

First Impressions

کا اردو ترجمہ

پہلا تاثر
اور اُس کے کر شے

• ایں ڈیمپلیس • ولیری وائٹ

تھہ: شیخ ریاض حمد



مشعل

پہلا تاثر
اور
اس کے کر شے

MashaiBooks.com

فہرست

عنوان	مندرجات	صفحہ نمبر
تعارف	<hr/>	5
پہلا حصہ: اوّلین تاثرات کا نفیاٹی اثر	19	پہلا باب
چوتھا باب	42	پہلا تاثر کیسے پیدا ہوتا ہے؟
پانچواں باب	68	آپ دوسروں کو کیسے مائل پر احساس کرتے ہیں؟
ساتواں باب	96	چار عالمگیر معاشرتی آداب
دوسری حصہ: پہلے تاثر کے سات بنیادی اجزاء	40	دوسری باب
آٹھواں باب	128	اس توں باب
نواں باب	150	گفتگو کا پانچپن
دواں باب	168	دنیا آپ کی نظر میں
دوساں باب	189	خود بیانی: جنسی کشش کی نقاشیں

- | | |
|-----|---|
| 208 | تیرا حصہ: پہلے تاثر کی شانگ میں اصلاح کرنا |
| 210 | گیارھواں باب اعمال سے آگاہی: کیا میں ایسے کرتا ہوں؟ |
| 222 | باقھواں باب خلا پر کرنا |
| 229 | تیرھواں باب یوں بھی ہوتا ہے: پہلے برے تاثر کا ازالہ |
| 238 | چودھواں باب دوسروں کی بابت رائے پر نظر ٹانی |

تعارف

ذرا تصوّر کریں کہ آپ ریستوراں میں اپنی بہترین دوست کے ساتھ بیٹھی ہیں جو آپ کی ہم عمر ہے اور آپ ہی کی طرح دلش اور حسین ہے۔ آپ دونوں بیرے سے گفتگو شروع کر دیتی ہیں۔ آپ سب ہنسی مذاق میں مصروف ہیں اور بہت پر لطف سماں ہے لیکن جیسے ہی گفتگو آگے بڑھتی ہے آپ محضوں کرتی ہیں کہ یہاں آپ کی نسبت آپ کی ساتھی کی طرف زیادہ توجہ دے رہا ہے۔ اس احساس سے آپ افسرده ہو جاتی ہیں اور ذرا چہرا بھی جاتی ہیں۔ آپ اپنے خاوند کی کپنی کی طرف سے دی گئی پارٹی میں شریک ہیں۔ پارٹی میں آپ کی ملاقات کئی نئے لوگوں سے ہوتی ہے اور وقت بڑا پر لطف گزرتا ہے۔ گھر واپس آتے ہوئے آپ کو یہ احساس پر بیشان کرتا ہے کہ شاید آپ نے خود کو دوسروں کے سامنے تماثی بنا دیا ہو۔ آپ خود سے پوچھتی ہیں، ”کیا میں بہت زیادہ ہوں؟ بہت مذاق کیے؟ یا باس کی بیوی کے ساتھ ترش روئی کا مظاہرہ کیا؟“ آپ اپنے خاوند سے دریافت کرتی ہیں اور وہ آپ کو یقین دلاتا ہے کہ آپ درحقیقت نہایت دلش اور جاذب نظر لگ رہی تھیں۔ لیکن آپ پھر بھی مطمئن نہیں ہوتیں۔

آپ ہوائی جہاز میں کیلے فوریا سے ٹکا گو جا رہی ہیں۔ آپ کے ساتھ والی نشت پر بیٹھی ہوئی خاتون بڑی دلچسپ اور ملمسار ہے۔ آپ اسے اپنے کاروباری دورے سے واپسی، اپنے سابقہ خاوندوں اور اپنے دل پسند ہو ٹلوں کا حال سناتی ہیں۔ آپ دونوں ایک دوسرے کو بتاتی ہیں کہ آپ کسی شریک حیات کے بغیر رہ رہی ہیں اور نوجوان جوڑوں کی باہمی ملاقاتوں کے منظر آپ پسند نہیں کرتیں۔ طیارے سے سامان لیتے وقت آپ ایک دوسرے کو اپنے ٹیلی فون نمبر دیتی ہیں۔ پھر کئی دنوں بعد آپ اپنی ہم سفر ساتھی کو ٹیلی فون کرتی

ہیں۔ تو وہ اس کے جواب میں کوئی رابط نہیں کرتی۔

ایسے واقعات ہمیشہ پیش آتے رہتے ہیں۔ ہم ان لوگوں سے ملتے ہیں جن سے ملنے کی ہمیں خواہش ہوتی ہے، جن کے ساتھ ہم کام کرنا یا گھلنا ملنا چاہتے ہیں لیکن جو ہماری دلچسپی کا ثابت رد عمل ظاہر نہیں کرتے۔ ہم محفل چھوڑ کر چلے آتے ہیں اور ہمیں یہ فکر دامن گیر ہوتی ہے کہ لوگ ہماری بابت کیا سوچتے ہوں گے۔ گوان ملاقاتوں اور ان تاثرات کو جو ہم دیتے ہیں، ہم محض عارضی سمجھتے ہیں لیکن ہماری زندگیوں پر اکثر ان کے اثرات دور رہتے ہیں۔

ایک تاثر کی اہمیت اس لیے زیادہ ہوتی ہے کیونکہ یہ ایک لحاظ سے اہم یادوں کی طرح ہوتا ہے... کسی فرد یا کسی شے سے متعلق ایک پائیدار حساس اپہلا تاثر ہمارے لیے پہلا اور بعض اوقات غالباً واحد موقع ہوتا ہے جس کے ذریعے ہم کسی کو اپنی بابت بتا سکتے ہیں کہ ہم کون ہیں۔ یہ ایسی اطلاع ہوتی ہے جو کافی دیر پا ثابت ہوتی ہے۔ اسی باعث پہلے تاثر کی اہمیت ان معنوں میں فیصلہ کن ہوتی ہے کہ دوسرا آپ کے متعلق کیا رائے رکھتے ہیں اور آیا وہ آپ کے بارے میں مزید جاننا جانتے ہیں۔

‘پہلا تاثر’ دلچسپی کا حامل ایک عمدہ موضوع ہے اور بالخصوص آج کے دور میں برعکس بھی ہے۔ صدیوں تک لوگ ان ہی معاشروں میں مقید رہے جہاں وہ پیدا ہوئے اور پلے بڑھے۔ وہیں ان کی رشتہ داریاں قائم ہوئیں۔ معاشرتی تعلقات پروان چڑھے اور ان ہی لوگوں کے ساتھ تجارتی روابط ہوئے جنہیں وہ ساری عمر سے جانتے تھے۔ تاہم اب ہم اس عہد میں رہ رہے ہیں جس میں لوگ زیادہ جگہ کے ساتھ نئے گروں، نئے شہروں میں منتقل ہوتے ہیں اور اپنے معاش کے ذرائع تبدیل کرتے، نئے دوست بناتے اور نئی رشتہ داریاں قائم کرتے ہیں۔

پہلی ملاقاتیں اتنی کثیر تعداد میں اور اتنے تو اتر سے ہوتی ہیں کہ ہم انہیں ذہن میں محفوظ بھی نہیں کر سکتے۔ ہو سکتا ہے کہ ہم ہر روز کسی نئے فرد سے ملاقات کرتے ہوں... اپنے بچے کے سکول میں کسی اور بچے کے والدین کے ساتھ، ایک ہی جگہ کام کرنے والے کسی نے ساتھی کے ساتھ، کسی گاہک، موکل، سورکار، جم یا کافی کی دکان پر لگی ہوئی ظفار میں کسی کے ساتھ۔

ان ملاقاتوں میں ہم موسم پر بات کرتے یا اپنے گرد و پیش میں ہونے والے واقعات کا ذکر کرتے ہیں۔ بہر حال اس طرح ہمیں دوسروں کو سمجھنے کا ابتدائی موقع ملتا ہے۔

اس بہت مختصر ملاقات میں اجنبی لوگ ہماری بابت کوئی رائے قائم کریں گے اور غالباً یہ فیصلہ بھی کریں گے کہ ہم انہیں پسند آئے یا نہیں۔ آیا وہ ہمیں ملخص، دلچسپ اور ہنس مکھ سمجھتے ہیں؟ اسی پر یہ فیصلہ مختصر ہو گا کہ دوسرے ہم سے دوبارہ بات کرنے پر راغب ہوں گے، ہمیں چاہیں گے... ہم سے تعلقات رکھیں گے، یا ہمارے ساتھ رومانی ملاقات کرنا چاہیں گے؟ کیا آپ یہ نہیں جانتا چاہیں گی کہ لوگ آپ کے بارے میں کیا سوچتے ہیں؟ یعنی کہتی ہے تھہ کو غلق خدا غائبانہ کیا!

یہ کتاب آپ کو ان سوالات کا جواب فراہم کرنے میں مددگار ثابت ہو گی:... ”دوسرے مجھے کس طرح دیکھتے ہیں؟“ ”میری جسمانی موجودگی سے ماوراء کیا دیکھتے ہیں؟“ اور ”میں کس طرح اپنا بہتر تاثر دے سکتا ہوں یا دے سکتی ہوں؟“ ہم آپ کو وہ معلومات فراہم کرتے ہیں جو ان سوالات کا جواب دینے میں درکار ہوتی ہیں۔ یہ معلومات ہم اس تعلق کے مختصر تذکروں سے دیں گے جو آپ کے اعمال اور اقوال اور آپ کی بابت دوسروں کی رائے میں پایا جاتا ہے۔ ہمیں معلوم ہے کہ یہ تعلقات انتہائی سیدھے سادھے ہوتے ہیں لیکن بعض اوقات ذہین اور اچھے بھلے تعلیم یافتہ افراد کی سمجھ میں بھی نہیں آتے۔ جہاں ایک طرف اس کا علم، زندگی میں کامیابی کے لیے بے حد ضروری ہے، وہاں دوسری طرف یہ سکولوں میں بھی نہیں پڑھایا جاتا اور کوئی آپ کو دیانتداری سے یا معروفی انداز میں اس کی بابت مطلع نہیں کر سکتا۔

ہمارا تجربہ

پہلے تاثرات (فرست اپریشنز) کے ٹھمن میں ہماری مہارت کی بنیاد ”فارچون 100“ کمپنیوں میں ان کے بانیوں، لیڈروں اور میجروں کی استعداد جا چکنے اور انہیں ترتیب دینے کا کئی سالوں پر محیط تجربہ ہے۔ ہم پیش ور لوگوں سے، ان کے کردار سے متعلق تمثیلوں / ڈراموں کے انداز میں بات چیت یا مصنوعی اور فرضی تجارتی صورت حال کی بابت (مثلاً نئے گاہک سے ملاقات پر) گفتگو کرتے ہیں اور وہ جس طریقے سے خود کو گفتگو میں پیش کرتے ہیں اور اسے جاری رکھتے ہیں، اس کا مشاہدہ کرتے ہیں۔ اس کے بعد ہم پیچھے کر غور و خوض کرتے اور تقدیمی تجزیے کے ذریعے انہیں، دوسری باتوں کے علاوہ ان کے رابطے کے مؤثر ہونے، دوسروں کی طرف ان کی حساسیت اور ان کے خیالات کے مہم یا غیر مہم ہونے سے

آگاہ کرتے ہیں۔ کئی سالوں کے تجربے سے ہمیں معلوم ہوا کہ بڑے اوپنچے عہدوں پر فائز، نہایت ذہین اور لائق افران اکثر صورتوں میں اس اثر سے ناواقف ہوتے ہیں جو وہ دوسروں پر ڈالتے ہیں۔ ان کے رابطے کرنے کے شائلوں میں جو نازک فرق ہوتے ہیں، ان سے آگاہی، ان پیشہ ور کاروباری لوگوں کے لیے ان کے اپنے تجارتی شبے اور بھیثیت مجموعی دوسروں کے ساتھ تعلقات میں، خود کو موثر بنانے کے لیے بے حد کارگر ثابت ہوئی۔

اس میدان میں کچھ تجربے کے بعد یہ واضح ہوا کہ ہر فرد اپنے متعلق اس قسم کے غیر جانبدارانہ تنقیدی تجربے سے مستفید ہو سکتا ہے۔ تاہم یہ سہولت صرف چند بڑی بڑی کارپوریشنوں اور اداروں میں کام کرنے والوں یا نفیاٹی امراض کے ہستاں میں داخل مریضوں کو حاصل ہیں۔ جو بینادی معاشرتی مہارت میں تربیت کے ضرورت مند ہیں یعنی متوسط اور عام لوگ، ان کے لیے ایسی کوئی سہولت میسر نہیں جس کی بدولت وہ جان سکتیں کہ وہ کس قسم کا پہلا تاثر دیتے ہیں۔ چنانچہ ہم نے اس کی کو پورا کرنے کا فیصلہ کیا اور ایک عدمی المثال کاروباری ادارے ”فرست امپریشنز“ کی بنیاد رکھی۔

”فرست امپریشنز“ کارپوریشن میں ہم وہی طریقہ کار استعمال میں لاتے ہیں لیکن ہماری توجہ معاشرتی دنیا کی طرف ہوتی ہے۔ ہم اپنے گاہوں کے ساتھ فوجوں جوڑوں کی فرضی ملاقات یا سماجی میٹنگ کی تقریب کسی ہوٹل میں منعقد کرتے اور ان کے درمیان ہونے والی بات چیت کے دوران، دوسروں کے ساتھ ان کے طرز گفتگو اور خود کو پیش کرنے کے شائلوں کا مشاہدہ کرتے ہیں۔ فرضی ملاقات کے بعد ہمارے گاہک دفتر واپس آ کر ہمارے ساتھ تجزیاتی نشست میں شریک ہوتے ہیں۔ ہم ان سے دریافت کرتے ہیں کہ وہ اپنی شخصیت کا کیا تصور دیتا چاہتے تھے اور اپنے خیال کے مطابق، ملاقات میں شریک، اپنی سماجی کی نظر وہ میں کیسے رہے۔ ہم ان کی سوچوں کا مقابلہ اپنے متانج سے کرتے ہیں اور ان کے لیے مخصوص امدادی اور تغیری تجربی پیش کرتے ہیں۔

یہ طریقہ کاروباری اور سماجی، دونوں حلقوں کے لوگوں کے لیے اپنی بابت جانے میں انتہائی موثر ہے اور ہمارے گاہک اس قسم کے تنقیدی جائزوں سے بہت خوش ہوتے ہیں۔ اکثر گاہک ہمیں یہ اطلاع دیتے ہیں کہ انہیں اپنے بارے میں جو کچھ معلوم ہوا، اس کا انہیں پہلے کبھی کسی سے علم نہیں ہوا تھا۔ وہ اس نتیجے پر بھی پہنچتے ہیں کہ جس رویے کو وہ اپنے خیال میں معمولی اور غیر اہم سمجھتے تھے، اسے تبدیل کرنے کے نتیجے میں، دوسروں کی طرف سے بہت

زیادہ مثبت عمل سامنے آئے۔

اس کتاب میں ہم نے آپ کو، ہی کچھ بتایا ہے جو ہم اپنے گاہوں کو بتاتی ہیں۔ ہم ”پہلے تاثر“ کو سات بنیادی اجزا میں منقسم کرتی ہیں جو یہ ہیں: رسانی، دلچسپی کا اظہار، گفتگو کے موضوع، اپنی ذات کا تعارف، گرمی گفتار، پس منظر اور جنسی کشش اور آپ کو یہ دیکھنے میں مدد دیتی ہیں کہ آپ خود کو ہر عنصر کے لحاظ سے کس مقام پر پاتے ہیں یا پاتی ہیں۔

ہمارے گاہک

ہم سب نکات کی وضاحت گاہوں کی مثالیں دے کر کرتی ہیں جوان کے ساتھ کام کرنے کے دوران ہمارے مشاہدے میں آئیں اور ان گاہوں میں زندگی کے ہر شبے سے تعلق رکھنے والے شامل ہیں... سعیف العمر اور نوجوان۔ مرد اور خواتین بے تکلف اور شر میلے۔ سیدھے سادھے اور من موجی۔ ہم تین ذراائع سے ملنے والی مثالیں پیش کرتی ہیں۔

۱۔ کاروباری گاہک:

ان مثالوں سے کئی ایک، فرضی ملاقاتوں اور ان کے تجربیاتی نشتوں میں حاصل ہونے والے نتائج سے اخذ کی جاتی ہیں۔ کئی دوسری ہمارے براہ راست ان تجربات سے سامنے آتی ہیں جو ہمیں اپنے گاہوں کے ساتھ پہلی ملاقات کے دوران اور پھر ان سے، خود کو پیش کرنے کی بابت پوچھنے سے حاصل ہوتی ہیں اور بہت سی مثالیں ان تجرباتی حالات و واقعات پر ہوتی ہیں جو اپنے گاہوں کی زبانی ہمیں معلوم ہوتی ہیں۔

۲۔ ”فرست امپریشنز“ کے گاہک

کسی فرضی ملاقات کے سلسلے میں ہمارے ایکپرٹ، گاہوں کے ساتھ یہ کہ اور سوزان کے فرضی ناموں کا لبادہ اور ڈھنڈ کر شامل ہوتے ہیں۔ یہ اور سوزان دراصل ماہرین نفیات ہیں لیکن صنف مخالف کے ساتھ اپنی ملاقات میں وہ خود کو ماہر نفیات کی بجائے ناموں کی عرفیت میں چھپا کر پیش کرتے ہیں۔ جہاں آپ کو ”سوزان“ یا ”یہک“ نظر آئیں آپ انہیں کسی فرضی ملاقات میں ”فرست امپریشنز“ کے ماہر سمجھیں۔

۳۔ روزمرہ کی ملاقاتیں:

ان ملاقاتوں سے ملنے والی مثالیں عام سماجی حالات و واقعات پر مشتمل ہوتی