



ارتباطات انسانی

استاد : دکتر نریمانی

دانشجو : مرضیه احمدی – محمد رهبری

بهار ۱۳۹۸

ارتباطات انسانی

این نوشتار خلاصه‌ای است از برداشتها و فهم ما از کتاب ارتباطات انسانی دکتر فرهنگی که در تابستان ۱۳۹۸ تهیه گردیده است و دلیل استفاده از عنوان برداشتها ما بجای واژه خلاصه ، سختی رسالت استفاده از واژه خلاصه است که در این صورت ، خطاهای احتمالی ما در برداشت از مفاهیم کتاب ، به گفتار و نوشتار دکتر فرهنگی نسبت داده می‌شود و این امری مضموم است.

با خروج انسان از غار و حضور در کنار یکدیگر و شکل‌گیری جوامع انسانی ، ارتباطات ضرورت خاصی پیدا کرد و در دنیای امروزی که عصر ارتباطات نیز نامیده می‌شود اهمیت آن دوچندان شده است ، چراکه انسان تمامی رفتارهای خود را به‌نوعی در قالب ارتباطات بروز می‌دهد ، بنابراین شناخت ارتباطات و عوامل مؤثر در بهبود و ارتقا کیفیت آن ، انسان را در دستیابی به اهداف خود (با هر انگیزه‌ای) در هر جایگاه و مقامی که باشد یاری گر خواهد بود.

برای انتقال بهتر مفاهیم ، این نوشتار در دسته‌بندی ۹ فصلی همانند کتاب مرجع و به شرح زیر ارائه می‌گردد .

فصل اول : ماهیت ارتباطات و تعاریف و مفاهیم

فصل دوم : مدل‌های ارتباطی و نقش آنها در شناخت ارتباطات

فصل سوم : ارتباطات را به‌عنوان رفتاری آموختنی معرفی می‌کند

فصل چهارم : اثربخشی در ارتباطات میان فردی

فصل پنجم : شناخت از خویشتن

فصل ششم : مراحل شکل‌گیری و تضعیف و از بین رفتن یک فراگرد ارتباطی

فصل هفتم : تفاهم با دیگران

فصل هشتم : تمایل و نزدیکی بر اساس جاذبه‌های انسانی

فصل نهم : ارتباطات غیرکلامی

فصل اول

هر انسانی فراخور شخصیت ، تجارب و تخصص خود ، درک و تعریف خاصی از ارتباطات دارد ، مهندس الکترونیک درکی مدار گونه از آن دارد و انسان مؤمن آن را ارتباط با خداوند می نامد و ... با این وجود آنچه که در این نوشتار به آن خواهیم پرداخت ارتباطات انسانی را در برمی گیرد و به بررسی و تحلیل آن می پردازد.

ارتباطات عبارت است از انتقال پیامها ، که این پیامها گستره‌ای از مفاهیم ، معانی ، تجارب ، احساسات ، نیازها و ... را در برمی گیرند که بر خواسته از انگیزه‌های متفاوتی هستند.

ارتباطات از خویشتن و شناخت انسان از خویش آغاز می گردد و از شش نگرش تاثیر می پذیرد:

۱- نگرش ما در مورد خودمان

۲- نگرش ما نسبت به دیگری

۳- فکر میکنیم دیگری به ما چه نگرشی دارد

۴- نگرش دیگری در مورد خودش

۵- نگرش دیگری نسبت به ما

۶- طرز تفکر دیگری نسبت به اینکه ما به او چگونه می نگریم

ارتباطات را می توان به سه دسته تقسیم کرد :

• ارتباط با خود :

که اولین ارتباط است و در آن انسان به خود ، مشکلات درونی ، آرزوها و برنامه ها ، احساسات و عواطف و هر آنچه که در مورد خودش هست می پردازد و مبنای ارتباطات بعدی است . در واقع اگر بگوییم سخت ترین نوع ارتباط است حرفی دور از انصاف نگفته ایم.

• ارتباط با دیگران :

ارتباطی است که به طور روزمره انسان در حال برقرای آن است.

ارتباطی که با انگیزه های گوناگونی مانند ؛ تبادل اطلاعات ، رفع نیاز های اجتماعی ، دوست داشتن و دوست داشته شدن و ... صورت می گیرد و می توان دلایل آنرا در انگیزه های هرم مازلو جست.

• ارتباط جمعی :

ارتباطی است که بجای یک نفر با چندین نفر شکل می گیرد و برپایه انگیزه هایی از قبیل متقاعد سازی ، ایجاد وضعیت تفریحی و ... استوار است.

با این دسته بندی ، چندین نکته اساسی در مورد ماهیت ارتباطات را ذکر می کنیم که در شناخت بهتر ما از ارتباطات موثر است :

- ارتباطات یک فرآیند است و حالت استاتیکی و سکون ندارد و به فراخور تغییر بازیگران و عوامل موثر در آن تغییر میکنند.
- فراگرد ارتباطی کاملاً نظام مند است : همان طور که در طبیعت و کیهان ، ستارگان علی الرغم داشتن وجود مستقل ، بود و نبودشان در سایر ستارگان و اجسام تاثیر گذار خواهد بود ، در ارتباطات نیز انسان ها با وجود داشتن اهداف ، رفتار ها و احساسات متفاوت با قرار گیری در فرآیند ارتباطات جمعی ، اهداف و احساسات و رفتارشان تاثیر پذیرفته و تاثیر خواهد گذاشت و دگرگون خواهد شد.
- ارتباطات می تواند ارادی و یا غیر ارادی باشد :

بسته به ارادی بودن فرستنده و یا گیرنده پیام ، ارتباط در دسته ارادی یا غیر ارادی قرار می گیرد و هر چقدر ارتباطات، هم از طرف فرستنده پیام و هم از طرف گیرنده آن ارادی باشد ، موثر تر خواهد بود.

شاید سوال ایجاد شود که این همه دسته بندی و نکات در مورد ارتباطات به چه دردی می خورد ؟

در اهمیت موضوع می توان چنین بیان کرد ؛ برای انسان واقعیت آن چیزی است که در ارتباط با دیگران شکل می گیرد و در واقع ادراک ما از جهان ، بسته به نوع ارتباطاتی که برقرار می کنیم دائماً در حال تغییر است ؛ پس به نوعی رفتار های آینده ما را ارتباطاتی که ایجاد میکنیم تعیین خواهند کرد .

انسان در سه سطح ارتباط برقرار می کند

- سطح فرهنگی و بین المللی
- سطح اجتماعی یا ملی یا منطقه ای
- سطح فردی یا شخصی

در سطح سوم است که ارتباطات نزدیک و صمیمانه شکل می گیرد ، لذا بایستی به این امر توجه کرد که داشتن ارتباط موثر در این سطح بدون پرداختن به ارتباط در سطح فرهنگی و اجتماعی تقریباً امری غیر ممکن و بسیار دشوار خواهد بود.

حال با شناخت چنین ویژگی هایی از ارتباطات به این سوال می پردازیم که ارتباطات چه وظیفه ای دارند :

- ۱- تدوام بخشیدن به روابط اجتماعی انسان
- ۲- افزایش اطلاعات و درک از طرف مقابل
- ۳- تاثیر گذاری بر دیگران و یا نفوذ در آنها

۴- کمک برای تصمیم گیری

۵- دریافت تایید و یا عدم تایید درمورد تغییرات

تا به اینجا ، ویژگی های ارتباطات را بررسی کردیم به وظایف آن پرداختیم و حالا به تعریف ارتباط موثر اشاره میکنیم :
ارتباط موثر و کامل یعنی ، معنی و مفهومی که در ذهن فرستنده پیام هست و قصد ارسال آن را دارد ، دقیقا همان معنی و مفهومی باشد که در ذهن گیرنده پیام شکل می گیرد . هر چقدر این همخوانی بیشتر باشد نشان از آن دارد که ارتباط موثر تری شکل گرفته است.

برای سنجش میزان موثر بودن ارتباط در مرحله نخست ، انسان باید بداند که از ارتباط چه می خواهد ، ۵ عاملی که در زیر به آنها اشاره خواهد شد از جمله خواسته هایی هستند که میتوانند برای سنجش موثر بودن ارتباطات به کار برده شوند ؛

۱- درک : در واقع به میزان و کیفیت درک گیرنده پیام از احساس فرستنده اشاره دارد

۲- لذت : بخشی از ارتباطات برای ایجاد شرایط بهتر و لذت بخش تر برای زندگی شکل میگیرند و این معیاری برای سنجش میزان اثر بخشی است.

۳- نفوذ در نگرش ها

۴- گسترش روابط

۵- کنش یا عمل که در واقع به این امر اشاره دارد که بخش زیادی از ارتباطات به منظور ایجاد کنش و انجام عملی از سوی طرف مقابل شکل میگیرد.

فصل دوم

مدل های ارتباطی

مدل ها را نسخه های کوچک شده پدیده ها و مفاهیم تعریف می کنیم که به دلایل زیر به ایجاد آنها می پردازیم

- ۱- تجزیه و تحلیل پدیده ها در مقیاس کوچکتر ، چرا که برای بررسی اندازه واقعی آنها شرایط پیچیده تر خواهد شد.
- ۲- در مدل سازی ، مشکلات احتمالی طرح اصلی در مقیاس کوچکتر نمایان شده و با هزینه به مراتب کمتری قابل رفع می باشند
- ۳- در مدل با صرف وقت کمتری ، مشکلات احتمالی طرح اصلی رفع می گردد
- ۴- با توجه به نکات اساسی از هدر رفتن انرژی جلوگیری می گردد
- ۵- در مدل میتوان به نتایج تصمیمات بدون شرایط واقعی دسترسی پیدا کرد

در این فصل از کتاب به تفصیل به ویژگی های انواع مدل ها (مدل های فیزیکی -مدل های ذهنی - مدل های نمادین) و انواع آنها از لحاظ عملکردی (توصیفی ، هنجاری و مدل های پیش بینی کننده) پرداخت شده است . نکته حائز اهمیت سوالی است که در ذهن خوانندگان شکل میگیرد و آن عبارت است از اینکه :

چنین مدل های در ارتباطات چه کاربرد هایی دارد ؟

اگر اجزا اساسی ارتباط را:

منبع یا همان فرستنده پیام ، پیام ، وسیله ارسال پیام و گیرنده در نظر بگیریم ، با ساخت مدل ارتباطی و بررسی آن، حوزه تاثیر و عملکرد هر کدام از این اجزا را بیشتر می شناسیم و به مراتب با تقویت آن حوزه در خلق ارتباط موثر موفق تر خواهیم بود .

با شناخت هر یک از این اجزا قطعاً برای مفهوم شکل گرفته در ذهن خود وسیله درخور آن مفهوم را برای انتقال موثر انتخاب خواهیم کرد.

فصل سوم

ارتباطات همانند سایر مهارت ها آموختنی و قابل تقویت یا تضعیف است . رفتار ها مبتنی بر ادراک هستند و ادراک از طریق حواس پنج گانه انسان شکل می گیرد و سه راه عمده تاثیر گذار در یادگیری عبارتند از :

۱- از طریق شرطی شدن :

اگر پس از محرکی نتیجه خاصی رخ دهد و این موضوع تکرار شود ذهن ما برای دریافت آن نتیجه پس از مشاهده محرک اولیه شرطی خواهد شد و همیشه انتظار آن نتیجه را خواهیم داشت .

مثال : در کارخانه ای چندین بار ابتدا زنگ را به صدا در آورده و سپس شیر پخش میکنند ، پس از مدتی با هر بار شنیدن صدای زنگ همه انتظار شیر را می کشند و زنگ را مترادف با شیر می دانند.

۲- یادگیری ابزار:

مکانیسم آن تا حدودی شبیه شرطی شدن است .

تقویت ، عامل اصلی این شیوه یادگیری است و از طریق ابزارهای گوناگون می توان رفتاری را در شخص تقویت و یا تضعیف کرد . اگر رفتاری تقویت گردد یادگیری در راستای تکرار آن رفتار خواهد بود ولی اگر واکنشی برای تقویت صورت نگیرد یادگیری به مرور در راستای حذف آن رفتار خواهد بود .

تقویت کردن از طریق لبخند ، تماس چشمی ، تمجید و... اتفاق می افتد و به خوبی شنیده شدن بزرگترین تقویت کننده است. در واقع چهار عامل تقویت به ترتیب برانگیخته شدن عبارتند از : سخن گفتن، نوشتن، شنیدن، خواندن . به طوری که افراد در سخن گفتن بیشترین حالت برانگیختگی را دارند .

۳- یادگیری اجتماعی :

انسانها رفتارهای ارتباطی خود را از طریق الگو برداری از اجتماع و در وهله اول از والدین خود یاد می گیرند و این الگو برداری در طول حیات ادامه یافته و متوقف نمی شود . تاثیر این الگو برداری به حدی است که بسیاری از تفاوت های رفتاری بین جنس زن و مرد ، در سالهای اولیه زندگی از طریق الگو برداری شکل می گیرد و بیشتر بانوان یاد می گیرند که سازگار ، غیر جسور ، خجالتی و وابسته به دیگران بوده و رفتاری جز این را غیر خانمانه تلقی کنند و پسران دعوا را به عنوان شجاعت تلقی کنند چرا که چنین رفتاری از طرف آن ها با رفتار های تقویتی مواجه شده است.

در کنار سه روش فوق برای یاد گیری ، از جمله عواملی که در ارتباطات تاثیر گذار هستند عبارتند از :

○ بازخور دادن :

فرستنده پیام از گیرنده انتظار بازخور(سر تکان دادن و پاسخ های آوایی و...) دارد در غیر این صورت ارزیابی وی منفی بوده و در ارتباط اثر گذار خواهد بود .

از آنجا که بازخور نیز آموختنی است بایستی به نکات زیر در این امر توجه کنیم :

- + جهت گیری ما در مساعل تا حد زیادی وابسته به بازخوری است که از اطرافیان خود دریافت می کنیم .
- + تشریح و بازشکافی آنچه کسی مطرح کرده به مشارکت بهتر با طرف ارتباطی می انجامد.
- + بازخور اثر مستقیم روی عزت نفس و حرمت خود انسان دارد.
- + بازخور منفی زمانی موثر است که گیرنده پیام از اظهار آن قصد توهین یا صدمه زدن برداشت نکند

○ جرات ورزی:

رفتار جرات ورزانه یعنی بیان مناسب احساسات، عقاید و باورهای یک شخص به گونه ای مستقیم، صمیمی و دور از ملاحظه که افزایش عزت نفس و رضایت افراد نیازمند روش های ارتباطی مبتنی بر جرات ورزی است .

برای آموزش جرات ورزی به افراد بایستی در یک جریان نقش بازی کردن ، چنین رفتاری را به آنان در قالب آن نقش نشان داده و یاد داد و بایستی توجه کرد ؛ عواملی که آموزش رفتار جرات ورزی را تحت تاثیر قرار می دهد ، دوری کردن افراد از تعارض، اضطراب و عدم توافق است.

انگیزش و پاداش ارتباط:

پاداش های ارتباط عبارتند از : لذت ، رضایت و خوشی که این پاداش باید از نظر دریافت کننده پیام تعریف شود.

ما از رابطه ای لذت می بریم که به یکی از نیاز های ما پاسخ بدهد ، هر چقدر افراد دارای تشابهات بیشتری باشند بیشتر به تقویت یکدیگر پرداخته و لذت بیشتری می برند و رابطه عمیق تر می شود و در مقابل اگر سطح حداقل قابل قبول (حداقل انتظار یک شخص از ارتباط) برای هر شخص در یک ارتباط تامین نشود رابطه رو به حذف شدن میرود .

نیاز هایی که در ارتباط پاسخ داده می شود :

○ نیاز به همبستگی :

نیاز به بودن با دیگران و همراهی و مصاحبت که منجر به رفتار دوستانه و استمرار آن می شود.

ویژگی های افرادی که نیاز به همبستگی بالا دارند:

۱- رغبت به پذیرش و تایید از سوی دیگران

۲- تسلیم از خواسته خود در برابر دیگران

۳- نسبت به احساسات دیگران علاقه زیادی نشان می دهند

اغلب لبخند به لب دارند و با کسانی ارتباط برقرار می کنند که بیشتر سر تکان داده و تایید میکنند. این افراد بازخورد غیر کلامی بیشتری از خود نشان می دهند.

در مقابل افراد با نیاز به همبستگی کم به آرامش و تنهایی بیشتری نیاز دارند .

○ نیاز به موفقیت :

نیاز به نمایش گذاشتن توانایی ها و شایستگی های ما و کسب تایید و اعتبار به واسطه آنها

ویژگی های این افراد :

۱- می خواهند خودشان شخصا مسئول انجام موفقیت آمیز کارهایی باشند که به آنها سپرده شده است .

۲- از چالش در امور پرهیز نمی کنند .

۳- خواهان بازخورد فوری هستند .

۴- در گفت و گو ها کمتر گوش می دهند و بیشتر متکلم وحده هستند .

○ جزم گرایی:

جزم گرایی معیاری برای چگونگی باور ما به آنچه باور داریم(جزم گرا = متعصب) و یا میزان تغییر پذیری باور ها و ناباوری های ما

جزم گرایی از والدین فرا گرفته می شود و می توان گفت که ورود به دانشگاه جزمیت افراد را کاهش می دهد .

برای افراد با جزمیت بالا سخت است که اطلاعات را از منبع آن جدا کنند و بیشتر به فرستنده پیام توجه دارند تا محتوای پیام و تحمل شنیدن و یا اندیشیدن به باورهای مخالف را ندارند.

○ ماکیاولیسم :

نیاز به تسلط و نفوذ بر دیگران

افراد با ماکیاولی بالا تصور نمی کنند که باید در بازی به یار خود وفادار باشند، به راحتی تغییر جهت نسبت به باورهای خود می دهند ، به سلطه و نفوذ به دیگران میپردازند، به برد تمایل بیشتری نشان میدهند، بیشتر متقاعد میکنند و کمتر متقاعد می شوند

افراد با ماکیاولیسم پایین بیشتر به خواسته های دیگران جامعه عمل می پوشانند ، به صورت عاطفی در مسائل درگیر می شوند ، سعی در جلب رضایت طرف مقابل دارند.

ماکیاولیسم ها در روابط چهره به چهره موفق تر هستند مخصوصا در مناظره و متقاعد سازی دیگران.افرادی با تفکر خلق الساعه و حاضر جواب هستند.

فصل چهارم

ارتباطات اثر بخش ۲ بعد دارد : بعد عمل گرایانه و بعد خوشنودی شخص

در واقع برای اثر بخشی یک ارتباط از دو بعد می توان آن ارتباط را بررسی کرد و لزوما این دو بعد در یک جهت نیستند و ممکن است در خلاف جهت هم باشند ؛

مثال: در ارتباط دکتر با بیمارش ، رژیم غذایی که پزشک تجویز می کند از بعد عملگرایانه اثر بخش است و موجب سلامتی می شود ولی رعایت رژیم غذایی موجب خوشنودی شخص نیست.

ویژگی هایی که موجب اثر بخشی یک فراگرد ارتباطی می شوند ، عبارتند از :

▪ گشودگی:

عبارت است از در اختیار طرف مقابل گذاشتن بخش نهان پنجره جوهری خودمان که در سه جنبه اثر خود را بروز می دهد :

جنبه اول داشتن اشتیاق برای گشایش در مقابل طرف ارتباطی

جنبه دوم بی تفاوت نبودن به طرف ارتباطی

جنبه سوم در اختیار دیگری قرار دادن احساسات و تفکرات خود به صورت کامل .

▪ همدلی:

همدلی به بیان ساده یعنی درک فرد مقابل از نظر عاطفی و فکری بدون تجربه کردن آنچه که او تجربه کرده است .

گام هایی برای بالا بردن همدلی: ۱- پرهیز از ارزیابی و قضاوت طرف مقابل ۲- درک احساس و عواطف طرف مقابل از طریق شناخت بیشتر او ۳- قرار دادن خود به جای شخص مقابل و درک او

▪ حمایتگری:

اگر در فراگرد ارتباطی شخص احساس کند که مورد قضاوت و تهاجم قرار خواهد گرفت در لاک خود فرو میرود

برای ایجاد فضای حمایتگرانه باید از نشان دادن برتری های خود پرهیز کنیم و نظرات خود را با عدم یقین و جزمیت به مخاطب خود ارائه کنیم.

▪ مثبت گرایی:

اول مثبت گرایی در مورد خودمان داشته باشیم

دوم احساس مثبت مان نسبت به شخص مقابل را به او انتقال دهیم
سوم نشان دهیم احساس مثبت نسبت به وضعیت ارتباطمان داریم

▪ تساوی:

هیچ دو نفری دقیقا شبیه هم نیستند ولی تاکید روی نقاط مشترک در یک ارتباط می تواند به موثر بودن آن کمک کند.
همچنین تساوی از نظر گفتار و شنیداری نیز باید برقرار شود . یک نفر همیشه گوینده و یک نفر شنونده نباشد.
هر چه تشابهات افراد با یکدیگر بیشتر باشد راحت تر و اثر بخش تر با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند.

▪ تشابه و تفاوت:

تشابهات و تفاوت های ظاهری و شخصیتی و صفاتی طرفین ارتباط با یکدیگر است .
اگر دارای تشابهات زیادی با طرف مقابل باشیم ؛ آنگاه در برابر او خود گشایی میکنیم ، همدلی زیادی بوجود می آید ،
حمایت بیشتری شکل می گیرد و احساس مثبت گرایی بیشتری نسبت به خود داریم ، چون تصور می کنیم که همچون
خود ما هستند.

فصل پنجم

همان گونه که در فصل اول به آن پرداختیم ، ارتباط با خویش اولین ارتباط بوده و درک از خود و شناخت خود پایه و اساس هر نوع ارتباطی است.

گاهی اوقات آن چنان بی حال هستیم که لیوانی را هم جابجا نمی کنیم و گاه آن چنان نیرویی در درون خود احساس می کنیم که به گمان مان توانایی جابجا کردن کوه را هم داریم . چنین حالاتی از یک سو و محدودیت‌هایی که ما برای خود قائل می‌شویم (که از تربیت و فرهنگ جامعه ای که در آن زندگی می کنیم تاثیر گرفته است) از سوی دیگر باعث بروز رفتار های گوناگون در شرایط گوناگون می گردند . لذا وقتی خودمان را بشناسیم ، عامل کنترل ما درونی می شود و عوامل بیرونی نمی توانند ما را کنترل کنند. با چنین شناختی از خود ، خواسته ها و عواطف و احساسات خود را در ارتباطات به راحتی بیان و تشریح می کنیم که این امر به داشتن ارتباطی موثر کمک خواهد کرد .

برای شناخت بهتر خود باید روی عواطف ، احساسات ، اندام و زمانی که در آن قرار داریم متمرکز بشویم. به طور مثال به احساسی که نسبت به چیزی پیدا کرده ایم فکر کنیم.

انسانها و بخصوص مردان با دشواری ، احساس غم و ترس و اضطراب خود را بیان می‌کنند ولی از نظر روانشناسی این کار کاملاً طبیعی است و به سلامت جسمی و روحی افراد کمک می کند.

خودآگاهی و خود گشودگی اساس یک رابطه موفق است و در مقابل آن خود کنترلی موجب می شود که فرد به مرور درونگرا شده و حالات و روحيات تهاجمی پیدا کند و این خودکنترلی به مرور موجب گسستگی ارتباط می شود.

افرادی که خود کنترلی دارند و یا از طرف دیگران کنترل می شوند و عواطف و احساسات شان را مخفی می کنند، این گونه افراد یا از ارتباط گریزانند و یا در ارتباط هایشان به حالت تهاجمی و سلطه بر دیگران روی می‌آورند

مفهوم از خود:

درک ما از خودمان به جنبه های جسمانی، اجتماعی و روانی ما مربوط می‌شود و در نتیجه درک ما از گذشته ، حال و پیش‌بینی‌های آینده ماست و شامل انسانهایی می شود که در زندگی ما وارد می شوند

مفهوم از خود شامل تصویر از خود (چه فکری در مورد خودمان می کنیم) و حرمت به خود (چقدر از وضعیت خودمان راضی هستیم) می شود که هر دوی اینها به نظر دیگران در مورد ما وابسته است و تحت تاثیر بر خورد دیگران بالا و پایین میشود.

علم ثابت کرده جملاتی چون "من برای دیگران زندگی نمیکنم و مهم نیست دیگران در مورد من چه فکر می‌کنند" در عمل بی‌معنی است. همه ما بخشی از زندگی مان به خاطر دیگران است و می‌کوشیم به گونه ای رفتار کنیم که دیگران از ما انتظار دارند.

همانطور که مفهوم از خود ما با توجه به رفتار دیگران تغییر می‌کند مواردی را نیز می‌توان مثال بزینم که نزدیکان ما از تغییر این مفهوم جلوگیری می‌کنند و سعی در ثابت نگه داشتن مفهوم از خود ما دارند.

برای تغییر مفهوم از خود لازم است که به تمام توانایی‌ها و ناتوانایی‌های خود پی ببریم و بیشتر به خود توجه داشته باشیم تا دیگران. هیچکس ما را به اندازه خودمان نمی‌شناسد و می‌توانیم با نوشتن خاطرات و مرور رفتار هایمان خود آگاهی مان را افزایش داده و در مسیر بالندگی قدم برداریم. در واقع نوشتن خاطرات باعث می‌شود ما ارتباط درستی با خودمان برقرار کنیم و مهارت‌های اولیه ارتباط با دیگران را نیز کسب کنیم.

دور رسیدن به شناخت از خود توجه به این نکته ضروری است که در این راه چهار نگرش را میتوان داشت:

- نه تو خوبی و نه من
- من خوبم و تو خوب نیستی
- من خوب نیستم و تو خوبی
- من خوبم و تو هم خوبی

برای تغییر مفهوم از خود و رسیدن به شناخت از خود در راستای ارتباط مؤثر باید در وضعیت چهارم باشیم وضعیتی که در آن نگرش ما " من خوبم و تو هم خوبی " است ، چراکه هم خود ما و هم طرف مقابلمان واجد ظرفیت‌های انسانی لازم برای دوست داشتن و احترام هستیم و می‌توانیم دور از اضطراب ، عدم امنیت ، بدبینی ، بدگمانی و حالت‌های دفاعی ارتباطات مؤثر و زندگی لذت بخشی داشته باشیم.