

روش‌ها و فنون تدریس

فصل سوم

ارتباط

۹

ارسالی ویسکرمی



ارسطو - ارتباط را جست و جوی برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات به منظور ترتیب و اختراع دگران تفریحی کند.

- در فرایند یاددهی - یادگیری، ارتباط به معنی اشتراک فکر و برقرار کردن رابطه مطلوب و موثر بین یاد دهنده و یاد گیرنده به منظور تفسیر در رفتار به کار برده می شود. تفاهم و اشتراک فکر و اندیشه بین معلم و فراگیران را ارتباط گویند.

- ارتباط عبارت است از فرایند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده و بالعکس، با استفاده از علائم و نمادهای مشترک به منظور تأثیر، کنترل و هدایت.

- در واقع اشتراک در نمادها، صفات و معانی، اساس تأثیر و تأثر در ارتباط است.

- هر چه بین معنی مورد نظر فرستنده و معنی ایجاد شده در ذهن گیرنده مشابهت و اشتراک بیش تر باشد وجود داشته باشد ارتباط بهتر و موثر تر خواهد بود.

**معنی جدید و جلوه ایجاد می شود** - معنی ریشه در درون فرد دارد و حاصل تجارب فردی و زیست محیطی فرد در گذشته است.

- در فرایند ارتباط منبع پیام برای ایجاد معنی مشترک در ذهن یادگیرنده از علائم و ریزهای مختلف استفاده می کند. در واقع پیام مجموعه ای از ریزها و علائم است که موجب تجلی معنی در ذهن گیرنده می شود.

- در واقع اطلاعات از طریق سینه های حس و آرد حافظه کوتاه مدت می شود. زمان توقف در حافظه کوتاه مدت بسیار اندک است بویژه زمانی که تکرار نشود همچنین ظرفیت آن محدود می باشد.

- اطلاعات موجود در حافظه کوتاه مدت برای انتقال به حافظه بلند مدت باید **رمزگذاری** و **تجزیه** شوند.

- رمزگذاری عبارت است از تبدیل اطلاعات جدید به اطلاعات گذشته یا تلفیق اطلاعات جدید با اطلاعات ذخیره شده گذشته، تولید و ذخیره سازی آن بصورت معنی دار حافظه بلند مدت.

- حافظه بلند مدت دارای ظرفیت نامحدود است.

- اطلاعات موجود در حافظه بلند مدت ممکن است با بیانی و فراموشی شود. یعنی یاد آوری آن مشکل



و نیز نهای ارتباط:

۱) فرآیندی جریان دار است

۲) در ارتباط، تبادل افکار و اندیشه‌ها، احساسات و عقاید بدون انتقال مفاهیم امکان پذیر نیست → انتقال پیام ← با استفاده از علائم و نمادهای مناسب دانشا.

۳) فراتر رفتن از تاثیر و تاثر ← عامل هدایت و کنترل در هدف دخالت داده می شود.

ارسطو ← ارتباط را جستجوی یک راه درونی با استفاده از امکانات موجود برای ترغیب افکار و عقاید می داند.

هیلر ← هدف ارتباط را بیش تر گسترش دامنه انگیزه های یاداش بخشی بران سیرندگان پیام ذکر می کند.



تردد، این زمانی است که سرنگ یا راهنمای برای یاد آوری وجود نداشته یا راهنما معنی باشد.

هدف و روش ارتباط - عامل مهم در تعیین روش برقراری ارتباط، هدفی است که فرستنده پیام دنبال می کند.

- پیام - خودن خود دارای هیچ گونه هدفی نیست و هدف آن بستگی مستقیمی به شرایط فرستنده و گیرنده پیام دارد.

- مجموعه فرآیندهای آموزشی تلاشی است در جهت تغییر شرایط یادگیری و تحت تاثیر قرارداد و کنترل فکری و رفتاری دانش آموزان، شرایطی که بر اساس شناخت، تمایلات و توانایی مخاطبان فراهم شده و منجر به هدایت آنان می شود.

نکته - هدف پیام بستگی مستقیمی به شرایط فرستنده و گیرنده پیام دارد.

- انواع ارتباط
  - ارتباط ارادی و غیر ارادی
  - ارتباط رسمی و غیر رسمی
  - ارتباط مستقیم و غیر مستقیم
  - ارتباط فردی و جمعی
  - ارتباط یک طرفه و دو طرفه
  - ارتباط کلامی و غیر کلامی

- هدف اساسی هر فرستنده پیام این است که خود را به صورتی که در آن مورد نیاز است در آن آورد و به تمایلات و خواسته های خود جامعه عمل بپوشاند.

۱) ارتباط ارادی و غیر ارادی - اگر ارتباطی با طرح و برنامه ریزی قبلی و حساب نشده باشد آن را ارتباط ارادی می گویند و اگر بدون طرح و برنامه ریزی قبلی صورت گرفته باشد آن را ارتباط غیر ارادی می نامند.

۲) ارتباط رسمی و غیر رسمی - منظور از ارتباط رسمی آن دسته از روش های ارتباطی است که در سطح وسیع و در محیط های رسمی صورت می گیرد. ارتباط غیر رسمی به آن نوع ارتباطی گفته می شود که بین افراد یا گروه ها به طور عادی و غیر رسمی اتفاق می افتد. اینگونه ارتباط معمولاً مهمان تر و عمیق تر از ارتباط رسمی است و بیش تر فاص برودن های است که با هم ارتباط نزدیک و چهره به چهره دارند.



۳ عامل متغیر در پیام ۲ تحلیل بر در تحلیل فرستنده پیام باید از آن ها غافل نشوند:

(۱) تسلط بر محتوا

(۲) نثری ها

(۳) مهارت در علامت گذاری

در تحلیل پیام باید از آن ها غافل نشوند:

تسلط بر محتوا



۳) ارتباط مستقیم و غیر مستقیم - ارتباط مستقیم، ارتباطی است که بدون واسطه بین شخص فرستنده و گیرنده پیام ایجاد می شود. در این روش معمولاً فرستنده و گیرنده پیام می توانند به نوبت نقش خود را تغییر دهند.  
 - اما ارتباط غیر مستقیم یا با واسطه - برخلاف ارتباط مستقیم چهره به چهره نسبت و جنبه شخصی ندارد.  
 - ارتباط مستقیم از دیگر ارتباطها صمیمانه تر و کامل ترین نوع ارتباط است. ولی از نظر مقدار افراد تحت پوشش و همچنین از لحاظ وسعت زمانی مکانی محدود است.

۴) ارتباط فردی و جمعی - ارتباط فردی یا خصوصی ارتباطی است که معمولاً بین دو یا چند نفر به وقوع می پیوندد و بیش تر حالت مستقیم و شخصی دارد.  
 - ارتباط جمعی ارتباطی است که بین یک نفر با یک گروه یا گروه کثیری برقرار می شود. مهمان است مستقیم یا غیر مستقیم باشد.

۵) ارتباط یک طرفه و دو طرفه - وقتی انتقال پیام از فرستنده شروع و به گیرنده ختم شود و گیرنده نسبت به مفاهم پیام واکنشی به فرستنده نشان نهد ارتباط را یک طرفه یا یک جانبه گویند.  
 - ارتباط دو طرفه ارتباطی است که پیوسته نقش فرستنده و گیرنده در جریان ارتباط عوض می شود و فعالیت های ارتباطی بهی بر اساس واکنش گیرنده و فرستنده پیام تعیین می شود.

۶) ارتباط کلامی و غیر کلامی - وقتی در جریان یک ارتباط پیام ها به صورت رموزهای کلامی انتقال یابند آن را ارتباط کلامی گویند.  
 - اما هرگاه پیام به صورت علام یا رموزهای غیر کلامی انتقال یابد ارتباط غیر کلامی گویند.  
 - ارتباط غیر کلامی در فرایندهای آموزش اهمیت دارد و می تواند مکمل ارتباط کلامی باشد.

تفاوت بین ارتباط کلامی و غیر کلامی:

۱) استفاده از قانون گذاری - کدها یا رموزهای که بر اساس قوانین گذاری بوجود آمده اند کلامی و رموزهای که خارج از قوانین گذاری شکل گرفته اند غیر کلامی محسوب می شوند.  
 - مثلاً زبان نوشتاری و گفتاری - ارتباط کلامی / حالات چهره، تن صدا، سکوت بین کلمات - ارتباط غیر کلامی



۱۲) تمثیلی و رقمی بودن - معمولی ترین صفت اختصامی برای پیام های غیر کلامی تمثیلی بودن آن هاست. پیام های غیر کلامی بصورت رقمی هستند.

- در شکل های رقمی و دیجیتال نیازی به شباهت بین عناصر کم و همین نسبت ، در حالتی در شکل های تمثیلی یا آنالوگ مقیاری از صفات اختصامی مربوط به همین وجود دارد.

- پیام های رقمی همیشه قابل تجزیه اند و جای جای و تلفیق در حالتی پیام های تمثیلی مانند حالت چهره و خند ، تقزیه ناپذیر و غیر قابل ترجمه اند.

- بدلیل تمثیلی بودن ارتباط غیر کلامی ، یادگیری آن نیاز به آموزش کم تره برای فهمیدن دارد اما بدلیل عدم صراحت معمولاً مبهم است.

۱۳) ارادی و غیر ارادی بودن - ارسال و دریافت پیام های کلامی آن ها همان صورت می گیرد در صورتی که ارسال پیام های غیر کلامی نا آگاهانه و غیر ارادی و دریافت آن آگاهانه است.

۱۴) تمايز از نظر کانال های ارتباطی - در ارتباط های کلامی شنیدن و دیدن از مهم ترین منابع و کانال های کسب اطلاعات اند در حالتی در ارتباط های غیر کلامی حداقل ۴ دستتوان اصلی به عنوان کانال ارتباطی وجود دارند. در واقع ارتباط غیر کلامی دارای ۵ منبع اصلی و ۳ منبع فرعی است.

- منابع اصلی ۳ نمود چهره ، نمود چشم ، شنوایی صورت ، نمود بدن ، لمس بدن .
- منابع فرعی ۶ شنوایی بدن ، بویایی بدن و لمس صورت .

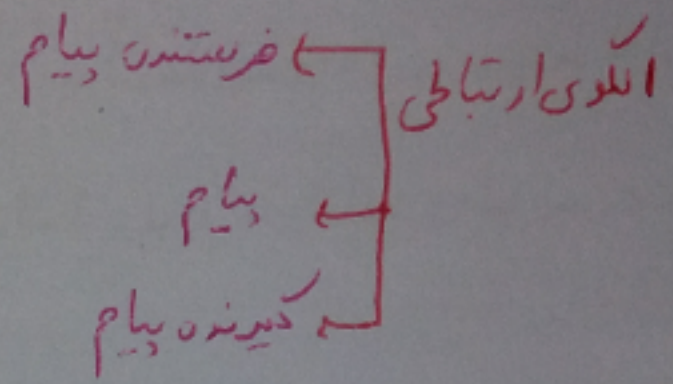
- اما چه در ارتباط کلامی و غیر کلامی از نظر تدریج پیام شنیدن و دیدن مهم ترین منابع کسب اطلاعات اند .  
 - دلیل تمایز و برتری دیدن و شنیدن از سایر حواس ۱) محل دریافت پیام را بطور مداوم انجام می دهند .  
 ۲) می توانند پیام ها را هم زمان و یا بطور متوالی دریافت کنند .

- دیدن در مقابل شنیدن برتری ویژه ای دارد و سیستم شنیدن از دیدن کم تر فعال است . سیستم شنیداری دارای عملکرد پی در پی است و دیداری دارای توانایی بیشتری تر و ساده تره برای دریافت محرک های هم زمان است .



۵) صداقت و قابل اعتماد بودن پیام های غیر کلامی نسبت به پیام های کلامی قابل اعتماد تر و صادق ترند، چون پیام های غیر کلامی تحت نظارت و کنترل رمزگذار و فرستنده پیام هستند.

- پیام های غیر کلامی بدلیل قابل تعبیر و تفسیر بودن درک آن ها مشکل است.



الف) فرستنده پیام و منبع - منبع سازه ای است که حاوی پیام است و فرستنده سخنی سازگان یا وسیله ای است که پیام را رمزگذاری و به گیرنده یا گیرندگان ارسال می کند.

- اعتبار منبع، طرز فکر، تراسی و رمزگذاری فرستنده در تعیین نوع پیام و نحوه ارسال آن نقش اساسی دارند.

- منبع هر چه معنی تر و از محتوای کلی بیشتی تری برخوردار باشد معتبر تر و تاثیر پیامش بیشتی تر خواهد بود.

ویژگی های فرستنده پیام - (۱) خود شناسی - محصول تعامل فرد با محیطی است که در آن زندگی می کند. شناخت فرستنده از نقش مثبت یا منفی گیرندگان پیام نسبت به خود می تواند در فرایند ارتباط اثر بخشی باشد.

(۲) مخاطب شناسی - بهترین راه برای درک و شناخت گیرندگان پیام، وارد شدن به دنیای آنان و قدرت دیدن دنیا از دریچه چشم ایشان است.

(۳) تسلط بر محتوای پیام

(۴) شناسی با اصول و روشی های ارتباطی - چنانچه روشی ها یا نوع پیام، مخاطب و شرایط متناسب نباشد نظام ارتباطی کارایی خود را از دست خواهد داد.



در علوم ارتباطات بوسیله انتقال پیام (حامل) و با پیوستگی که پیام در آن حمل می شود (کانال ارتباطی) نویسد.

پیام = پیام که تولید عملی و فیزیکی از منبع رمزگذار است. که ممکن است به شکل های مختلف مانند موجی در هوا، جوهری روی کاغذ، ... ظاهر شود.

کدها یا علائم پیام  
محتوای پیام  
نحوه ارائه پیام

در هر پیام حداقل سه عامل یا سازنده به شرح ذیل وجود دارد

- هر یک از این سازنده ها خود از ۲ قسمت تشکیل می شود
- عنصر کوچکترین واحد یک سازنده گفته می شود.
- نحوه قرار گرفتن عناصر در کنار هم ساخت یا ساختار را بوجود آورد.

۱) کدها یا علائم پیام = گروهی از نمادها هستند که به شیوه ای خاص ساخته می شوند تا برای برخی از افراد تجلی معنی کنند.

که از ۲ دسته علائم استفاده می شود: ۱) علائم طبیعی = علائمی هستند که بین صورت و مفهوم آن رابطه همجواری یا همایی وجود دارد.

۲) علائم تصویری = آن دسته علائمی هستند که میان صورت و مفهوم آن شباهتی معنی و تقلیدی وجود دارد.

علائم تصویری معمولاً از واقعیت شکل می گیرند و تصویر یا نمایی از محیط اندو از این رو به آسانی شناخته می شوند.

از ویژگی های بارز علائم تصویری عینیت و صراحت آن هاست. آن ها نیازی به یادگیری ندارند و کپی کننده پیام خود معنی شان را درک می کنند.

۳) علائم قراردادی = یا وضعی که در زبان فارسی به آن نماد نیز گفته می شود علائمی هستند که میان صورت و مفهوم آن شباهتی و عینیت وجود دارد و نه رابطه همایی، بلکه ارتباطی است قراردادی.



۲) محتوای پیام - به اطلاعات و مطالب درون یک پیام که فرستنده یا منبع برای هدف خاصی آن‌ها را انتخاب کرده است.

ز.ف. ۴۵-۷

۳) نحوه ارائه پیام - شامل وسیله‌ای است که با به کارگیری آن پیام به رزدرمی آید و به گیرندگان پیام ارسال می‌گردد و باید متناسب با نوع پیام و موقعیت گیرندگان انتخاب شود.

۴) کانال ارتباطی مسیری است که حامل از طریق آن، پیام را به گیرنده منتقل می‌کند و متناسب با حامل و سایر شرایط ارتباطی نباشد نمی‌توان دریافت مطلوب پیام را انتظار داشت.

۵) نحوه ارائه پیام دلالت دارد بر تقسیم‌هایی که فرستنده برای عرضه پیام خود می‌سازد. عواملی چون موقعیت انتظارات، شخصیت و سایر خصوصیات فرستنده در این تقسیم‌گیری موثرند.

۶) گیرنده پیام - برای شناخت گیرندگان پیام در فرایند ارتباط موثر باید حداقل ویژگی‌های زیر تحلیل و شناخته شوند:

۱) ساخت شناختی - اگر گیرندگان زمینه لازم را برای جذب و درک پیام نداشته و نسبت به علائم و محتوای پیام ناآشنا باشند و معانی لازم نسبت به محتوای پیام در ساخت شناختی آنان وجود نداشته باشد نسبت به پیام به توجه خواهند بود.

۲) بستری اجتماعی - منظور شرایط خانوادگی، تربیتی، اقتصادی و فرهنگی افراد است.

۳) سطح توانایی ارتباط - سطح توانایی ارتباط به توان فرد در شناخت موقعیت، رمزگذاری، رمزخوانی انتخاب عناصر و ساخت و نحوه ارائه پیام اطلاق می‌گردد.

تجربیات شناختی از عوامل بسیار موثر در سطح توانایی ارتباط اند.

۴) اشتراک معنی - مهم‌ترین مسئله در یک نظام اجتماعی این است که فرستنده و گیرنده پیام از نظر ساختار شناختی، عاطفی و سایر ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی دارای وجه مشترک باشند. بنابراین هم فرستنده و هم گیرنده پیام باید تجاربمانی و سطح مشترک لازم را در زمینه پیام داشته باشند.



۵) خود بیداره - ارتباط موقوف زمانی بوقوع می پیوندد که فرستنده پیام، سیرنده پیام راهمانه خود را در  
بصنایس و از دریچه نگاه او به درون اندیشه هایش گام بلذارد.

- از عناصر دیگر قابل توجه در تحلیل فرایند ارتباط، عنصر (تأثیر) است. مهم ترین ملکان تسخیر تاثیریک  
جریان ارتباطی (بازخور) است.

- بازخور همین است مستقیم یا غیر مستقیم باشد. عامل موثری در اصلاح و تقویت ارتباط است.

موانع ارتباط - به هر عامل اختلال کننده ای که مانع یا باعث تضعیف برقراری ارتباط مطلوب شود  
گفته می شود.

انجمن شفاهی - تدریس کلامی هر چه پیش تر مورد استفاده قرار گیرد کارایی کم تر خواهد داشت  
برای جلوگیری از بروز چنین موانعی و برای تقویت و افزایش کارایی تدریس باید علاوه بر علائق و نیازهای  
شفاهی از علائم غیر کلامی و کانال های مختلف دیگر نیز استفاده کرد.

لاجالب توجه نبودن پیام

۳) انتقال معنی - هر گاه تجارب قبلی ما را در درک مطلب جدید یاری دهد انتقال صحیح یا انتقال  
مثبت انجام گرفته است، اما اگر اطلاعات و تجارب گذشته سبب سردرگمی و آشفتگی در حل مسئله شوند  
یعنی تجارب گذشته ما را در حل مشکل جدید به استباه بیندازند چنین وضع خاصی را انتقال معنی می نامند.  
انتقال معنی، غالباً در ارتباط کلامی ایجاد می شود.

- مناسب ترین راه برای از بین بردن اثر انتقال معنی ایجاد ارتباط از کانال های مختلف، بویژه استفاده  
از عکس، اسلاید و فیلیم در آموزش است.

۴) روایی شدن - این حالت را می توان با افزایش سطح درک شنا کرد و جذابیت موضوع و به کارگیری  
روش های مختلف ارتباطی به نحو سببیه ای گاهش دارد.



عوامل فیزیکی نامناسب

- تااهی موافق خامی از بیرون وارد جریان ارتباط نمی شود اما به علت عدم شناخت طرفین واقعی کانال تمام پیام های ارسال شده از سوی فرستنده به تیرنه نمی رسد و از مدار خارج می شود. خارج شدن پیام ها از مدار ارتباط هرز رفتن پیام نام دارد. فرستنده برای جلوگیری از هرز رفتن پیام باید نوع پیام، حامل و طرفین کانال ارتباطی را خوب بشناسد تا بتواند کانال مناسبی برای ارسال پیام انتخاب کند.

سه وظیفه الگو از نظر میلی:

۱) وظیفه سازماتی ← با استفاده از چارچوب سازمانی می توان فرایند ارتباط را از رسیدن به بن بست حفظ کرد.

۲) وظیفه آنتشانی ←

۳) وظیفه پیمایی ← الگویی تواند به فرد ارتباط برقرار کنند، کمک کند تا در مواقع موفقیت یا شکست، علت را جست و جو کند و در باره عواملی که موجب موفقیت یا شکست شده اند، درس هایی بزند و نیز رفتار ارتباطی را تقویت یا اصلاح کند.