا به ترتیب وقوع زمانی** برای مخاطبین بیان کنید و در آن توضیحات اضافه را حذف کنید. ارائه ماجرا، یک سبک سازمان دهی اطلاعات خصوصاً برای عموم می باشد.



## مثال

در دهه ۱۹۵۰، بیماری های عفونی مانند سرخک، آبله و غیره عامل مرگ بسیاری از انسان ها بود. سی سال بعد یعنی در دهه ۱۹۸۰، به دلیل پیشرفت اقتصادی- اجتماعی، میزان مرگ و میر از این بیماری ها کاهش یافت. امروزه، مهم ترین عامل مرگ و میر، بیماری های غیر واگیر مانند قلبی-عروقی است. عوامل خطر زیادی در بروز این بیماری نقش دارند. به نظر شما کدام یک از عوامل خطر در جامعه و منطقه زندگی شما وجود دارد؟.....



## بی طرف و صادق باشید.

بی طرف باشید (حتی تن صدای شما باید بی طرف باشد) و بین حقایق و دیگر اطلاعات (مانند نظرات و داوری ها) تفاوت قائل شوید. اگر اطلاعاتی در دسترس نبود و نتیجه گیری خاصی مشخص نشد، به سادگی این موضوع را بیان کنید.



## به عنوان مثال)

فلان مرکز بهداشت اقدام به جمع آوری اطلاعاتی در مورد نیازهای ساکنین منطقه ۲ نمود. به دلیل کمبود اطلاعات، این مرکز نمی تواند نتیجه نهایی نیازسنجی را ارائه دهد. جمع آوری اطلاعات بیشتر لازم می باشد.





اگر پس از انتشار نتایج و نتیجه گیری از نیازها برای عموم، داده جدیدی پیدا شد که سبب شد نتایج نیازسنجی شما تغییر یابد، شما باید به صورت شفاف توضیح دهید که چرا و چگونه اطلاعات جدید منجر به نتیجه گیری متفاوت شده است.

اگر شما دریافتید که اطلاعات گمراه کننده یا کمتر دقیق ارائه کرده اید، باید آنها را تا حد امکان فوراً تصحیح کنید.



## اطلاعات را در زمینه مناسب خود قرار دهید.

شما نباید جامعه را دچار هراس کنید. شرایط ابتلا به فلان بیماری خاص را باید برای جامعه توضیح دهید.

از بیان جملاتی مانند “اشعه ایکس عامل سرطان است”، بدون اینکه توضیحی در مورد شرایطی که در آن سرطان رخ می دهد پرهیزید.



## از ارائه پیام های متضاد اجتناب کنید.

اگر اطلاعات متضاد ارائه کردید، باید بلافاصله تلاش کرده و پیام را بازنگری کنید و اعتبار مطالب گفته شده را بررسی کنید. هماهنگی بین نسخه های اولیه و نهایی نیازهای مشخص لازم است. نتیجه گیری نهایی نیازسنجی باید متناسب با اطلاعات کسب شده از جامعه باشد.



# لزوم شناخت اقلیت ها و فرهنگ های مختلف برای انجام نیازسنجی

در جامعه ای که ما قصد تعیین نیازهای آنها را داریم، اقلیت ها، قومیت ها و گروه های مختلف با زبان های متفاوت وجود دارند.

برای برقراری ارتباط موفق با آنها، باید در مورد همه این فرهنگ ها و زبان ها حساس باشید و به آنها توجه کنید.



در شروع کار با یک جامعه و شناختن محیط آن، اعضای تیم نیازسنجی باید همه گروه های ساکن در آن جامعه (مانند قبیله، اقلیت ها) را دقیقاً شناسایی کنند و توسط تلفن یا مصاحبه های چهره به چهره، اطلاعات اولیه لازم را به دست آورند.



این اطلاعات اولیه می تواند به ما کمک کند که مشخص کنیم آیا لازم است در فرایند نیازسنجی مشکلات موجود در زمینه سلامت، ارتباط فرهنگی بیشتری با فلان گروه خاص داشته باشیم یا خیر؟



در طول مراحل اولیه سنجش نیازهای بهداشتی جامعه، برقراری ارتباط با سازمان های محلی یا رهبران جامعه می تواند سبب شناخت بیشتر شما از فرهنگ جامعه شود. مثلاً در جایی که جمعیت عشایری وجود دارد، می توانید به سازمان عشایری یا ادارات مرتبط مراجعه و اطلاعاتی نسبت به فرهنگ عشایر و سایر مختصات آنها به دست آورید.



در کل، مهارت های لازم در جهت برقراری ارتباط با مخاطب به منظور انجام نیازسنجی عبارتند از:

۱. پرسیدن سؤالات باز
۲. توجه و آگاهی از زبان بدن (ارتباطات غیر کلامی)
۳. گوش کردن فعال
۴. همدلی
۵. ارائه پاسخ های بازتابی





در اسلایدهای بعدی به توضیح این موارد پرداخته  
می شود.

# اسلايد شماره ۳

# نحوه پرسش از جامعه در جهت انجام نیازسنجی

یکی از مهم ترین اجزای نیازسنجی، پرسیدن سوالات باز است.

این سوالات با عباراتی مانند چه کسی، چگونه، چرا، چه موقع و کجا شروع می شوند و مستلزم پاسخی بیشتر از بله یا خیر هستند.





در عوض سوالات بسته، پاسخ مخاطب را به بله یا خیر محدود می کنند. از پرسیدن سوالات بسته باید اجتناب شود.



## مثال:

سوال (۱) شما که می دانید چه نیازهایی در محله شما وجود دارد؟  
سوال (۲) شما که با نیازهای بهداشتی جامعه آشنا هستید؟  
پاسخ) بله یا خیر  
سوال اول بسته و سوال بعدی هدایت کننده پاسخ است.

## مثال:

سوال (۳) نیازهای بهداشتی موجود در محله خود را بیان کنید؟  
پاسخ) در محله ما مشکلاتی مانند عدم دفع مناسب فاضلاب و ... وجود دارد.  
این سوال باز است.



بهتر است از طرح سؤالاتی که با چرا شروع می شوند، خودداری کنید. چون حالت قضاوت داشته و گاهی به این معنی است که شما دارید فرد را محاکمه و بازخواست می کنید و یا از او ایراد می گیرید. به جای آن بهتر است از چه و چطور استفاده نمائید.

## مثال

چرا فکر می کنید که ..... ؟

(سوال نامناسب)

چه چیزی باعث می شود فکر کنید که ..... (سوال مناسب)



## مثال

چرا این کار را انجام دادید؟  
(سوال نادرست)

چه اتفاقی برای شما رخ داد، هنگامی که این کار را انجام دادید؟  
(سوال درست)

## نکاتی پیرامون طرح پرسش از جامعه در جهت نیازسنجی

- اگر مخاطب مایل نیست به سوالی پاسخ دهد، مجدداً آن را تکرار ننمائید.

- از طرح چند سوال به طور همزمان خودداری نمائید.

- سعی نکنید با اجبار و اصرار، مخاطب را به دادن پاسخ سوال وادار کنید.



- از طرح سوالات دشوار و پیچیده خودداری کنید.





- تا حد امکان، از طرح سؤالاتی که ماهیت شخصی و خصوصی داشته و مخاطب مایل نیست به آن پاسخ دهد، خودداری کنید.

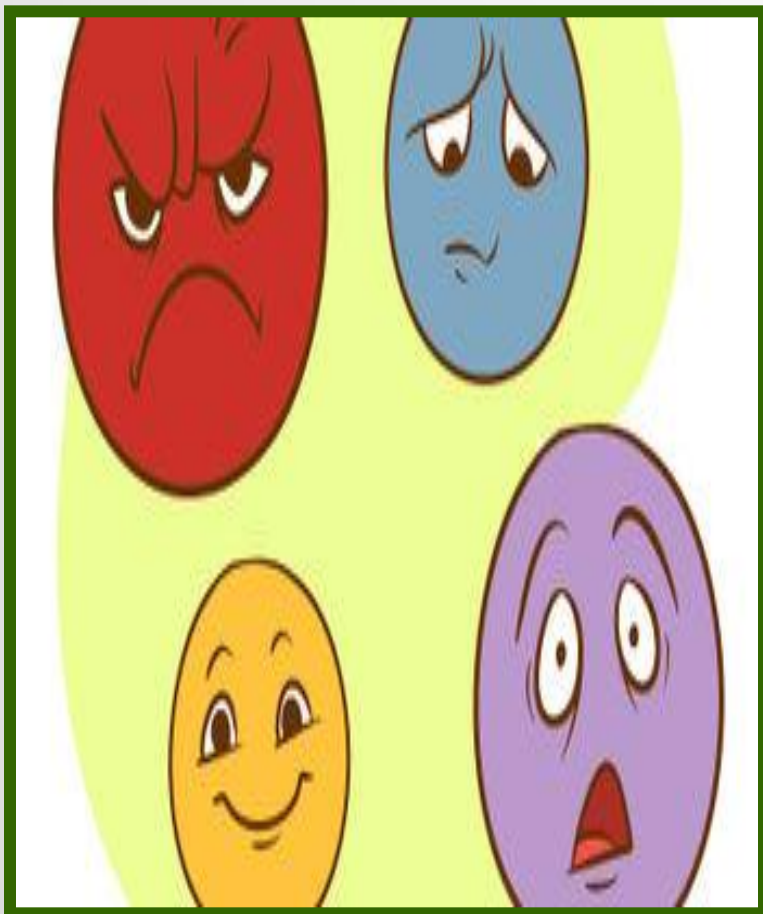
- اگر پاسخ مخاطب نادرست بود، سعی کنید از نشان دادن احساسات منفی خودداری کنید.



- انعطاف پذیری برای پرسیدن سوالات اهمیت زیادی دارد. به یک یا چند تا سوال، محدود نباشید.
- بلافاصله نیازهای مشخص شده در مصاحبه ها را مشخص و پیگیری کنید.
- مصاحبه ها را به طور کامل ضبط یا یادداشت کنید تا چیزی از قلم نیفتد. هر اطلاعاتی که مستندسازی نشود می تواند گم شده یا نیاز به مصاحبه مجدد را مطرح کند.

# اسلايد شماره ۴

## توجه به ارتباط غیر کلامی (ارتباط با زبان بدن) در جریان نیازسنجی



در برقراری ارتباط با مردم در جهت انجام نیازسنجی، آشنایی و استفاده صحیح از مهارت های غیرکلامی (زبان بدن) اهمیت اساسی دارد.

اکثر افراد جامعه هنگامی که راهنماهای بدنی (پیام های غیرکلامی) گوینده متناسب با کلمات گفته شده او نباشد، پیام های غیرکلامی را می پذیرند.



## در ارتباط با مردم، استفاده از راهنماهای غیر کلامی زیر مناسب است:

- چهره اطمینان بخش و دوستانه به همراه تبسم
- تماس های چشمی متعدد (کوتاه و بدون خیره شدن)
- ظاهر مناسب
- ژست راحت، گرم و آرام
- حالت بدنی آماده شنیدن (کمی مایل به جلو)



- رعایت فاصله مناسب با مخاطب (بین ۴۵ تا ۱۲۰ سانتی متر)
- تغییر میزان صدا برای جلب توجه مخاطب (داد زدن ممنوع است)
- اجتناب از بیان هر گونه احساس منفی
- استفاده از صدای هم جنس و هم ارتفاع

## استفاده از راهنماهای غیر کلامی زیر نامناسب است:

- عدم برقراری تماس چشمی (نشان دهنده علاقه کم یا اعتماد کم می باشد)

- نداشتن فاصله مناسب و راحت با مخاطب

- سر خمیده و انداختن وزن روی یک طرف بدن (نشان دهنده عدم علاقه است) یا جلو دادن شکم

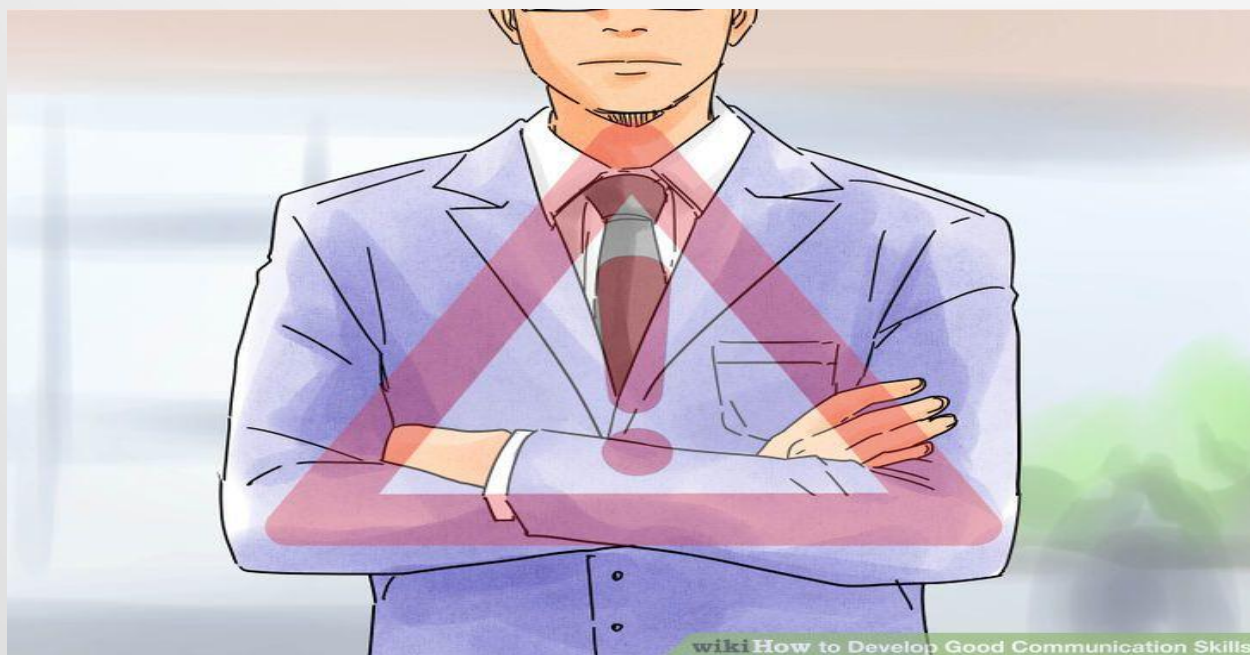
- محیط کار شلوغ



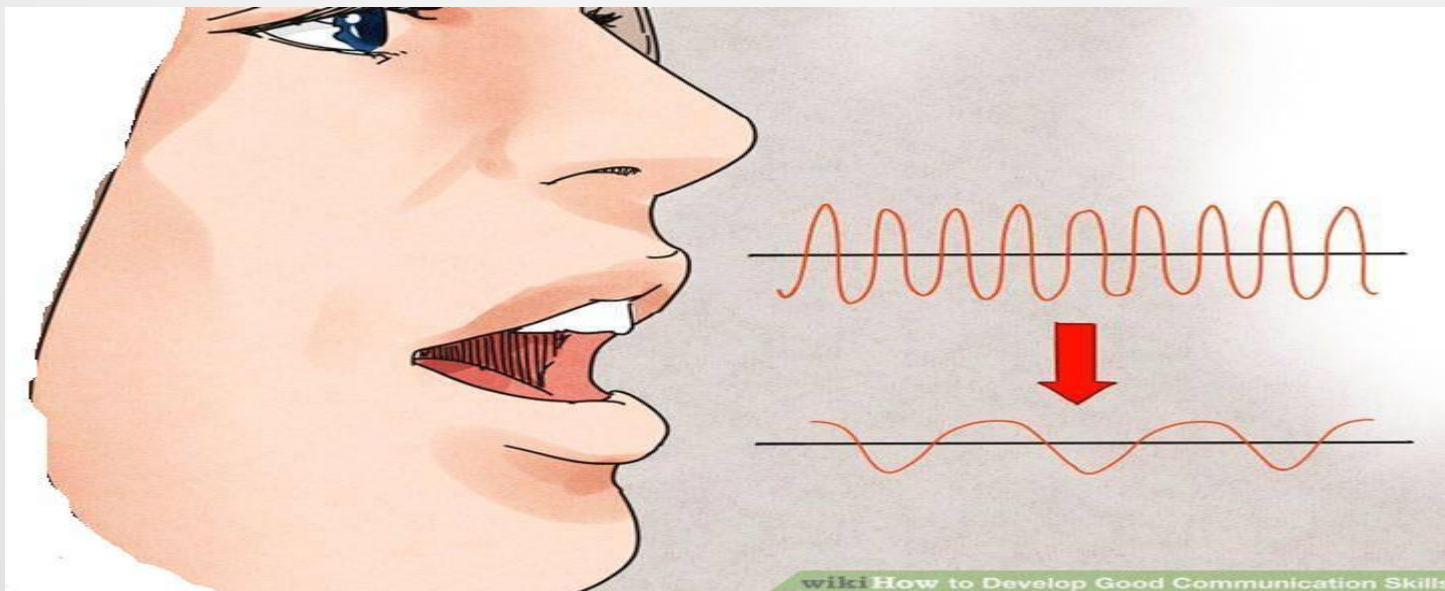
- تون صدای نامطلوب (سبب آشفتگی مخاطب می شود)
- نگاه کردن مرتب به ساعت
- نشان دادن اضطراب و بی قراری مانند فشردن دست ها یا کوبیدن کلید بر روی میز
- ایجاد اصوات نامناسب و بیجا مانند آه، وای، اوف و غیره
- خمیازه کشیدن یا اخم کردن



به عنوان مثال این سبک ایستادن (شانه ها افتاده و دست های رو هم افتاده) در ارتباط، به او این پیام را منتقل می کند که شما تمایلی به برقراری ارتباط ندارید.



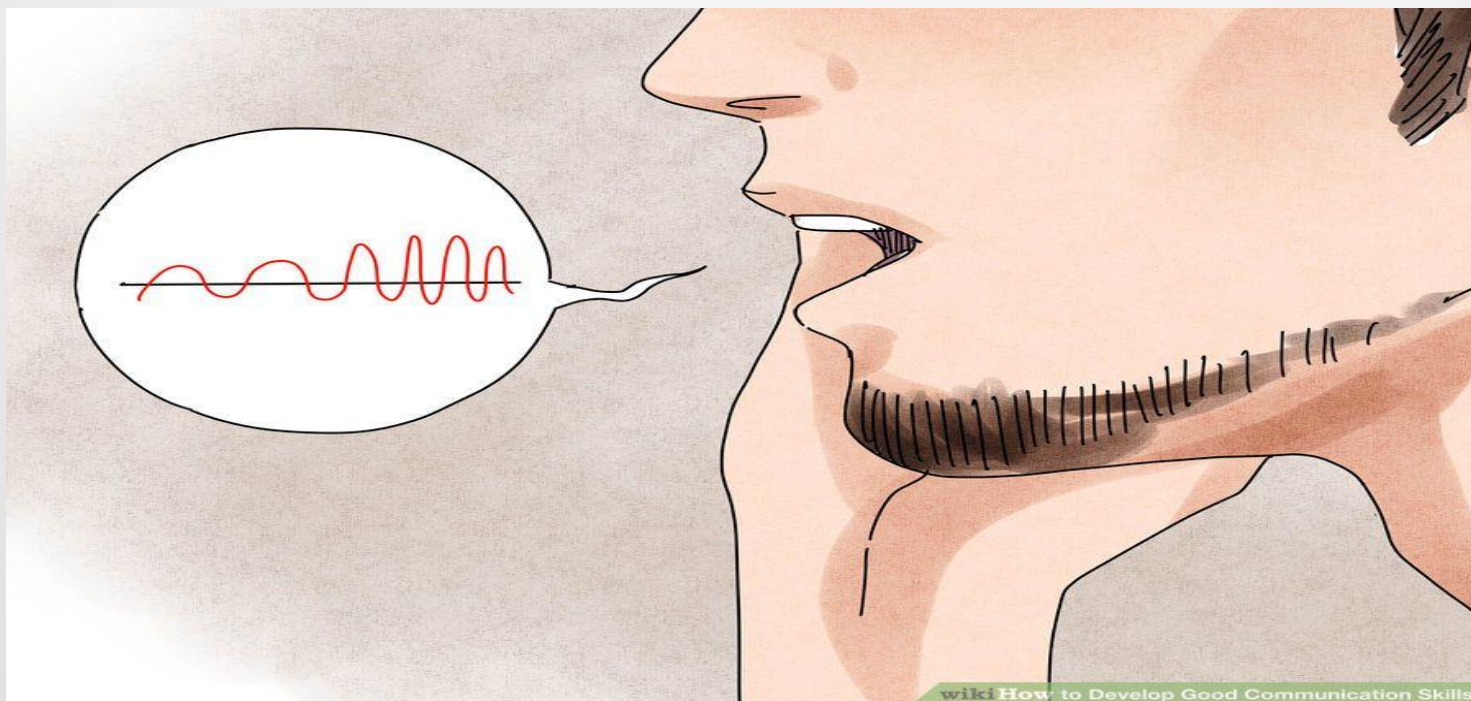
افرادى سريع صحبت مى کنند که عصبى هستند و به خودشان  
اعتماد ندارند.

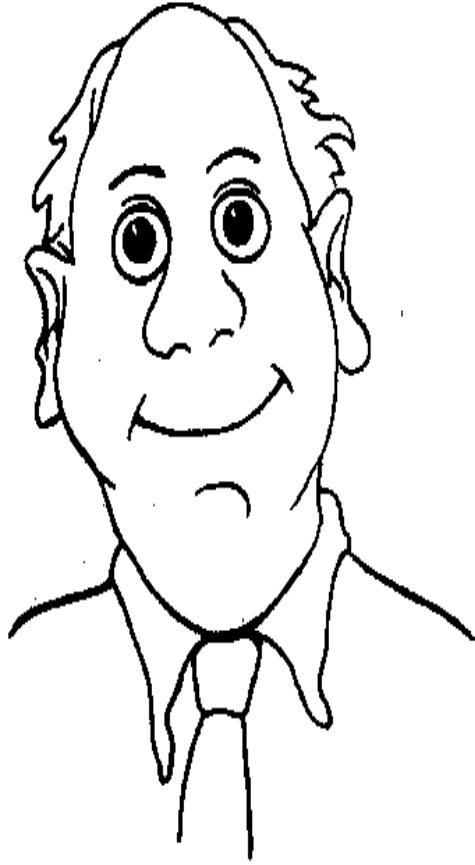


wikiHow to Develop Good Communication Skills



از یک تون صدای واحد نباید استفاده کرد و باید تن صدا را مرتب  
تغییر داد.

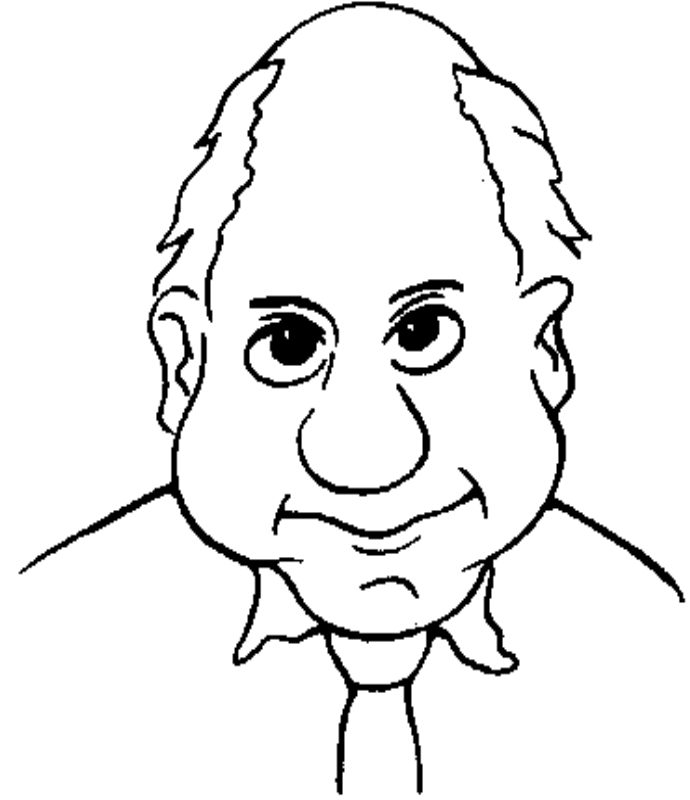




تصویر ۹۷) میزبان حالت علاقہ مندی

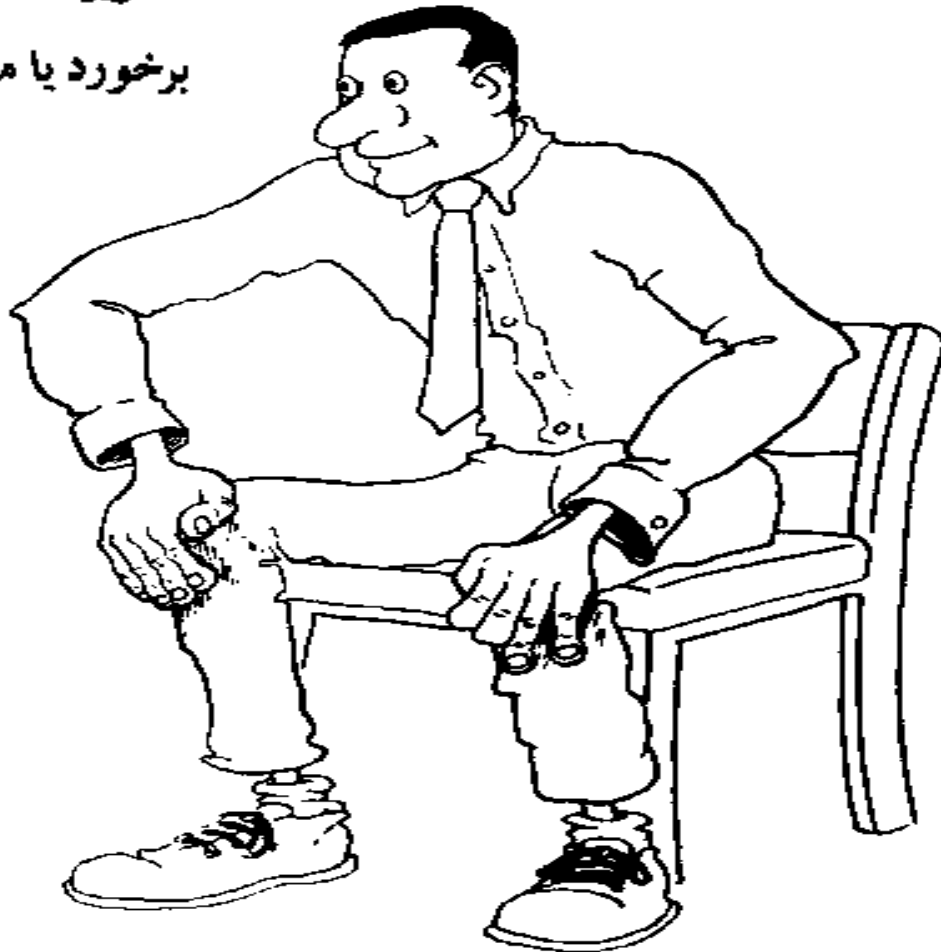


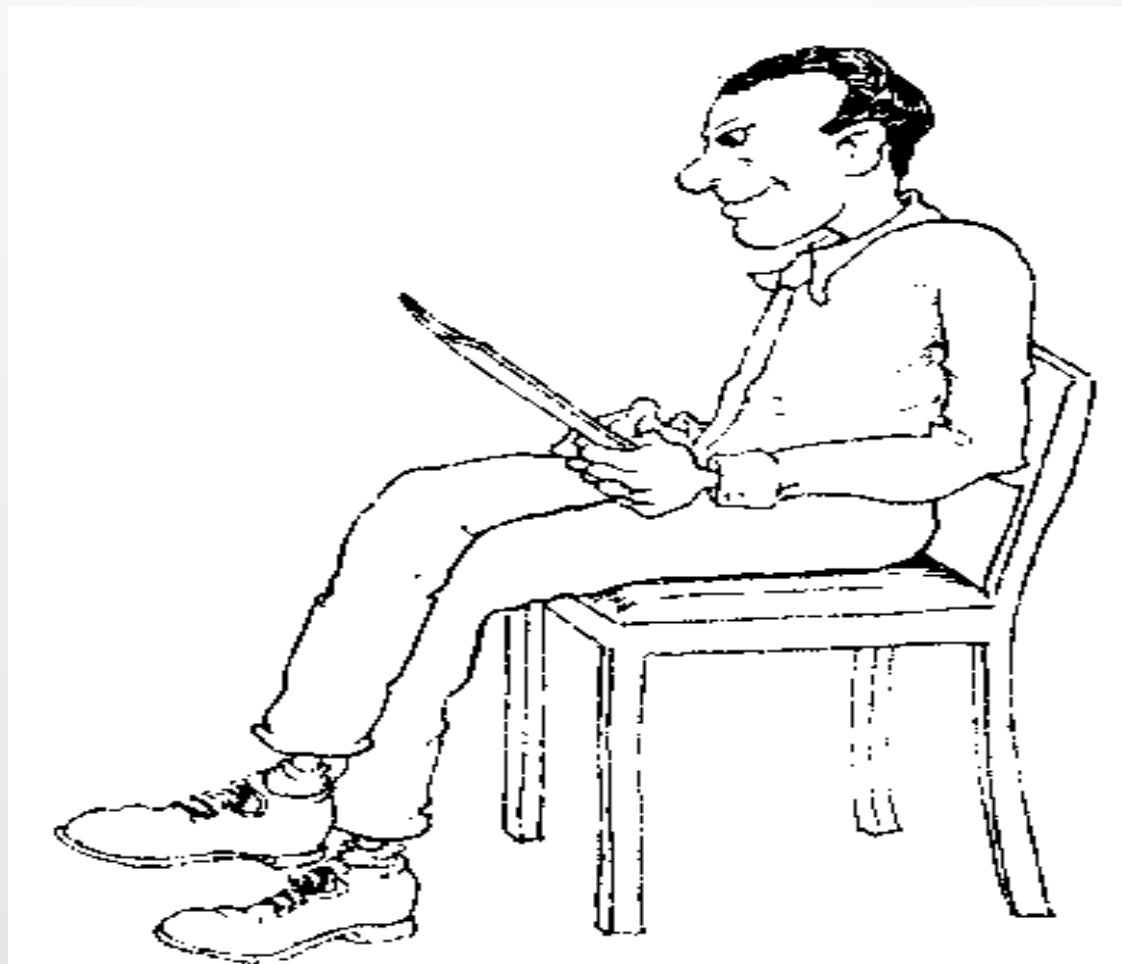
تصویر ۹۶) سر در حالت بی طرف (مختار)



تصویر ۹۸) سر الار حالت نارضاچی

تصویر ۱۰۴) آمادگی برای پایان دادن به یک  
برخورد یا مکالمه: دست‌ها روی زانو





تصویر ۸۲) حالت استاندارد روی هم گذاشتن پاها

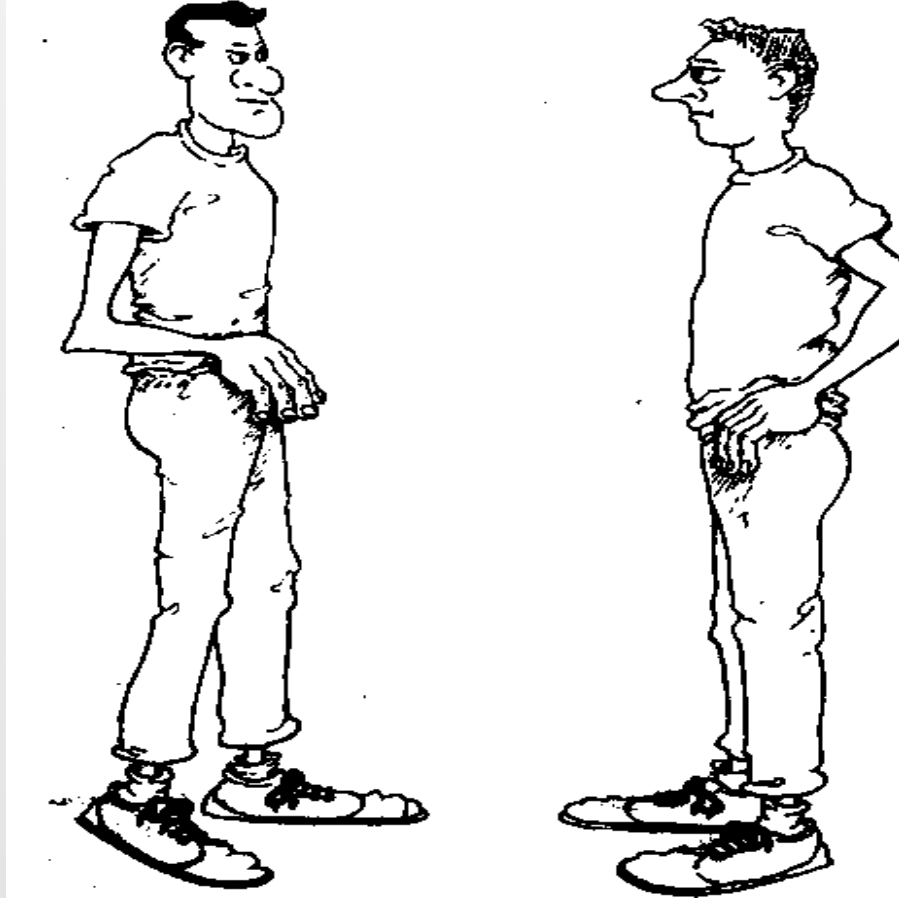


تصویر (۱۹۹) به تأخیر انداختن زمان



تصویر ۱۵۸- این زن نسبت به کسی که می‌بیند، احساس نارضایتی دارد. او نه سر خود را به سمت او برگردانده و نه بدنش را اما یک‌بری به او نگاه می‌کند در حالی که سرش کمی به سمت پایین برگشته (نارضایتی)، حالت دست به‌سینه کامل مشاهده می‌شود (دفاعی) و گوشه‌های لب او رو به پایین است.





تصویر ۸-۱) بروز مشکل

## روش بهبود مهارت های ارتباط غیر کلامی در جریان نیازسنجی از جامعه

**اول:** شفاف باشید و به وسیله زبان بدن خود، دوپهلو برخورد نکنید.





حرکات و بیانات چهره را با هوشیاری استفاده کنید. تلاش کنید که اشتیاق شما منعکس شود و حس همدلی را در شنونده ایجاد کند. از بیانات چهره ای منفی مثل بالا انداختن ابرو یا اخم کردن پرهیزید.



## دوم: ارتباط چهره به چهره برقرار کنید.





رابطه چشم در چشم، مشوق افراد برای برقراری  
ارتباط می باشد. افراد را متقاعد می کند که شما  
قابل اعتماد هستید و می تواند دغدغه هایش را به  
شما بازگو نماید.



در طول یک جلسه گفتگو، در صورت امکان باید در یک مدت زمان معقول، به چشم های افراد نگاه کرد. نگرستن طولانی مدت صحیح نیست. بهتر است در هر بار، در حدود ۲ تا ۴ ثانیه نگاه چشمی با مخاطب داشته باشید.



به خاطر داشته باشید که اگر با جمعی از مخاطبان سر و کار دارید، به همه آنها نگاه کنید. نگاه نکردن به حتی یک فرد، می تواند برای او توهین تلقی شود.

آگاه باشید که تماس چشمی یک موضوع فرهنگی می باشد. این امر در برخی از فرهنگ ها، ناپسند یا مغشوش کننده فرض می شود. این موضوع را در نظر داشته باشید.



**سوم:** برای ارتباط بهتر، نفس بکشید و مکث کنید.







در مکث کردن، قدرت زیادی نهفته است. برخی بیان می کنند که این مکث و وقفه سبب می شود مخاطب به سمت شما خم شده (مایل شود) و به صحبت های شما بیشتر گوش کند.

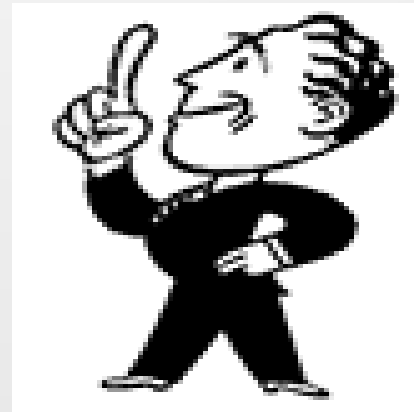
ضمناً به شما کمک می کند تا بر نقطه نظرات خود تاکید کنید و به شنونده فرصت برای هضم مطالب گفته شده را می دهد.



قبل از شروع ارتباط، به صورت مدام و پیوسته کمی نفس عمیق بکشید. این عادت را بطور منظم در طول یک گفتگو استفاده کنید. تنفس عمیق به شما کمک می کند که یک وضعیت باثبات پیدا کنید و خودتان را آرام کنید.

بین صحبت های خود، چند لحظه مکث کنید و به خودتان استراحت دهید.

# چهارم: به تاثیرگذاری حرکات دست خود توجه کنید.





✓ با دقت از دستان خود استفاده کنید. آگاه باشید که همان طور که صحبت می کنید، دستان شما نیز در حال انتقال معنی هستند.

✓ برخی از حالات دست می توانند سبب حواس پرتی و یا حتی اهانت به برخی از شنوندگان و در نتیجه خاتمه گفتگو یا گوش دادن شوند.



**پنجم:** به دیگر علائم و حرکات بدنی خود توجه کنید.





به همه حرکات خود توجه کنید. به عنوان مثال مواظب حرکت چشمان خود باشید. دست های خود را از جیب بیرون آورید. هیچ وقت خصوصا برای مخاطبان زن، از بغل ارتباط برقرار نکنید.

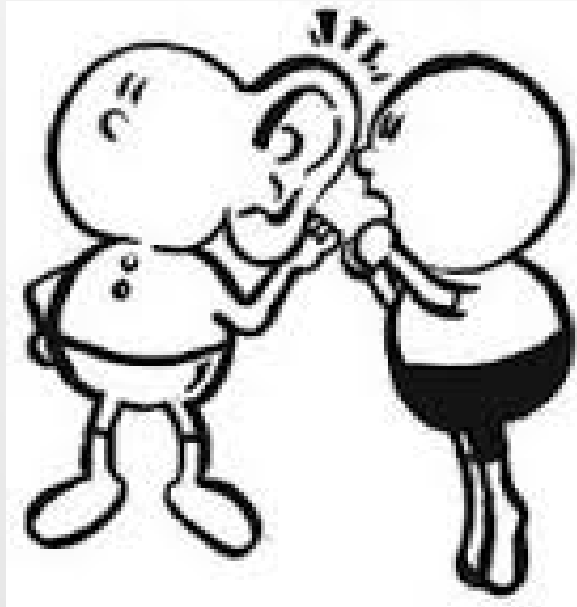


هنگام ارتباط حتماً ارتفاع مجاز را رعایت کنید. یعنی اینکه کسی که نشسته هرگز ایستاده با او رابطه برقرار نکنید و بر عکس. همین حرکات کوچک می تواند در برقراری ارتباط و اثربخشی پیام شما تاثیرات زیادی بگذارد.

# اسلايد شماره ۵



# گوش کردن فعال در جریان نیازسنجی از مخاطب



**Active listening**



**شنیدید می گن :**

کو

گوش شنوا؟



یکی از مهم ترین مهارت های ارتباط با افراد جامعه در جهت انجام نیازسنجی، گوش کردن فعال است.

اکثر افراد شنونده خوبی نیستند. این در حالی است که افراد از اینکه نقطه تمرکز باشند و صحبت های آنها شنیده شود، احساس خوبی خواهند داشت.



❖ به عنوان یک کارشناس نیازسنجی شما باید به ایده ها و نظرات مخاطبان کاملاً گوش کنید.

❖ به احساسات و زبان بدن آنها کاملاً توجه کنید. صحبت افراد را قطع نکنید.



❖ احساسات، افکار و اندیشه های خود را رها کنید و بطور کامل به صحبت های افراد گوش کنید و به اصطلاح پا در کفش گوینده نکنید.

❖ آنچه گوینده در مورد نقطه نظرات خود بیان می کند را بپذیرید.



❖ به صورت دوره ای، با زبان خود، مهم ترین ایده یا احساس بیان شده توسط گوینده را تکرار کنید. دقت کنید که تنها ایده های گوینده را انعکاس دهید. هیچ قضاوت یا پیشنهادی در مورد ایده های گوینده انجام ندهید.



# فیلتر های شنود در ارتباط

۱. فیلتر حذف

۲. فیلتر تحریف

۳. فیلتر تعمیم



❖ اجازه بدهید که گوینده اگر توضیح اضافی یا اصلاحاتی در مورد تکرار صحبت های خود توسط شما دارد، آن را بیان نماید.

❖ به دقت بشنوید و به مخاطب نگاه کنید تا ایده و نظری را از قلم نیندازید.





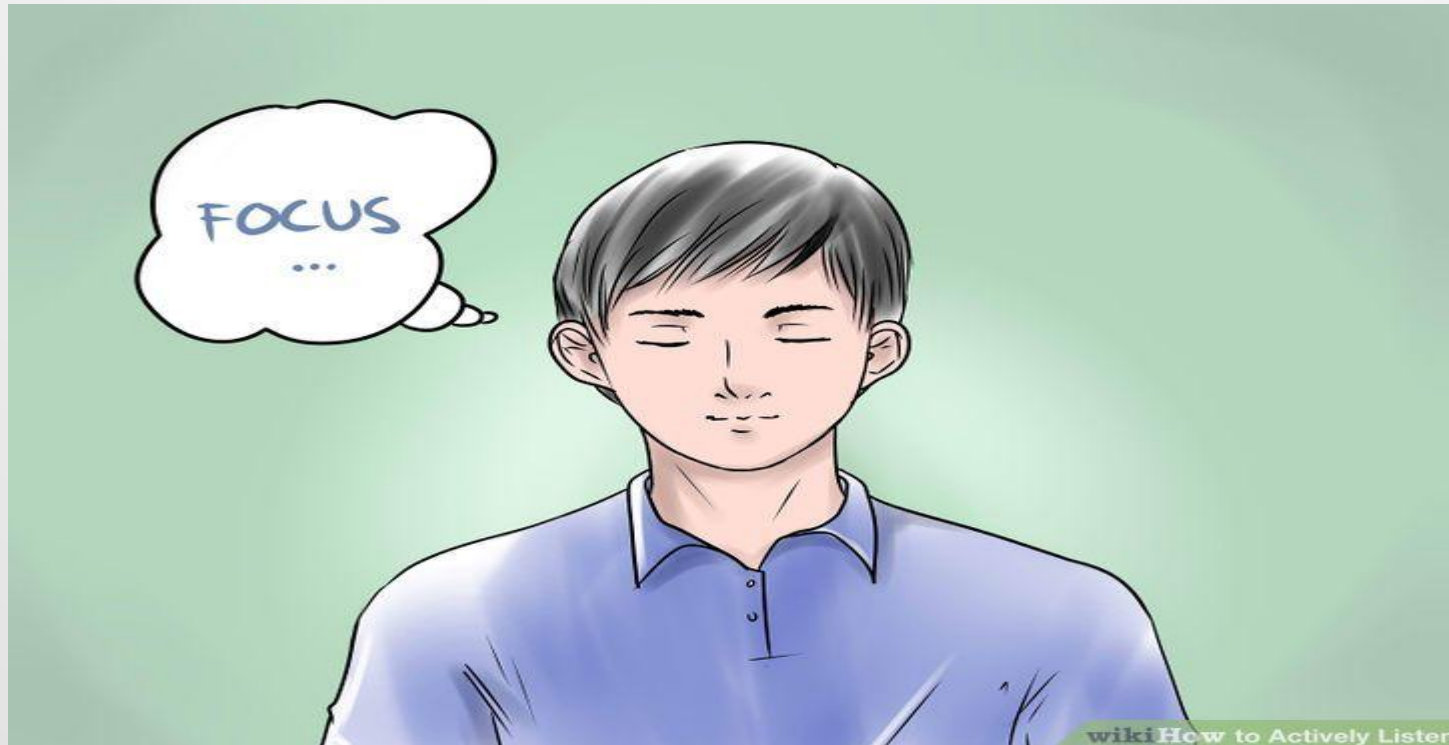
❖ هنگامی که ایده و نظر اول مخاطب برای شما کاملاً روشن شد و جا افتاد، می توانید به ایده های بعدی گوش کنید. اگر نوبت شماست که صحبت کنید می توانید ایده های خود را بیان کنید.

# شما می توانید این مهارت را طی گام های زیر افزایش دهید:





## گام اول: از نظر روانی آماده شوید.





- در یک فرایند ارتباطی، ذهن خود را پاک کرده و سعی کنید به صحبت های طرف مقابل، بیشتر و بیشتر توجه کنید.



- به افراد بگوئید که دارید به صحبت های او گوش می کنید. تلاش کنید که فقط بر صحبت های آنها متمرکز باشید و نگذارید هر عاملی مانند وجود صداهای مزاحم به ذهن شما وارد شده و حواس شما را پرت کند.



- از هر چیزی که حواس شما را پرت می کند اجتناب کنید.  
هر گونه فعالیت یا صحبت با افراد دیگر را متوقف کنید.

- ذهن خود را از احساسات و ایده هایی که منتظرید طرف  
مقابل آن ها را بیان کند، پاک کنید.



- به تجارب قبلی افراد در مورد فلان مشکل یا نیاز موجود در جامعه به دقت گوش کنید.

- برخی از سخنان مخاطب را فیلتر نکنید و همه را بشنوید.

- در طول توضیحات افراد، راه حل ارائه ندهید و اظهار نظر نکنید.



## گام دوم: حواس خود را جمع کنید.







شنونده خوب بودن نیازمند آن است که شما نه فقط به کلام و سخنان مخاطب، بلکه به زبان بدن او (که سبب ادراک بهتر پیام های او می شود) نیز توجه داشته باشید. **لذا می توانید تکنیک های زیر را استفاده کنید:**

- از نظر بدنی در وضعیتی قرار بگیرید که بتوانید ارتباط خوبی با افراد برقرار کنید.

- رو در روی آنها قرار بگیرید و به سمت آنها مایل شوید.

- با مخاطب، تماس چشمی برقرار کنید.



- به زبان بدن مخاطب توجه کنید. اشارات و راهنماهای بدنی می تواند به شما اطلاعات خوبی در مورد احساسات و اهداف پنهان شده در پشت گفته های مخاطب ارائه دهد.

- بیشتر به ماوراء کلمات توجه کنید تا خود کلمات و واژه ها. هدف شما باید پی بردن به چیزی باشد که مخاطب سعی دارد به شما انتقال دهد. هر گونه قضاوت و پیشداوری توسط شما، مانع انتقال اطلاعات توسط مخاطب می شود.

**گام سوم:** اجازه دهید که مخاطب بدون هیچ وقفه ای، هر چقدر تمایل دارد به صحبت های خود ادامه دهد.





## گام چهارم: بازخورد ارائه دهید.





- با مخاطب، صادقانه و محترمانه برخورد کنید. بر صحبت های مخاطب تمرکز کنید و از دادن ایده های خود پرهیزید.

- به مخاطب بفهمانید که شما به او توجه دارید. مثلاً سر خود را تکان دهید، لبخند (با تبسم و نه تمسخرآمیز) بزنید و یا دیگر مشوق های جسمی را به کار ببرید. ضمناً می توانید از راهنماهای کلامی مانند "که این طور"، "متوجه شدم" و غیره استفاده کنید.



هنگامی که صحبت های مخاطب به اتمام رسید، به او در مورد چیزی که از صحبت های او متوجه شده اید، بازخورد دهید.

بهتر است یک لحظه ساکت باشید و به آنچه می خواهید پاسخ دهید، فکر کنید. بازخورد شما، باید کوتاه ارائه شود.

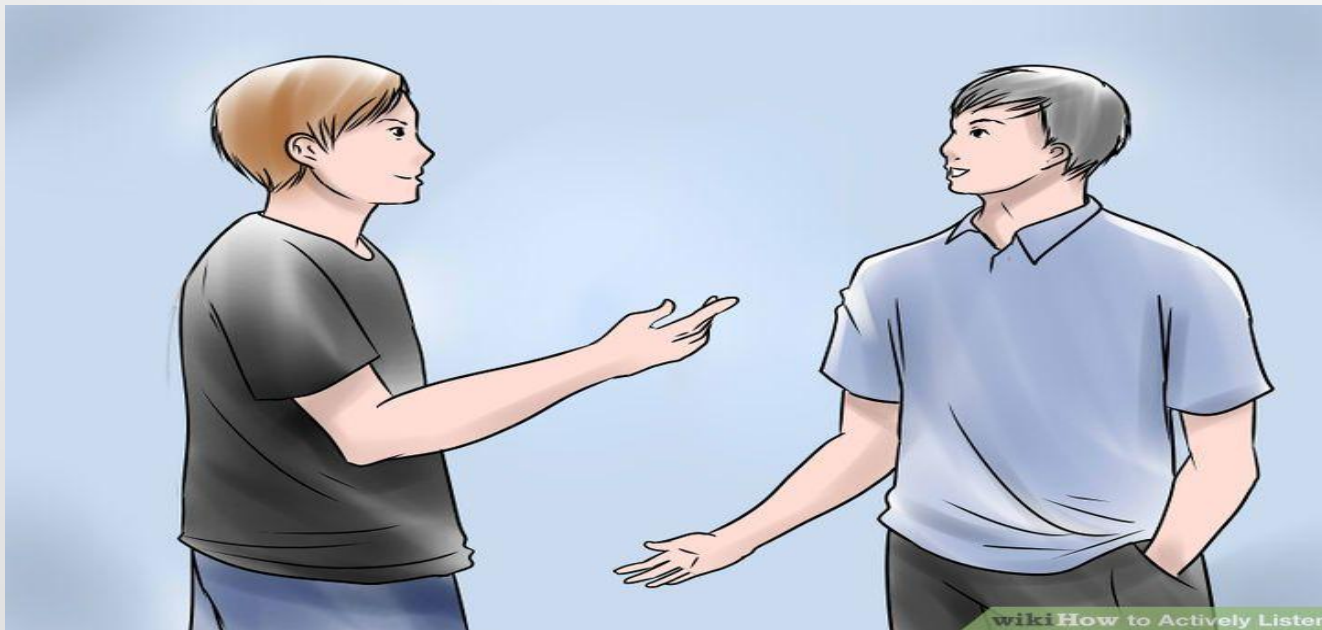


- به مخاطب اجازه دهید که قضاوت های نادرست شما از معنی پیام های ارائه شده توسط خود را دوباره توضیح دهید.

- اگر نیاز به اطلاعات بیشتری دارید، از مخاطب سؤالاتی بپرسید و از او بخواهید توضیح دهد.



**گام پنجم:** فرایند بازخورد را آن قدر تکرار کنید تا شما و مخاطب، محتوای پیام های رد و بدل شده را کاملاً متوجه شوید و به درک واحدی برسید.





# اسلايد شماره ٦

# مهارت ارائه پاسخ های بازتابی





پاسخ های بازتابی، به فرستنده پیام برگشت داده می شود.

در واقع این نوع پاسخ، نشان دهنده ادراک گیرنده از محتوای چیزی است که فرستنده ارسال کرده و احساساتی که دریافت کرده است.

این پاسخ سبب می شود که طرفین ارتباط، افکار خود را به یکدیگر منتقل کنند (حتی اگر موافق هم نباشد).



پاسخ های بازتابی، یک ابزار مفید برای رسیدن به توافق بین کارکنان بهداشتی - مخاطبین است.

## مثال

**مخاطب:** من در مورد این نیاز / مشکل مطمئن نیستم.  
**کارشناس:** به نظر می رسد که شما در مورد این نیاز / مشکل دچار شبهه هستید.  
یا  
به نظر می رسد که شما به وجود این نیاز /مشکل اطمینان ندارید.



پاسخ های بازتابی به شما اجازه می دهد که بدون  
قضاوت، همه احساسات و دغدغه های مخاطبان را  
پذیرید و با او ارتباط مناسبی برقرار سازید.



## نمونه ای از پاسخ های بازتابی:

- من استنباط می کنم که .....
- به نظر می رسد که شما می گوئید که .....
- پس شما معتقدید .....
- آیا منظور شما این است که .....
- یعنی شما می گوئید که .....
- آن طور که متوجه شدم .....
- به نظر می رسد که شما .....
- به نظر می رسد شما احساس می کنید که .....
- پس شما اعتقاد دارید که .....

اسلايد شماره ٧

# همدلی با مخاطب در جریان انجام نیازسنجی







یکی از مهارت های ضروری برای برقراری ارتباط موثر با مخاطب،  
**مهارت همدلی** است.

به این معنی که شما بتوانید دنیا را از دریچه چشم فرد مقابل نگاه  
کنید.

نکته مهم در همدلی، درک احساس طرف مقابل است و نه لزوماً  
موافقت و همدردی با وی.



از طریق همدلی است که شما می توانید خود را در موقعیت دیگران قرار دهید و درک کنید که آنها، چگونه احساس، ادراک یا فکر می کنند، چه تفسیری از وقایع دارند و رویدادها و محیط اطراف شان را چگونه می بینند.

لازم نیست لزوماً با احساس و افکار آنها موافق باشید یا درگیر احساسات آنها شوید.



برای برقراری یک ارتباط همدل، باید بتوانید رفتار و گفتار دیگران را بر اساس ملاک های ذهنی خودشان ارزیابی کنید. بسیار پیش می آید که ما در درک گفتار و نیت و رفتار دیگران دچار اشتباه می شویم.



اگر موقعیت یا شرایطی که مخاطب برای شما توصیف می کند، قبلاً توسط شما تجربه نشده است، باید این گونه تصور کنید که شما در شرایط مخاطب قرار دارید و احساسات او را از روی جملات و صحبت های او درک می کنید.



دقت کنید که در اظهار همدلی با مخاطب، کلمه  
و یا کلماتی را به جملات وی اضافه نکنید، به  
خصوص اگر این کار، قضاوتی را در بر داشته  
باشد.



## برای ایجاد همدلی باید ۳ اصل مهم را در نظر داشت:

۱. پرهیز از ارزیابی و قضاوت رفتار طرف مقابل
۲. درک احساسات و عواطف طرف مقابل
۳. باید کوشید آنچه دیگری بر اساس نگرش و توانایی خود تجربه کرده است، ما نیز تجربه کنیم.



# تعریف همدردی

همدردی زمانی پیش می آید که موقعیت مشابه مخاطب، قبلاً برای شما اتفاق افتاده باشد و در این شرایط ممکن است شما از جملات زیر در پاسخ به مخاطب استفاده کنید:

من هم قبلاً دچار همین مشکل شده ام یا من هم دقیقاً احساس شمار را قبلاً تجربه نموده ام.



دقت کنید که در صورت ایجاد احساس همدردی با مخاطب، ممکن است شما مورد بحث و سؤال قرار بگیرید و نه مخاطب. در این حالت ممکن است مخاطب از شما بپرسد که خوب وقتی که شما عصبانی شدی چکار کردی؟

بنابراین در جریان ارتباط با مخاطب، سعی کنید به طور جدی از همدردی خودداری ننمایید.





ای بسا دو ترک چون بیگانگان      ای بسا هندو و ترک همزبان  
پس زبان همدلی خود دیگر است      همدلی از همزبانی بهتر است



## واکنش‌هایی که در ایجاد همدلی تاثیر مثبت دارند عبارتند از:

- ایجاد فضای گرم و مثبت
- متوقف نمودن تمامی کارها برای گوش کردن به سخنان فرد مقابل
- نگرستن به دنیا از دریچه چشم فرد مقابل
- اجازه دادن به فرد مقابل جهت بیان آزادانه احساسات و افکار خود
- گوش کردن با روی باز به فرد مقابل، حتی علی‌رغم اینکه با احساسات، افکار و یا گفتار وی مخالف باشید.



- گوش کردن با ذهن باز، حتی اگر مورد انتقاد شدید و یا مخالفت قرار گرفتید.

- احترام گذاشتن به احساسات، افکار و عقاید فرد مقابل، هر چند که با آنها مخالف باشید.

- نشان دادن پاسخ ها و واکنش های مناسب به مخاطب و بیانات او

اسلايد شماره ۸

# مهارت های ارتباطی لازم جهت انجام نیازسنجی سلامت به صورت تلفنی



یکی از کانال های انجام نیازسنجی سلامت در شهرهای بزرگ، به صورت تلفنی است.



زمانی که با فردی به صورت حضوری صحبت می کنیم احساسات او را می توان در چهره و زبان بدن او دید، صورت و ظاهر فرد را می بینیم و خیلی ساده تر و راحت تر ارتباط برقرار می کنیم، اما در ارتباط و مذاکره تلفنی این اتفاق ها نمی افتد و ما فرد را نمی بینیم، اما ذهن ما بر اساس نوع گفتار مخاطب و صدای او تصویرسازی ذهنی می کند.



در ادامه به چند مهارت ارتباطی برای انجام نیازسنجی  
«به صورت تلفنی» پرداخته می شود.



## حتماً قبل از پاسخ به تلفن و شروع به مکالمه نفس عمیق بکشید

تلفن را درست نگه دارید. گرفتن گوشی تلفن در زیر چانه یا کنار زدن آن در حالی که دنبال چیزی می‌گردید، مانع از شنیدن شما به طور واضح می‌شود.





## هدف مند باشید و برنامه ریزی کنید

برنامه ریزی کنید که با چه کسی می خواهید تماس بگیرید؟ چه موضوعی باید مورد بررسی قرار گیرد و آمادگی کامل داشته باشید، حتما میز کار مرتب داشته باشید و یک تقویم و کاغذ و قلم نزدیک خودتان داشته باشید.



## **در محل و زمان مناسب مکالمه تلفنی را انجام دهید**

تلفن ها را زمانی که در آرامش هستید انجام دهید و نه زمانی که در ترافیک و غیره هستید.



## در ابتدای صحبت، نام و پست اداری خود را بگوئید

مکالمه را با جمله‌های پرانرژی و متفاوتی مثل «سلام. روز به خیر!» شروع کنید. می‌توانید در شروع تماس این جمله را بیان کنید: سلام بنده فلانی هستم از فلان مرکز بهداشت یا سازمان. الان زمان خوبی هست که من چند لحظه وقتتون رو (جهت انجام نیازسنجی پیرامون مشکلات بهداشتی-درمانی شما) بگیرم؟



## **لحن صحبت با کسانی که با آنها تماس می گیرید باید جدی، مهربان و با انرژی باشد.**

جدی بودن با مهربان بودن در تضاد نیست. جدی بودن یعنی برای مخاطب تان احترام قائل هستید و وقت و زمانی که برای شما می گذارد، برایتان ارزش دارد.



**در نظر داشته باشید نفر آخری که با او تماس می‌گیرید** برایش مهم نیست که چندمین نفری است که شما با او تماس گرفته‌اید، برایش این اهمیت دارد که مانند نفر اولی که با او تماس می‌گیرید، برایش انرژی بگذارید.



## مخاطب باید در تن و لحن صدای شما شادابی را احساس کند

معایب تلفن به عنوان یک عامل ارتباطی شامل فقدان ارتباط چشمی و احتمال آماده نبودن طرف مقابل یا منحرف شدن توجه او به سایر فعالیت ها می باشد. لذا تمام این نقایص را باید با صدای گرم و جذاب خود جبران کنید.



– هنگام صحبت لبخند بزنید، چرا که در صدایتان لبخندتان به خوبی منعکس می شود.

– صدایتان را ضبط کنید و به آن گوش دهید. این کار باعث می شود تا عیوب کارتتان را پیدا کنید و با تمرین و مهارت آنها را برطرف سازید.



## از اطلاعات و خواسته های مخاطب حتماً یادداشت بردارید

پس از یادداشت کردن مطلبی که تماس گیرنده گفته، آن را مجدداً برای وی بخوانید تا مطمئن شوید پیغام را درست گرفته اید.

**« هیچ گاه نباید یک شخص مجبور شود مطالبش را دوباره مطرح کند »**





## نام مخاطب تان را در حین مکالمه تلفنی به کار ببرید

نام خانوادگی فردی که با او تماس گرفته اید را بپرسید و از آن هنگام مکالمه استفاده کنید. تمامی انسان ها دوست دارند که نام خود را بشنوند و شنیدن نام شان، حس خوبی به آنها می دهد.



در مورد اسامی به اندازه‌ی کافی دقت کنید:

مردم در مورد اسامی خود حساس هستند آنها را درست یاد بگیرید و املاي آنها را سوال کنید.



## در مذاکرات تلفنی کمتر از لغات تخصصی استفاده کنید

چون در مکالمه تلفنی بازخورد نداریم، سعی کنید از لغات تخصصی کمتر استفاده کنید تا مخاطب تان بجای اینکه در طول مکالمه به صحبت های شما گوش فرا دهد به این فکر باشد که منظور شما از لغت تخصصی که بکار بردید چیست و ابهامی در ذهنش به وجود آید.

استفاده از جملات ساده و قابل درك توصیه می شود



## سرعت مکالمه تلفنی تان را با مخاطب تطبیق دهید

تا جایی که امکان دارد سعی کنید علاوه بر انرژی که در هنگام صحبت کردن بکار می گیرید، سرعت مکالمه تلفنی تان را نیز با مخاطب تطبیق دهید.



## خوب گوش کنید

با تمرکز، به صحبت های مخاطب گوش فرا دهید تا بتوانید نظرات او را اخذ کنید.

- حواس خود را به مکالمه تان جمع کنید.
- وقتی تماس گیرنده صحبت می کند به نوعی واکنش نشان دهید و از عبارات و اصواتی استفاده کنید تا وی بداند شما به دقت دارید به صحبت های او گوش می کنید.



- خوب گوش کنید و سعی کنید که صحبت طرف مقابل را قطع نکنید.

- هنگام صحبت کردن مخاطب، حتی اگر زمانی که حدس می زنید مخاطب می خواهد در ادامه صحبت هایش چه چیزی را بیان کند، اجازه دهید تا صحبتش تمام شود و سپس چند لحظه سکوت کنید و بعد پاسخ دهید، که مخاطبتان متوجه شود که پاسخی که شما به او می دهید دقیقاً همان پاسخ سوال اوست .



## از مکث هایی که به وجود می آیند نترسید

از آنها برای تغییر موضوع گفت و گو، دوباره انرژی دادن به بحث، یا حتی گرفتن یک نفس کوتاه، استفاده کنید.



**مسائل درون سازمانی را با مخاطب مطرح نکنید.**

**تا حد امکان سعی کنید مکالمه تلفنی تان کوتاه، اما واضح و روشن باشد.**





## همیشه اجازه دهید طرف مقابل، قبل از شما تلفن را قطع کند

خوب است مکالمه را با خدا حافظی کامل و تشکر از اینکه مخاطب وقت خود را در اختیار ما گذاشته است، خاتمه دهیم.

# پایان

با تشکر از حسن توجه شما

