



## «خبر خوب» را اول بشنویم بهتر است یا «خبر بد»؟

روانشناسان با تحلیل تمایل افراد در اولویت بین شنیدن خبر خوب یا بد دریافتند که گیرنده خبر بد تمایل دارد خبر بد را در ابتدا بشنود و خبردهنده متمایل به ارایه خبر خوب است.

روانشناسان با تحلیل تمایل افراد در اولویت بین شنیدن خبر خوب یا بد دریافتند که گیرنده خبر بد تمایل دارد خبر بد را در ابتدا بشنود و خبردهنده متمایل به ارایه خبر خوب است. ایسنا نوشت:

دانشمندان دانشگاه کالیفرنیا تمایل افراد برای اولویت دادن به شنیدن خبر خوب یا بد را تحلیل کردند.

فرایند دادن یا گرفتن خبر بد برای بسیاری از افراد و به ویژه زمانی که خبردهنده در خصوص پیش بردن مکالمه مردد است، دشوار است.

در مجموعه‌ای از آزمایش‌ها، روانشناسان دریافتند که گیرنده خبر بد بی‌نهایت می‌خواهد که خبر بد را در ابتدا بشنود، در حالی که خبردهنده تمایل دارد خبر خوب را ابتدا به وی بدهد.

چنانچه خبردهنده خود را جای دریافت‌کننده خبر قرار دهد یا مجبور باشد کاری کند که گیرنده خبر احساس بهتری داشته باشد، ممکن است آن گونه که گیرنده می‌خواهد، به وی خبر بد بدهد. در غیر این صورت، یک عدم تطابق رخ می‌دهد.

اما این تمامی ماجرا نیست و محققان حاضر در این پژوهش همچنین تعیین کردند که آیا خبر خوب معرفی‌شده در مکالمه می‌تواند بر تصمیم گیرنده برای عمل‌کردن یا تغییر رفتارشان تاثیر بگذارد یا خیر.

آنگلا لیگ و کیت سوینی از دانشگاه کالیفرنیا نشان دادند که بسیاری از وب‌سایت‌ها و کتاب‌های مدیریت «ساندویچ خبر بد» یعنی الگوی «خبر خوب-بد-خوب» را توصیه می‌کنند.

اما یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد منفعت‌برنده اصلی ساندویچ خبر بد نه گیرنده خبر بلکه خبردهنده است و گرچه دریافت‌کننده ممکن است با پایان خوش تسکین یابد، از انتظار مضطربانه برای دریافت خبر بد در طول دریافت خبر خوب اولی لذت نمی‌برد و پنهان کردن خبر بد زمانی که تمایل برای تغییر رفتار فرد وجود دارد، کارآمد نخواهد بود.

این مطالعه نشان می‌دهد گیرنده خبر از ترتیب خبر خوب و سپس بد و زمانی که خبر بد برای آن‌ها مفید است، سود می‌برد.

در صورتی که یک پزشک بخواهد تشخیص یا پیش‌بینی که دشوار است را به بیمار بگوید و بیمار نمی‌تواند کاری انجام دهد، نخست باید خبر بد به وی داده شود و از اطلاعات مثبت برای کمک به او برای پذیرش خبر بد استفاده کرد اما چنانچه بیمار بتواند کاری در این زمینه انجام دهد، در آخر باید خبر بد را به وی داد و به او گفت که برای بهتر شدن باید چه کاری انجام دهند.

این مطالعه دارای مضامینی مهم برای ارتباط در بسیاری از حوزه‌ها است.

به گفته محققان، معلمان و پزشکان، هنگام دادن خبر به طرف مقابل، در صورتی که فراموش کنند چنانچه به جای فرد مقابل باشند، چگونه می‌خواهند خبر خوب یا بد را بشنوند، عملکرد ضعیفی در انتقال خبر خواهند داشت.

خبردهندگان در تلاش برای به تعویق‌انداختن تجربه ناگوار دادن خبر بد هستند و این کار را با اولویت دادن به خبر خوب انجام می‌دهند، در حالی که دریافت‌کنندگان با دانستن این که خبر بد در راه است، مضطرب می‌شوند.

این تنش می‌تواند ارتباط را از بین برده و برای هر دوی خبردهنده و گیرنده خبر نتایج نامطلوب به دنبال داشته باشد.