

ارتباطات غیر کلامی چیست؟

امد یمیایی ایله ای (دکترای ارتباطات)

ارتباطات غیر کلامی عبارتست از کلیه پیام هایی که افراد علاوه بر خود کلام ، آنها را نیز مبادله می کنند . طرز قرار گرفتن ، راه رفتن ، ایستادن ، حرکات ، چهره و چشم ها ، لمن صدا ، طرز لباس پوشیدن

و ...

جملگی نشانه های ارتباطات غیر کلامی هستند . بنابراین توجه به کلیه موارد فوق می تواند در نمونه ارتباط با مشتری و جذب وی موثر واقع شود . مشتری در بدو ورود به محل کار شما با دیدن نشانه های غیر کلامی در مورد شخصیت شما قضاوت میکند . لذا باید تلاش نماییم تا شخصیت مثبتی در ذهن مشتری از خود به جا بگذاریم تا در مورد شما قضاوت خوبی داشته باشد . اصولا در مراودات اجتماعی بیشتر بر نشانه های غیر کلامی اعتماد می کنند تا بر نشانه های کلامی پس نشانه های غیر کلامی را تقویت کنید .

نفسستین برفورد و نفسستین تاثیر می گذارید بسیار اهمیت دارد . بد نیست بدانید که کلاه ۷ درصد ، لمن و طنین ۳۸ درصد و مرکات (که ارتباطات غیرکلامی در آن دخیل هستند) ۵۵ درصد اطلاعات را منتقل می کنند.

بسیاری بر این باورند که همواره ارتباطات غیر کلامی بر ارتباطات کلامی از نظر صمیم بودن ارجحیت دارد . چرا که علامات غیر کلامی از درون انسان نشات گرفته و اغلب نمی توان آنها را کنترل کرد و اکثر انسانها از مهار کردن هیجانات خود عاجزاند ، ناکامی را نمی توانند نادیده بگیرند و نشان ندهند و ششرف را دیر یا زود با مرکات خود به دیگری انتقال می دهند.

کانالهای غیرکلامی (۲) را می توان به انواع مختلف تقسیم کرد. هشت نوع از این کانالها عبارتند از:

(۱) ازبان بدن «مرکت گفتاری» (۲) صداهای آوایی «شبه صوتی» (۳) فضا «مجاورت» (۴) زمان «زمانی» (۵) شامه «بو» (۶) زیبایی شناسی «موزیک و رنگ» (۷) مشفصات فیزیکی «شکل بدن ، اندازه و رنگ پوست و...» (۸) مصنوعات «لباس لوازه آرایشی، عینکها، جواهرات.»

بطور کلی موارد زیر در ارتباط غیر کلامی اهمیت خاصی دارند:

لباس و پوشش ظاهری

لباس، احتمالاً ماو شخصیت ما را شکل نمی دهد اما لباس و وضع ظاهر ، اغلب پایه ای برای قضاوت اولیه در مورد افراد است و تاثیر شگرفی بر قضاوتهای دیگران نسبت به ما دارد . بنابراین بهتر است در هنگام مواجهه و روبرو شدن با مردم به بهترین وضع ظاهری مواجهه شد.

اصولا تمیزی و آراستگی ظاهر به ویژه در لباس های شما نشانگر شخصیت و ارزشی است که شما به خود و متی به دیگران قائل هستید . بنابراین در هنگام انجام وظیفه پوشیدن لباسی که نشانگر شغل شما باشد از یک طرف و تمیزی و آراستگی آن از طرف دیگر موجب موفقیت شما در کار و ارتباط صمیمانه شما با دیگران خواهد بود.

چهره و پیشه ها

چهره به مراتب از رمزها و رسانه های کلامی راستگوتر است و در میان رسانه های غیر کلامی تماس چشمی می تواند کمترین دروغ را بگوید . برخی مطالعات و تحقیقات که بر روی ارتباطات غیرکلامی انجام شده فقط روی حرکات چشم ها و چهره متمرکز شده اند. چشم ها از میان کلیه وجوه ظاهری ما، آشکار سازترند. چشم هادتی گاهی بدون اینکه خود بخواهیم، ارتباط برقرار می کنند. مثلا وقتی که مردمک های چشم های ما گشاد می شوند صمیمی تر، جذابتر و گرمتر به نظر می رسیم.

اشارات و حرکات دست ها

در زندگی روزمره شاید بارها به این نتیجه رسیده ایم که بسیاری از آدم ها با دست های خود سخن می گویند . به این معنی که آنان با حرکات مختلف دست پیام های گوناگونی را به مخاطبان خود القا کرده و با آنان ارتباط موثری از این طریق برقرار می کنند.دانش آموزی که سعی در بیان آموخته های خود به معلمش دارد. معلمی که مفاهیم نهفته در ذهن خود را با فلوس برای دانش

آموزان خود تشریح می کند (روانکاو) که با حرکت دادن انگشتان خود به صورت منظم بر روی میز به

سفنان بیمار گوش می دهد و ... می توان گفت کمتر کسی است که از آن بهره مند نگردد.

لمن کلام

همانطور که هر فرهنگ نسبت به فرهنگ های دیگر از بسیاری جهات متفاوت است از نظر ارتباطی

نیز تفاوت هایی مشهود است.

مردمان کوهستان ها و دشت های فراخ به نسبت شهرنشینان از بلندی بیشتری در سفنگویی و

مماوره استفاده می کنند . مرفه نیز در بلندی صدا موثر است کارگران و کارکنان سازمان های

صنعتی که با سر و صدای بیشتری سرو کار دارند از کارمندان اداری که در دفاتر تمیز و بی سر و صدا

کار می کنند بلندتر صحبت می کنند . معماران عمدتاً نسبت به دیگر مرفه ها مثل پزشکان یا

کارمندان دفتری و مسابداران از بلندی صدای بیشتری در مماوره با دیگران استفاده می کنند.

هر اندازه سر و صدا و عوامل اختلال را بیشتر وجود داشته باشد بلندی صدا بیشتر می شود.

فردی که بسیار بلند سخن می گوید اغلب موجب زنجش دیگران می شود . (روانشناسان و متخصصان ارتباطات معتقدند : افرادی که دارای ویژگی شخصیتی تهاجمی هستند با بلندای صدای بیشتری نسبت به کسی که در نقطه مقابل است و در ویژگی شخصیتی فجالتی قرار گرفته است سخن می گوید.

کیفیت صدا نیز باید مطلوب و فوش طنین باشد . لذا نافوشی های مربوط به بینی ، بینی گرفتگی، گرفتگی صدا ، فشونت صدا و نفس زنی(دشواریهای تنفسی)موجب افتلال در ارتباط و نارامتی مشتریان خواهد شد.

منبع: کتاب اصول مشتری مداری، احمد یمیایی ایله ای، ۱۳۸۵