



# **Komunikacja społeczna i interpersonalna. Kanały przepływu informacji.**

Materiały uzupełniające do treści szkolenia

Aleksander Gortat

## LIDER PROJEKTU

Województwo Podkarpackie - Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Rzeszowie  
ul. Hetmańska 9, 35-045 Rzeszów tel. 17 747 06 00 fax. 17 747 06 01 e-mail: sekretariat@rops.rzeszow.pl www.rops.rzeszow.pl

## PARTNERZY PROJEKTU



Województwo  
Podkarpackie



Województwo  
Lubelskie



Województwo  
Podlaskie



Województwo  
Świętokrzyskie



Województwo  
Mazowieckie

## **CEL SZKOLENIA**

Przedstawienie uczestnikom teoretycznego zarysu procesów komunikacyjnych.

**Komunikacja** to, najogólniej rzecz biorąc, proces wzajemnego przekazywania informacji. W procesie tym ludzie zdobywają potrzebne im informacje, przekazują własne zdanie, przekonują się nawzajem, dochodzą do porozumienia (lub też nie), wywierają wpływ na innych ludzi.

W znaczeniu etymologicznym słowo komunikowanie wywodzi się z łacińskiego „comunicare”, to znaczy był w relacji, był w związku, uczestniczyć w, zrzekać się. Jako współcześnie używany termin, jest on kalką z języka angielskiego – „communication”. Mimo, że jest powszechnie znany i używany w różnych językach, to jednak nie zawsze jest jednoznacznie i właściwie rozumiany (bardzo często kojarzy się ze środkami transportu).

Istnieje około 100 różnych definicji komunikowania:

### **Komunikowanie jako termin podstawowy.**

1909 rok, Cooley w studium "Ludzie, organizacje" tworzy klasyczną definicję komunikowania się:

Komunikowanie to mechanizm, dzięki któremu ludzkie stosunki mogą istnieć i rozwijać się. Wszystkie symbole umysłu, łącznie ze środkami przekazywania ich w przestrzeni i zachowania w czasie (wyraz twarzy, postawa, gestykulacja, ton głosu, słowo, pismo, druk, koleje żelazne, telegrafy; telefony oraz to co jeszcze może być osiągnięciem w podboju przestrzeni i czasu)

### **Komunikowanie jako transmisja**

- przekazywanie informacji w bardzo szerokim znaczeniu tego terminu (Ayer)
- To przekazywanie informacji, idei, emocji; umiejętności lub proces transmisji (Bertson, Steiner)

### **Komunikowanie jako rozumienie**

- Komunikowanie jest procesem, dzięki któremu rozumiemy innych i sami staramy się być zrozumiałymi (Anderson)
- Proces przez który dwie osoby dochodzą do tych samych myśli lub uczuć (Adler)

### **Komunikowanie jako łączenie**

- proces, który łączy nieciągłe części naszego żyjącego otoczenia (Reuch)

- Tworzenie społeczeństwa całości z jednostek przy użyciu języka lub znaków (Sherry)

### **Komunikowanie jako interakcja**

- komunikowanie to społeczna interakcja za pomocą symboli (Gerbner)

### **Komunikacja jako wymiana**

komunikacja to wymiana znaczeń między ludźmi. jest możliwa w stopniu w jakim jednostki mają wspólne spostrzeżenia, pragnienia i postawy (Krecz, BaIlchey)

### **Komunikowanie jako składnik procesu społecznego**

Akt komunikatywny jest składnikiem i środkiem, przez który są wymieniane normy grupowe, jest sprawowana kontrola społeczna i przydzielone role, osiągnięta koordynacja wysiłków, są ujawnione oczekiwania i przenoszony proces społeczny (Fleur).

Jednakże, można wskazać na kilka zasadniczych odmienności definicji komunikowania, które dotyczą odmiennego pojmowania zakresu i charakteru tego procesu.

a) zakres komunikowania: wielu autorów obejmuje nazwą komunikowanie wszelkie formy przekazu informacji, w najszerszym sensie zarówno między ludźmi. jak i między zwierzętami i maszynami (od cybernetyki - podobieństwo podstawowych procesów sterowania.

b) Socjologowie ograniczają zakres pojęcia tylko do zjawisk porozumiewania się między ludźmi; za tą różnicą kryje się bądź ograniczenie komunikacji do znaków językowych lub im . podobnych (na przykład w humanistycznie zorientowanej teorii komunikacją, bądź jak u cybernetyków i biologów włączenie wszystkich form oddziaływania między dwoma układami (osobami. zwierzętami, maszynami) choćby nie miały one charakteru symbolicznego.

c) Interakcjonalność komunikowania. Rozważając ten problem należy mieć na uwadze zasadniczą odmienność znaku i oznaki oraz pamiętać o możliwości świadomego tworzenia fałszywych oznak .

- oznaka to naturalny symptom pewnego zjawiska; poznawanie oznakowe występuje nie tylko u człowieka, ale także u wszystkich żywych istot. Każde ludzkie działanie w tym także produkowanie symboli można interpretować jako oznakę innych zjawisk

- znak to nie symptom, lecz arbitralny symbol innego zjawiska. Poznawanie za pomocą znaków jest właściwe tylko człowiekowi i tylko one może zostać określone mianem komunikowania, często zdarza się że dla odbiorcy ważniejsze są oznaki, niż faktyczna treść przekazu (intonacja)

d) Skuteczność komunikowanie. Spotyka się poglądy, że pojęcie komunikowania odnosi się do tych procesów transmisji, które zostały zakończone powodzeniem, doprowadziły do przyjęcia przez odbiorcę przynajmniej zbliżonego do intencji nadawcy znaczenia przekazu. Inni podkreślają, że powodzenia procesu nie można utożsamiać z jego charakterem, gdyż skuteczne komunikowanie jest tylko szczęśliwym przypadkiem komunikowania. Jeśli bowiem do zaistnienia komunikowania jest niezbędny kontakt między nadawcą a odbiorcą, to, nie oznacza to konieczności rozumienia przekazu w tym sensie, w jaki chciał nadawca.

e) Z kierunku przekazu. Spór dotyczy kierunku transmisji. Pytanie czy do zaistnienia procesu wystarczy przekaz informacyjny jednokierunkowy od nadawcy do odbiorcy? Czy musi istnieć przepływ odwrotny?

Komunikowanie włącza dwukierunkowość transmisji, czasami utożsamia się z dialogiem czyli sytuacją kiedy nadawca i odbiorca zamieniają się rolami (Vinch de rolet) ,

- wydaje się, że takie rozumienie jest nieuprawnione, gdyż dwukierunkowość jest w istocie zjawiskiem dwóch odrębnych aktów komunikowania się, które mają jednokierunkowy przepływ i trudno przyjąć że odbywają się one jednocześnie.

f) Perswazyjność komunikowania. Tę cechę do definicji komunikowania włączają przede wszystkim psychologowie społeczni, którzy utożsamiają komunikowanie z perswazją. Ogranicza to możliwość zrozumienia zjawiska, gdyż istnieje znaczna ilość aktów komunikacji, które nie zakładają sobie intencji wpływania na postawy czy opinie, a tylko poinformowanie odbiorcy, zaspokojenie potrzeb informacyjnych. Wyrzucenie tych aktów komunikacyjnych poza proces jest niesłuszne, chociaż trzeba zdać sobie sprawę, że z punktu widzenia systemu komunikowanie mają one określony cel, ale nie jest nim perswazja, tylko zaspokojenie potrzeb odbiorcy.

**Znaki są rzeczywistością materialną.** Można je usłyszeć, zobaczyć, czasem dotknąć, dlatego też znakiem jest wszystko co stoi za jakąś treścią, co pozwala zrozumieć, że coś istnieje. Znakiem jest uśmiech, bicie zegara, szczekanie psa; a symbolami znaków są gazety, programy radiowo-telewizyjne, reklamy, plakaty.

W komunikowaniu się ludzi szczególną rolę odgrywają znaki, których związek ze znaczeniem, z tym za czym stoją ma charakter konwencjonalny a nie naturalny. Zachodzi związek naturalny między płaczem a smutkiem, ziewaniem a sennością, chociaż płacz może czasem wyrażać radość.

Znaki, których związek ze znaczeniem opiera się na konwencji lub zwyczaju nazywamy **symbolami**, a znaki, których związek ze znaczeniem ma charakter naturalny nazywamy oznakami.

W sytuacji teoretycznie najprostszej tzn. jeśli wyeliminujemy wszystkie psychiczne, społeczne czynniki towarzyszące komunikowaniu, można powiedzieć, że proces ten sprowadza się do przekazu treści jednego osobnika, który zmaterializuje je do przekazu

znaków drugiemu osobnikowi, który je usłyszy, zobaczy, dotknie i dla którego stoją one za tę samą treść.

W praktyce nawet najgenialniejsze myśli choćby najprecyzyjniej wyrażane nie zostaną zakomunikowane, jeżeli do ich wyrażenia zostały użyte znaki niezrozumiałe lub inaczej zrozumiałe przez odbiorcę.

### **Wyróżniamy dwa podstawowe poziomy komunikacji:**

#### **POZIOM WERBALNY (czyli CO MÓWIMY?)**

jest to przekazywanie informacji poprzez słowa, czyli treściowy aspekt wypowiedzi.

#### **POZIOM NIEWERBALNY (czyli JAK MÓWIMY?)**

inaczej nazywany „mową ciała”; tworzy kontekst, w którym odczytywana treść tego, co mówimy. Jest to pozat treściowy aspekt komunikacji, który obejmuje takie elementy, jak:

- postawa ciała (sposób stania, siedzenia, pochylenie ciała)
- barwa głosu, tempo mówienia
- sposób poruszania się (gestykulacja)
- mimika
- kontakt wzrokowy
- sposób ubierania się, itp.

**Współczesne badania naukowe nad zagadnieniami komunikacji wskazują na to, że aż 80% informacji odbieranych przez ludzi w trakcie rozmowy z drugą osobą pochodzi z poziomu niewerbalnego.**

Jedną z niezwykle ważnych kwestii w procesie komunikacji jest **zgodność między informacjami** napływającymi z poziomu werbalnego i towarzyszącymi im sygnałami z poziomu niewerbalnego. Brak zgodności między tymi poziomami często prowadzi do niezrozumienia między partnerami.

Zachowania niewerbalne mają wielkie znaczenie dla budowania wrażenia na innych osobach. Od czego zależy percepcja drugiego człowieka? Od tego, czy wydaje się ciepły, czy zimny.

<b>OSOBA ZIMNA</b>	<b>OSOBA CIEPŁA</b>
spojrzenia w bok lub w górę dystans, szyderczy uśmiech odsuwanie się od rozmówcy ukryte ziewanie, marszczenie brwi sztywność, blokada ciała nerwowe stukanie nogą, palcami nieruchomość	spojrzenia prosto w oczy dotykanie rąk i ramion rozmówcy pochylanie się ku rozmówcy częste uśmiechy otwarta pozycja ciała łagodna gestykulacja potakiwanie głową

Język ciała jest bardzo wrażliwy na nieszczerość, a znajomość zasad odczytywania subtelnych sygnałów wysyłanych przez ciało może pomóc w demaskowaniu kłamstwa.

Jeżeli przekazywana informacja we wszystkich kanałach ma charakter podobny, mówi się o komunikacji spójnej. Jeżeli natomiast przekaz jest sprzeczny, tzn. pozytywnym informacjom w jednym kanale towarzyszy negatywna informacja w innym, wówczas mamy do czynienia z komunikacją niespójną.

O kłamstwie może świadczyć np. nieadekwatność mimiki, unikanie kontaktu wzrokowego, obniżenie ekspresyjności wypowiedzi, mikro-ruchy twarzy, przysłonięta pozycja ciała, więcej błędów językowych czy nerwowe kręcenie się.

Z badań nad niewerbalnym aspektem komunikacji wynika, że istnieją cztery podstawowe elementy sprzyjające temu, co określić można ogólnie jako **„pozostawanie w dobrym kontakcie”**.

- **kontakt wzrokowy** - zarówno zbyt uporczywy, jak i zbyt słaby kontakt wzrokowy nie sprzyjają „dobremu kontaktowi”. Uważa się, że optymalny kontakt wzrokowy zawiera się w przedziale 30-60%, i jest wyrazem uwagi czy też zainteresowania osobą rozmówcy. Unikanie kontaktu wzrokowego w trakcie trwania rozmowy interpretowane jest jako wyraz lęku, nie szczerości czy też lekceważenia lub braku zainteresowania. Nadmierny kontakt wzrokowy spostrzegany jest jako próba inwazji, chęć dominacji czy próba wymuszenia uległości.
- **potakiwanie** - w czasie trwania rozmowy często mamy skłonność do potakiwania głową w trakcie wypowiedzi partnera. Tego typu ruch interpretowany jest zarówno jako niewerbalna wypowiedź: „Zgadza się z tym, co mówisz”, jak i jako komunikat świadczący o zrozumieniu wypowiedzi oraz

- ważnym słuchaniu rozmówcy.
- **uśmiech** - sygnał ten traktowany jest jako wyraz akceptacji dla osoby partnera, czyli komunikat mówiący wprost o sympatii, życzliwości, zainteresowaniu.
  - **pochylenie ciała** - w trakcie rozmowy rzadko pozostajemy całkowicie nieruchomi. Częściej mamy skłonność do pochylania ciała w przód (w kierunku rozmówcy) lub do odchylenia się. Pochylenie ciała w przód w trakcie trwania rozmowy interpretowane jest jako wyraz zainteresowania tematem rozmowy. Odchylenie ciała do tyłu spostrzegane jest jako sygnał świadczący o dystansowaniu się do tematu lub rozmówcy.

**JĘZYK CIAŁA** wiele mówi o czyichś zamiarach i emocjach. To ukryty i często nieuświadomiony język ruchów ciała. Inaczej można powiedzieć, że jest to wszelkie zamierzone i niezamierzone pozasłowne przekazywanie informacji. Wśród wielu sygnałów wysyłanych przez ciało ludzkie wyróżnia się najpopularniejsze zachowania niewerbalne:

- ruchy ciała – pozycja tułowia, pozycja i ruchy głowy, palców oraz dłoni, gestykulacja rąk, głębokość i szybkość oddychania, ruchy nóg;
- mimika twarzy i ruchy oczu – najważniejsza linia transmisji emocji, np. uśmiech, grymas, subtelny wyraz lekkiego niesmaku;
- kontakt fizyczny i dotyk – odgrywa ogromną rolę w budowaniu bliskości lub dystansu psychicznego; najbardziej wystawione na dotyk są dłonie, a najbardziej obyczajowo zakazane obszary dotyku podczas interakcji to genitalia;
- spojrzenie jednostronne i wzajemne – kontakt wzrokowy inicjuje każdą relację społeczną, natomiast unikanie wzroku sugeruje odrzucenie;
- dystans fizyczny – przestrzenne odzwierciedlenie istniejącego dystansu psychicznego; niewielki dystans fizyczny świadczy o dużym stopniu znajomości i intymności rozmówców, natomiast bardzo duży dystans przestrzenny może wskazywać na emocjonalne oddalenie;
- cechy wyglądu fizycznego i ekspozycje wizualne – ubiór, uczesanie, ozdoby, makijaż informują o pozycji społecznej, pochodzeniu, wykształceniu, samoocenie czy cechach osobowości;
- dźwięki parajęzykowe – wokalizacja, np. śmiech, płacz, ziewanie, mruczenie, mlaskanie, przydźwięki typu: eee, hmm, yyy;
- jakości głosowe – cechy głosu, sposób wypowiedzenia słów i budowania zdań, intonacja, wysokość głosu, rytm, barwa, tempo mówienia, akcent i rezonans pozwalają odczytać, czy wypowiedź jest życzliwa, przyjazna, czy raczej wroga, ironiczna albo moralizatorska;
- ubranie – pierwszy „informator”, ponieważ dostarcza wiadomości na temat płci czy przynależności do kręgu społecznego o specyficznej dla siebie modzie;
- pozycja ciała w czasie rozmowy – świadczy o stopniu napięcia, rozluźnienia, otwartości lub zamknięciu na partnera interakcji;

- organizacja środowiska fizycznego – umeblowanie mieszkania, oświetlenie, rodzaj muzyki w tle, temperatura pomieszczenia, architektura wnętrza, kolorystyka ścian mówią bardzo dużo o właścicielu domu.

Odczytywanie języka ciała nie jest, rzecz jasna, nauką ścisłą, ale jest on uniwersalnym językiem, który tworzy u odbiorcy obraz naszego nastawienia do komunikacji. Przy jego odczytywaniu warto jednak pamiętać o kilku uwarunkowaniach:

- Czasem mowa ciała nie odzwierciedla precyzyjnie tego, co osoba myśli i czuje.
- Nie zapominaj o różnicach kulturowych w różnych krajach. Sygnały niewerbalne działają bardzo często na poziomie podświadomym, są głęboko wpojone czy nawet uwarunkowane genetycznie, jak np. ekspresja mimiczna twarzy. Znaczenie większości z tych elementów języka ciała podlega jednak systemowi norm społecznych i ogólnym zasadom kulturowym. Przyjmuje się, że ze względu na dystans fizyczny można wyróżnić tzw. kultury kontaktowe (Arabowie, Latynosi) i niekontaktowe (Skandynawowie, Indianie).
- Niektóre osoby wiedzą, jak kontrolować swoje ciała i w ten sposób potrafią panować nad tym, co pokazują mową gestów - na przykład politycy, aktorzy, złodzieje czy wprawieni kłamcy.



# JAK ODCZYTYWAĆ JĘZYK CIAŁA

1. Uniesione brwi są często oznaką dyskomfortu.

5. Ktoś, kto zbyt długo patrzy prosto w oczy, może kłamać.

2. Zmienny ton głosu może być oznaką zainteresowania.

3. Kontakt wzrokowy oznacza zainteresowanie.

4. Skrzyżowane nogi są przeważnie oznaką sprzeciwu oraz małej otwartości.

6. Ekspansywna postawa dowodzi predyspozycji przywódczych.

7. Trzęsąca się noga może być oznaką niepewności.



Jak odczytać mowę ciała? 7 wskazówek (*źródło – BI*):

1. Zmartwienie, zaskoczenie lub strach mogą powodować uniesienie brwi. Zatem kiedy ktoś chwali nową fryzurę albo ubiór, unosząc przy tym brwi, może nie być szczery.
2. Ton głosu może wskazywać zainteresowanie danym tematem. Kiedy kobiety nie są zainteresowane poruszonym wątkiem, ton ich głosu staje się melodyjny - donosi magazyn "Psychology Today" – natomiast mężczyźni obniżają ton o oktawę.
3. Kiedy patrzymy komuś w oczy, wywołuje to napięcie całego ciała, co sprawia, że uważniej słuchamy tego, co ktoś do nas mówi.
4. Psychologowie twierdzą, że skrzyżowane nogi sygnalizują mentalne, emocjonalne i fizyczne "zamknięcie się", co może oznaczać, że ludzie przybierający taką postawę są mniej skłonni do wchodzenia w negocjacje.
5. Niektórzy kłamcy celowo zatrzymują spojrzenie na oczach drugiej osoby. By uniknąć sytuacji, w której ich rozmówca ma wrażenie, że ktoś unikają kontaktu wzrokowego. Robią to jednak zazwyczaj zbyt długo.
6. Oznaki takich predyspozycji to m.in. wyprostowana sylwetka, celowe przechadzanie się, gwałtowne gesty dłoni skierowanych wierzchem do góry i ogólnie otwarta, ekspansywna postawa.
7. Nerwowe ruszanie nogą może też oznaczać lęk i poirytowanie.

## **RODZAJE GESTÓW**

Pantomimika ma ogromny udział w języku ciała. Czemu służą gesty? Między innymi odzwierciedlają zaangażowanie w rozmowę i wspomagają komunikację werbalną. Paul Ekman i Wallace Friesen wyróżniają 5 głównych rodzajów reakcji pantomimicznych:

- emblematy – służą przekazywaniu znaczeń. Są świadome i intencjonalnie wyuczone. Stosuje się je w sytuacjach, gdy niemożliwe jest posługiwanie się językiem, np. puszczanie oczka jako przejaw sympatii, gest przyzywania do siebie palcem;
- regulatory – niewerbalne sygnały, które monitorują lub kontrolują interakcję. Na ich podstawie mówiący orientuje się, czy słuchacz jest zainteresowany, czy znudzony, np. kiwanie głową jako oznaka rozumienia wykładu, podniesienie brwi jako sygnał niedowierzania;
- ilustratory – inaczej „rozmowa rąk”. Gesty, które podkreślają i akcentują treści. Są relatywne kulturowo, np. kiwanie głową na „tak”, kręcenie głową na boki jako sygnał na „nie”, wskazywanie palcem produktu sprzedawcy, który chce się kupić;
- wskaźniki emocji – gesty, które przekazują uczucia poprzez mimikę, rodzaj spojrzenia, zasłanianie oczu;
- adaptory – są indywidualnym elementem zachowania danej jednostki, wyuczonym w czasie procesu socjalizacji. Dzięki nim człowiek może dostosować

się do aktualnej sytuacji, np. wycieranie skroni, podpieranie się, odpychanie innych, odchrząknięcie przed wygłoszeniem mowy.

## **SPOSOBY NIEWERBALNEGO WYRAŻANIA SZACUNKU**

Najlepszym sposobem na to, by druga osoba czuła się zauważona, doceniona i szanowana, jest **dopasowanie się**, czyli dostrojenie nie tylko do tego, co do nas mówi, ale przede wszystkim do tego, jak się zachowuje. Jeżeli uda się to nam zrobić, nasz partner będzie się czuł zrozumiany i pomoże to nam nawiązać z nim kontakt.

### **1. SIŁA I TEMPO MÓWIENIA**

Jeżeli Twój partner krzyczy, lub mówi bardzo głośno, Ty mów zdecydowanym i silnym głosem.

Jeżeli Twój partner mówi cicho, spróbuj nieco przyciszyć swój głos.

Jeżeli Twój partner mówi bardzo szybko, staraj się również mówić nieco szybciej.

Jeżeli Twój partner mówi wolno, zwolnij nieco tempo mówienia.

### **2. GESTY**

Jeżeli rozmawiasz z osobą, która ma skłonność do wymachiwania rękami, Ty również używaj gestykulacji, by dodać siły swoim słowom.

Pamiętaj, że używanie gestów do ilustrowania wypowiedzi sprzyja lepszemu zrozumieniu tego, co mówisz.

### **3. MIMIKA**

Jeżeli Twój rozmówca złości się, wyraż troskę swoją mimiką.

Jeżeli Twój rozmówca wydaje się być zaniepokojony czy wystraszony, staraj się uśmiechem dodać mu odwagi.

### **4. POSTAWA CIAŁA**

Postaraj się dopasować swoją postawę do postawy Twojego rozmówcy.

Jeżeli pochyla się do przodu, pochyl się również w jego kierunku.

Jeżeli wyraźnie odchyła się do tyłu, również trochę się odsuń.

### **5. POZIOMY**

Staraj się znaleźć na tym samym „poziomie”, co Twój partner.

Jeżeli Ty siedzisz, a on stoi, postaraj się wstać, lub poproś go, żeby również usiadł.

## **ZALEŻNOŚCI PRZESTRZENNE**

Proksemika, czyli nauka o relacjach (dystansach) przestrzennych zwraca uwagę na takie elementy komunikacji niewerbalnej jak ustawienie mebli, terytorium, odległość od rozmówcy, formacja „twarzą w twarz” czy przestrzeń. Za twórcę proksemiki uważa się Edwarda T. Halla, który wyróżnił 4 sfery nieświadomie używane podczas interakcji z innymi:

- przestrzeń intymna – od 0 do 45 cm od ciała. Sfera dla osób najbliższych: małżonka, dzieci, przyjaciele;
- strefa osobista – od 45 do 120 cm od ciała. Przestrzeń personalną wyznacza się zwykle na odległość wyciągniętej ręki. Pozwala na zachowanie komfortu podczas prowadzonych rozmów;

- strefa społeczna – od 1,2 do 3,6 m od ciała. W tej strefie zwykle załatwia się sprawy służbowe czy też przebiegają kontakty oficjalne w miejscu pracy, które podkreślają hierarchię społeczną;
- sfera publiczna – od 3,6 m wzwyż. Tworzy się zazwyczaj podczas nieformalnych zgromadzeń. Zarezerwowana jest dla polityków czy ważnych osobistości.

Nie ma jednomyślności co do tego, jakie funkcje pełni mowa ciała i w jaki sposób najsensowniej poklasyfikować sygnały niewerbalne. Język ciała to na pewno nie tylko mimika twarzy, pantomimika czy czynniki paralingwistyczne. To system znaków „nieostrych”, których znajomość pomaga sprawnie komunikować się z ludźmi i odczytywać ich zamiary, np. manipulację, kłamstwo, chęć uwiedzenia czy flirt.

## **KOMUNIKACJA WERBALNA**

Ponieważ najskuteczniejszą formą komunikacji jest kontakt zakładający wymianę informacji, w którym aktywne są obie strony, o skutecznej komunikacji mówimy, gdy zarówno nadawca, jak i odbiorca wykonują cztery podstawowe czynności, istotne w procesie komunikacji:

### **1. MÓWIENIE**

- jeżeli chcemy być dobrze zrozumiani, język, którym się posługujemy, musi być dostosowany do możliwości odbioru naszego rozmówcy. Dotyczy to zarówno sposobu budowania wypowiedzi (np. długość zdań), jak i używania słownictwa fachowego.
- dobrze jest znać swój cel - wiedzieć, co dokładnie chce się osiągnąć.
- warto jest kierować wypowiedź do konkretnej osoby, czyli unikać niepotrzebnych uogólnień („wszyscy ludzie”, „każdy...”, „zawsze”, „nigdy”).
- dobrze jest unikać chaosu i dbać o logikę wypowiedzi; jeżeli wypowiedź jest dość długa, można na końcu podsumować ją w punktach.
- jeżeli zamierzamy sformułować krytyczną uwagę pod adresem naszego rozmówcy, raczej krytykujemy zachowanie, nie zaś osobę.
- warto jest wzbudzać zainteresowanie rozmówcy (głośność, intonacja, gesty ilustrujące wypowiedź).
- dobrze jest też zwracać uwagę na tzw. atmosferę kontaktu zarówno pod względem warunków zewnętrznych (miejsce), jak i wewnętrznych (np. samopoczucie).

### **2. ZADAWANIE PYTAŃ**

Zadawanie pytań jest jednym z najważniejszych sposobów zdobywania potrzebnych informacji i kierowania rozmową. Zadając pytania, informujemy tym samym rozmówcę o swoim zainteresowaniu jego osobą i tematem rozmowy.

Generalnie wyróżniamy dwa rodzaje pytań: pytania otwarte i pytania zamknięte.

**Pytania otwarte** - uaktywniają one rozmówcę i pozwalają zdobyć nowe informacje. Ponieważ rozpoczynają się one od **Jak? Kto? Który? Dlaczego? Po co? Co? Kiedy?**, nie można odpowiedzieć na nie tylko „tak” lub „nie”.

- Jak do tego doszło?

- Kto poinformował Pana o tej możliwości?
- Który z wariantów bardziej Panią interesuje?
- Dlaczego nie przyszedł Pan wcześniej?
- Co Pana do mnie sprowadza?
- Kiedy to się stało?

**Pytania zamknięte** - sugerują one pewne konkretne możliwości odpowiedzi, i w związku z tym ograniczają aktywność rozmówcy. Ponieważ rozpoczynają się od **Czy?**, najczęściej uzyskuje się na nie odpowiedź twierdzącą lub przeczącą („tak” lub „nie”).

- Czy chce Pan ...?
- Czy lubi Pani...?
- Czy odpowiada Panu termin...?

Pytania otwarte są na ogół przydatne w pierwszej części rozmowy, tzn. na etapie zbierania informacji. Pytania zamknięte z kolei sprzyjają sprecyzowaniu stanowiska (umożliwiają uzyskanie jednoznacznej odpowiedzi).

### **3. SŁUCHANIE I WYRAŻANIE ZROZUMIENIA**

Zadawanie właściwie sformułowanych pytań to połowa sukcesu w rozmowie. Ale tylko słuchając jego odpowiedzi, możemy rzeczywiście zdobyć potrzebne nam informacje, dowiedzieć się więcej o rozmówcy, jego intencjach, potrzebach, i zrozumieć jego racje.

#### **Techniki aktywnego słuchania:**

- **ośmielanie rozmówcy** - rozmówcę możemy ośmielić zarówno zadając mu pytania, jak i uśmiechając się do niego.
- **kontakt wzrokowy** - w ten sposób sygnalizujemy partnerowi zainteresowanie jego osobą i tematem rozmowy.
- **dostrojenie** - przyjęcie podobnej pozycji ciała, dostosowanie głośności, tempa mowy, słownictwa pozwala nam nawiązać kontakt z rozmówcą.
- **potakiwanie** - zarówno potakujący ruch głową, jak i wtrącenia typu: „tak”, „rozumiam”, „mhm” pozwala naszemu partnerowi zorientować się, że rozumiemy i śledzimy tok rozmowy.
- **cierpliwość** - w trakcie trwania rozmowy staramy się skoncentrować na osobie rozmówcy, nie zajmując się w tym czasie innymi czynnościami. Nie przerywamy mu wypowiedzi - co najwyżej dajemy sygnał, że chcielibyśmy coś powiedzieć.

#### **Do najbardziej pomocnych technik aktywnego słuchania i wyrażania zrozumienia należą:**

- **parafrazowanie** (sprawdzanie zrozumienia) - mówienie partnerowi, jak rozumiemy jego wypowiedź („O ile dobrze rozumiem,...”, „Z tego, co Pan powiedział, wynika dla mnie...”, „Czy dobrze zrozumiałem, że...”). Parafraza nie jest komentarzem - jest jedynie powtórzeniem swoimi słowami wypowiedzi rozmówcy. Jej zastosowanie pozwala nam uniknąć nieporozumienia - jeśli coś źle zrozumieliśmy, rozmówca na pewno się do tego ustosunkuje i otrzymamy dodatkowe wyjaśnienia.

- **podsumowywanie** - warto od czasu do czasu podsumować najistotniejsze kwestie toczącej się rozmowy. W ten sposób możemy uzgodnić czy dookreślić nawzajem swoje stanowiska („Jak dotąd, zgodziliśmy się co do... Nadal jednak kwestią sporną pozostaje...”). W ten sposób możemy też porządkować wypowiedzi chaotyczne.

### **Różnice między komunikowaniem werbalnym a niewerbalnym:**

a) Komunikowanie niewerbalne jest znacznie bardziej dwuznaczne niż werbalne, bo sygnały niewerbalne wysyłane są świadomie i nieświadomie. Sygnały w różnych kontekstach i sytuacjach komunikacyjnych mogą oznaczać zupełnie coś innego.

b) Komunikowanie niewerbalne ma charakter ciągły w przeciwieństwie do werbalnego, sygnały werbalne są ulotne i krótkotrwałe bo przypisywane są do dźwięków czy ruchów warg. Trwa tak długo jak jednostki są w swojej obecności.

c) Komunikowanie niewerbalne odbywa się wieloma kanałami i angażuje wszystkie zmysły, a komunikowanie werbalne odnosi się wyłącznie do słuchu i wzroku.

d) Komunikowanie niewerbalne nie ma zasadniczo struktury, bądź jest słabo zarysowana, a komunikowanie werbalne jest procesem ustrukturyzowanym, którym rządzą reguły gramatyki i syntaktyki.

e) Komunikowanie niewerbalne ma charakter pozalingwistyczny w przeciwieństwie do werbalnego, które jest systemem arbitralnych znaków.

f) Komunikowanie niewerbalne jest analogowe, a werbalne digitalne. W komunikowaniu analogowym forma i treść są ze sobą powiązane, wzajemnie się warunkują, sygnały wynikają z treści komunikatu, inaczej ciało odzwierciedla analogiczny stan umysłu. W komunikowaniu digitalnym forma i treść nie są ze sobą powiązane, między przedmiotem znaczonego a jego znaczeniem nie zachodzi stosunek, a związek jest arbitralny.

g) Komunikowanie niewerbalne daje wgląd w stany emocjonalne ludzi w przeciwieństwie do słów, które niekiedy usiłują je ukryć.

h) Komunikowanie niewerbalne jest spontaniczne, a stosowane w nim sygnały są nabyte w drodze obserwacji otoczenia. Komunikowanie werbalne jest długim procesem uczenia się mowy, następnie zdobywania umiejętności czytania i pisania.

i) Znaczenie komunikowania niewerbalnego jest zdeterminowane kulturowo, a znaki werbalne w przypadku nieznaności języka są niemożliwe do odkodowania. Sygnały niewerbalne mogą mieć w kulturach inne znaczenie, to twarz wyraża podobne uczucia.

### **TYPY KOMUNIKOWANIA**

Procesy komunikacyjne dzielą się ze względu na cel towarzyszący uczestnikom na:

1. **Komunikowanie informacyjne** – jego podstawowym celem jest kreowanie wzajemnego porozumienia i zrozumienia między uczestnikami, dzielenie się wiedzą, wyjaśnianie i instruktarz, przy założeniu, że nadawca nie ma intencji wpływania na postawy odbiorców. Spełnia funkcje stricte informacyjne tzn. podawane fakty, wiedza,

opinie są zaprezentowane w sposób neutralny, obiektywny, rzeczowy. Przekaz informacyjny wyjaśnia nowe kwestie w sposób zrozumiały dla odbiorcy, przekazuje go i powtarza by lepiej zapamiętać. Odbiorcy angażują się oczekując, że zyskają nowe informacje, których nie posiadają. Posługuje się metodami doboranymi przez nadawców w zależności od specyfiki

Do podstawowych metod informacyjnych należą:

- narracja – opis z zachowaniem kolejności, od początku do końca
- opis – może dotyczyć osób, przedmiotów, sytuacji, nie jest ważna kolejność
- demonstracja – podczas procesu komunikowania werbalnemu przekazowi towarzyszy równocześnie wykonywanie innej czynności ilustrującej przekaz, charakterystyczne dla kulinarii czy pokazywania urządzeń, pozwala nauczyć się konkretnych umiejętności
- definiowanie – wyjaśnianie pojęć, ich klasyfikowanie, rozróżnianie, wskazywanie na synonimy, antonimy, odwołanie do przykładów czy porównań.

Komunikowanie informacyjne opiera się na kilku zasadach, ich realizacja wpływa na jego efektywność:

- kreatywności – jest determinowana jakością transmitowanych do odbiorcy informacji i sposobem ich prezentacji,
- wiarygodności – efektywność komunikowania informacyjnego i aktywne uczestnictwo w procesie wszystkich uczestników zależy od wiarygodności nadawcy i zaufania do niego. Zbudowana na wiedzy i doświadczeniu składających się na kompetencje,
- nowość informacji – odbiorcy chętniej poświęcają uwagę nowym informacjom niż tym znanym dlatego wszelkie nowinki rozchodzą się najszybciej działając mobilizująco,
- doniosłość informacji – wynika z potrzeby wiedzy odbiorców i z psychologicznego nastawienia jednostki do postrzegania elementów dla niej istotnych,
- położenie nacisku na informacje – nadawca w komunikowaniu stosuje technikę podkreślenia wagi informacji, wskazując odbiorcy, że ich ranga jest wyższa,
- wykorzystanie pomocy wizualnych, w celu wzmocnienia przekazu, uczynienia go bardziej klarownym i zrozumiałym – stosuje się za pomocą wizualizacji w postaci map, zdjęć, grafik, przedmiotów, które mogą pomóc zaprezentować i wyjaśnić problem,

**2. Komunikowanie perswazyjne** – jego podstawowym narzędziem jest perswazja jako technika wpływania, oczarowywania, nakłaniania, tłumaczenia, przy czym obiektem perswazji może być jednostka, idee, wartości czy przedmioty, zjawiska. Wszystko co można wartościować na płaszczyźnie intelektualnej, moralnej, emocjonalnej. Komunikowanie perswazyjne tym się różni od informacyjnego, że przedmiotem wymiany nie jest obiektywna, rzetelna informacja, a celem ustalenie prawdy. Zasadniczą wartością jest takie oddziaływanie na odbiorcę, by nakłonić go do akceptacji postaw zgodnych z intencją nadawcy, bez stosowania nacisków. Można powiedzieć, że jest kompleksowym, interaktywnym procesem, gdzie nadawca i odbiorca są połączeni werbalnymi i niewerbalnymi, gdzie nadawca stara się wpływać na odbiorcę by ukształtować lub zmodyfikować postawy.

Interaktywność wynika i jest konsekwencją postawy odbiorcy, który jest skłonny podporządkować się nakłaniającemu w zamian za realizację postaw. Obaj uczestnicy wchodzą w specyficzny układ zależności.

#### Wyróżnia się trzy rodzaje perswazji:

- Przekonująca – klasyczny przykład procesu transakcyjnego, obie strony dążą do porozumienia i zrozumienia nawet kosztem odstąpienia w części lub całości od swoich przekonań. Jest najbardziej etyczna.
- Nakłaniająca – intencją nadawcy jest przyciągnięcie odbiorcy do idei, wartości i postaw, które wyznaje jednostka perswadująca. Stosowana jest w reklamie, propagandzie czy w wychowaniu. W zależności komu ma służyć i jaki jest cel, może być pożyteczna lub szkodliwa, jawna lub ukryta. Nie można zatem przypisać jej cech negatywnych lub pozytywnych.
- Pobudzająca – towarzyszy jej najwięcej kontrowersji etycznych. Nic innego jak agitacja, perswadująca za pomocą haseł, obietnic, niekiedy kłamstw stara się narzucić idee czy postawy. Dąży do osiągnięcia krótkoterminowych korzyści. Stosowana w kampaniach wyborczych.

Sześć faz w procesie komunikowania perswazyjnego:

- I. Ekspozycja przekazu w miejscu łatwo dostępnym dla odbiorców
- II. Uruchomienie uwagi odbiorcy i skoncentrowanie jej na komunikacie
- III. Zrozumienie komunikatu przez odbiorcę to proces odkodowania znaczeń
- IV. Refleksja związana interpretacją komunikatu, jego akceptacją lub odrzuceniem
- V. Zapamiętywaniem treści, następstwo akceptacji
- VI. Zmiana postaw, najważniejsza sekwencja przekazu perswazyjnego, zachodzi realizacja celów nadawcy

Perswazja – podstawowy psychologiczny środek modyfikowania postaw i zachowań więc ma zastosowanie we wszelkiego rodzaju kampaniach perswazyjnych.

Posiada następujące cechy:

Konkretny, sprecyzowany cel, tzn. jakie postawy i zachowania są obiektem modyfikacji. Odbiorcami jest szeroka rzesza ludzi w tym publiczność środków masowej komunikacji, bo wykorzystują media.

Jest realizowana w określonym przedziale czasowym według planu i harmonogramu

Tworzy ją cały zespół czynności komunikacyjnych, polegających na przygotowaniu i emisji komunikatu perswazyjnego według scenariusza kampanii

Skuteczne komunikowanie perswazyjne opiera się na kilku zasadach:

Sprecyzowanie celów tzn. wskazanie konkretnych efektów w postaci reakcji odbiorców jakie się chce uzyskać

Stosowanie logicznej argumentacji w postaci zastosowania racjonalnych, dobrze umotywowanych argumentów, odwołanie się do dowodów popierających racje

Rozpoznanie istniejących systemów postaw i wzorów zachowań odbiorców, należy



wiedzieć co ma się zmienić i na tej wiedzy opracowywać zestaw propozycji. Posługiwanie się językiem motywującym do działania tzn. należy określić emocje odbiorcy, na które chce się oddziaływać dobierając odpowiednie słownictwo.

Budowanie wiarygodności w oparciu o mówienie prawdy, traktowanie informacji z dystansem.

Przekonujący przekaz tzn. atrakcyjny - należy patrzeć w oczy.

Obalanie przeciwnych argumentów przez podważanie argumentacji strony przeciwnej, wskazywanie na ich niespójność i nielogiczność.

## **BŁĘDY W PROCESIE KOMUNIKACJI**

Dość często zdarza się, że w wyniku komunikacji na poziomie werbalnym dochodzi do nieporozumień czy też konfliktów. Do najczęściej pojawiających się zakłóceń należą:

- **przerywanie partnerowi w trakcie trwania jego wypowiedzi** - sugeruje brak zainteresowania i uwagi.
- **krytykowanie partnera i moralizowanie** - wszystkie krytyczne uwagi oraz oceny powinny odnosić się do konkretnych zachowań partnera, a nie do niego jako do osoby; dobrze jest również unikać formułowania swoich wypowiedzi w formie nakazów („musisz”, „powinieneś”, „nie wolno”).
- **grożenie** - wszelkiego rodzaju groźby nie sprzyjają osiągnięciu porozumienia.
- **nadmierne wypytywanie** - „zalewanie” rozmówcy pytaniami może doprowadzić do sytuacji, w której poczuje się zagrożony; jeżeli w trakcie rozmowy jesteśmy zmuszeni zadawać partnerowi szereg pytań, warto poinformować go, do czego potrzebne są nam te informacje, i zapytać o zgodę na ich stawianie.
- **popędzanie** - jest zwykle odczytywane jako brak rzeczywistego zainteresowania osobą partnera i tematem rozmowy.
- **nadmierne generalizowanie** - używanie tzw. dużych kwantyfikatorów („nikt”, „nigdy”, „wszyscy”, „zawsze”, „każdy”) odnosi zwykle podobny skutek jak moralizowanie.
- **„czytanie w myślach”** - polega na przypisywaniu rozmówcy intencji, której on, być może, wcale nie posiada (inaczej mówiąc, wiemy lepiej, co ktoś miał na myśli - np. „chce mnie Pan wyprowadzić z równowagi”, „widzę, że nie jest Pani tym zainteresowana”).
- **ucieczka od tematu** - unikanie niewygodnych dla nas tematów bez jasnego poinformowania o tym może sprawić, że wydamy się rozmówcy niekompetentni lub niegrzeczni; jeżeli czegoś nie wiemy, lepiej się do tego przyznać, i poinformować, kiedy będziemy mogli udzielić wiążącej odpowiedzi.

## **AKTYWNE SŁUCHANIE**

Musimy pamiętać, że klarowne nadawanie informacji zapewnić nam może jedynie połowę sukcesu. Jeżeli bowiem nadmiernie skupimy się na „nadawaniu” informacji, a zapomnimy o ich „odbieraniu”, najprawdopodobniej nie osiągniemy porozumienia. Jedną

z podstawowych umiejętności w kontakcie z drugim człowiekiem jest zatem **skuteczne i pomocne słuchanie**. Aktywne słuchanie pomoże Twojemu rozmówcy poczuć, że jest kimś ważnym, a jego emocje i potrzeby budzą Twoje zainteresowanie. Uformowanie się takiego nastawienia budzi w nas na ogół chęć do dalszych kontaktów.

## **Jak zatem „odbierać” informacje?**

### **1. OŚMIELAJ ROZMÓWCĘ**

**Poprzez zadawanie pytań**, które jest jednym z najważniejszych sposobów zdobywania potrzebnych informacji i kierowania rozmową. Zadając pytania, informujemy tym samym rozmówcę o swoim zainteresowaniu jego osobą i tematem rozmowy, zachęcając go jednocześnie do aktywności. Generalnie wyróżniamy dwa rodzaje pytań: **pytania otwarte i pytania zamknięte**.

**Pytania otwarte** - uaktywniają one rozmówcę i pozwalają zdobyć nowe informacje. Ponieważ rozpoczynają się one od **Jak? Kto? Który? Dlaczego? Po co? Co? Kiedy?**, nie można odpowiedzieć na nie tylko „*tak*”, „*nie*”.

- Jak do tego doszło?
- Kto poinformował Pana o tej możliwości?
- Dlaczego nie przyszedł Pan wcześniej?
- Co Pana do mnie sprowadza?
- Kiedy to się stało?

**Pytania zamknięte** - sugerują one pewne konkretne możliwości odpowiedzi, i w związku z tym ograniczają aktywność rozmówcy. Ponieważ rozpoczynają się od **Czy?**, najczęściej uzyskuje się na nie odpowiedź twierdzącą lub przeczącą („*tak*” lub „*nie*”).

- Czy chce Pan ...?
- Czy lubi Pani...?
- Czy odpowiada Panu termin...?

Pytania otwarte są na ogół przydatne w pierwszej części rozmowy, tzn. na etapie zbierania informacji. Pytania zamknięte z kolei sprzyjają sprecyzowaniu stanowiska (umożliwiają uzyskanie jednoznacznej odpowiedzi).

### **Poprzez potakiwanie**

przytakiwanie (*tak...*, *mhm...*, *rozumiem...*) pozwala rozmówcy zorientować się, że rozumiesz i śledzisz tok jego wypowiedzi.

### **2. BĄDŹ SKONCENTROWANY NA OSOBIE ROZMÓWCY TEMACIE ROZMOWY**

Niech dla Twojego rozmówcy będzie jasne, że w tej chwili on jest dla Ciebie najważniejszy. Staraj się utrzymywać kontakt wzrokowy. Nie wyczekuj na moment, kiedy wreszcie Ty będziesz mógł zacząć mówić - Twoje zniecierpliwienie może udzielić się Twojemu rozmówcy. Nie przerywaj jego wypowiedzi.

### 3. POWIEDZ SWOJEMU ROZMÓWCY, JAK ROZUMIESZ JEGO WYPOWIEDZI

Do najbardziej pomocnych technik aktywnego słuchania i wyrażania zrozumienia należą:

- **parafrazowanie** (*sprawdzanie zrozumienia*) - mówienie partnerowi, jak rozumiemy jego wypowiedź („*O ile dobrze rozumiem,...*”, „*Z tego, co Pan powiedział, wynika dla mnie...*”, „*Czy dobrze zrozumiałem, że...*”). Parafraza nie jest komentarzem - jest jedynie powtórzeniem swoimi słowami wypowiedzi rozmówcy. Jej zastosowanie pozwala nam uniknąć nieporozumienia - jeśli coś źle zrozumieliśmy, rozmówca na pewno się do tego ustosunkuje i otrzymamy dodatkowe wyjaśnienia.
- **podsumowywanie** - warto od czasu do czasu podsumować najistotniejsze kwestie toczącej się rozmowy. W ten sposób możemy uzgodnić czy dookreślić nawzajem swoje stanowiska („*Jak dotąd, zgodziliśmy się co do... Nadal jednak kwestią sporną pozostaje...*”). W ten sposób możemy też porządkować wypowiedzi chaotyczne.

### 4. ODZWIERCIEDLAJ TO, CO DZIEJE SIĘ Z TWOIM ROZMÓWCĄ

- **na poziomie ciała** - dostrajaj się postawą ciała, gestami, głosem, oddechem do tego, co dzieje się z Twoim rozmówcą. Pozwoli Ci to lepiej wczuć się w jego stan wewnętrzny (odczucia, myśli).
- **przy użyciu słów** - „*zdaje się, że Pan...*” (bardzo się spieszy); „*widzę, że Pani...*” (bardzo zdenerwowała się tą sprawą); „*wygląda na to, że Pan...*” (nie jest zadowolony).

### 5. UMIEJĘTNIE STERUJ ROZMOWĄ

Pamiętaj, to Ty jesteś odpowiedzialny za jej prowadzenie. Staraj się porządkować wypowiedzi Twojego rozmówcy, dopytywać o niejasne dla Ciebie kwestie, sprawdzać, czy dobrze rozumiałeś, o co chodzi, używając wszystkich wymienionych wcześniej umiejętności.

### SPRĘŻENIA ZWROTNE WERBALNE

Rozróżniamy dwa typy sprzężeń zwrotnych:

- **pozytywne** - zachęcają innych do kontynuowania zachowania
- **negatywne** - pozwalają ludziom skorygować błędy

### FUNKCJE SPRĘŻEŃ ZWROTNYCH

**Szacunkowa:** omawiamy naszą opinię, przedstawiamy nasze stanowisko w jakiejś sprawie:

*Myślę że*

*Uważam*

*Jestem przekonany*

*Jest dla mnie ważne*

*Nie rozumiem*

**Pozytywnie oceniająca:** w celu utrzymania kontaktu oraz wzmocnienia określonych zachowań u partnera, poprzez wyrażenie swoich uczuć i nazwanie korzyści własnych/innych ludzi

*Podoba mi się, że Ty*

*Bo pomaga mi to w  
Jestem zadowolony, że  
Nauczyłem się  
Cieszę się, że  
Dowiedziałem się  
Bo pomaga to Innym w  
Podziwiam w twojej pracy...  
Dzięki temu Twój pracownicy...*

**Negatywnie oceniająca:** kiedy trzeba skorygować dotychczasowe błędy i porażki poprzez wskazanie ich przyczyn i źródeł. Ważne jest także wskazanie prawidłowych dróg postępowania (np. „*Nie podobało mi się że zapomnieliście o naszych ustaleniach i w związku z tym oczekuję, że w przyszłości*”)

*Nie podobało mi się  
Oczekuję, że Ty  
Nie lubię kiedy Ty  
Potrzebuję abyś.  
Złości mnie to, że  
Przykro mi  
Zależy mi*

**Nieoceniające sprzężenie zwrotne:** poprzez **aktywne słuchanie** i wyrażanie swojego zainteresowania dajemy partnerowi poczucie ważności. Skuteczność sprzężeń zwrotnych zależy od wrażliwości w ich nadawaniu i odbieraniu. Wrażliwość to dostrzeżenie i rozumienie reakcji innych ludzi i swoich własnych.

### **Komunikowanie się zaspokaja wiele naszych potrzeb:**

- potrzeby praktyczne – przekazywanie i uzyskiwanie informacji potrzebnych dla sprawnego funkcjonowania,
- potrzeby fizyczne – komunikowanie się jest niezbędne dla zdrowia fizycznego,
- potrzeby ego – człowiek komunikując się z innymi dowiaduje się kim jest; określa swoją tożsamość,
- potrzeby społeczne – komunikujemy się by zaspokoić potrzebę:  
przyłączenia - posiadanie poczucia, że jest się uczestnikiem jakiejś relacji społecznych,  
posiadania możliwości kontroli nad otoczeniem, czy też wywierania wpływu,  
przywiązania, jako pragnienie opieki nad kimś oraz jako świadomość że inni się nami opiekują.

### **ELEMENTY PROCESU KOMUNIKOWANIA**

- Nadawca

- Przekaz (treść+forma)
- Kanał
- droga, jaką przekaz przechodzi od nadawcy do odbiorcy
- odbiorca
- kontekst sytuacyjny
- warunki, w jakich dochodzi do procesu
- szумы
- reakcja a sprzężenie zwrotne

### **CZYNNIKI ZAKŁÓCAJĄCE PRZEBIEG PROCESU KOMUNIKOWANIA:**

- zakłócenia zewnętrzne, związane z otoczeniem zewnętrznym procesu komunikowania: nieodpowiednia temperatura (upał lub chłód), uszkodzony odbiornik, przerwa w nadawaniu fal radiowych czy telewizyjnych;
- zakłócenia wewnętrzne, czyli uczucia i predyspozycje psychiczne uczestników procesu komunikowania, np. ból zęba, głód, zmęczenie czy roztargnienie, stereotypy i uprzedzenia wobec uczestników sytuacji komunikacyjnej;
- zakłócenia semantyczne jako efekt zamierzonego (lub nie) błędnego użycia przez nadawcę znaków i kodów, ograniczającego możliwości pełnego zdekodowania komunikatu przez odbiorcę.

### **ROLA KOMUNIKOWANIA W ŻYCIU SPOŁECZNYM**

- komunikowanie jako niezbędny proces nawiązywania kontaktów międzyludzkich,
- komunikowanie jako mechanizm, dzięki któremu istnieją i rozwijają się stosunki międzyludzkie,
- komunikowanie jest podstawowym czynnikiem decydującym o funkcjonowaniu i rozwoju człowieka jako istoty społecznej,
- tworzenie wspólnego obszaru doświadczeń
- przekazywanie doświadczenia zbiorowego

### **PODSTAWOWE POZIOMY KOMUNIKOWANIA**

1. komunikowanie **intrapersonalne** - proces biologiczny i psychiczny, jest to odbieranie i reakcja centralnego układu nerwowego na bodźce płynące z organizmu.
2. Komunikowanie **interpersonalne** - najniższy poziom komunikowania społecznego. Zazwyczaj odbywa się „twarzą w twarz”.
3. Komunikowanie **grupowe** - komunikowanie w małych grupach takich jak rodzina, grupa pracownicza, grupa towarzyska przyjaciół.
4. Komunikowanie **międzygrupowe** - komunikowanie odnosi się do dużych liczebnie grup, w których nie wszyscy członkowie mają osobiste, bezpośrednie styczności. Najczęściej są to wspólnoty lokalne, stowarzyszenia czy związki.
5. Komunikowanie **organizacyjne/instytucjonalne** - komunikowanie jest sformalizowane, władza i kontrola jasno zdefiniowane, role nadawcy i odbiorcy jednoznacznie określone.

6. Komunikowanie **masowe** - najszerszy proces komunikowania, odnosi się do komunikowania za pośrednictwem mediów szeroko rozumianych. w transmisji i wymianie info uczestniczy największa liczba ludzi. Zabiera także najwięcej czasu.

### **RODZAJE KOMUNIKOWANIA**

- komunikowanie bezpośrednie (kiedy dochodzi do bezpośrednich interakcji pomiędzy nadawcą a odbiorcą)
- interakcja bezpośrednia
- komunikowanie pośrednie (kiedy komunikowanie zachodzi za pośrednictwem dodatkowego środka komunikowania medium)
- interakcja pośrednia
  
- komunikowanie jednokierunkowe
- komunikowanie dwukierunkowe
  
- interakcja pośrednia, np. za pomocą listów
- quasi-interakcja pośrednia za pomocą mediów masowych

### Źródła:

- Cialdini, R. (1996). *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk: GWP.
- Griffin E. (2003). *Podstawy komunikacji społecznej*. Gdańsk: GWP (cz.3 i cz.5)
- Grzesiuk, L., Trzebińska, E. (1979) *Jak ludzie porozumiewają się?* Warszawa: Nasza Księgarnia.
- Johnson, D.W. (1992). *Podaj dłoń*. Warszawa: Wyd. PTP.
- Jakubowska, B., Jakubowski, J., Łapycewicz, A., Rylke, H. (red.). (1987). *Ja i inni*. Warszawa: WSiP.
- Leary M., Kowalski R. (1999). *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk: GWP
- Lewis M., Haviland-Jones J.M. (2005), *Psychologia emocji*, Gdańsk: GWP
- Kenrick, D.T., Neberg S.L. (2002), *Psychologia społeczna*, Gdańsk: GWP
- Stewart J. (2000). *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*. Warszawa: Wyd. Nauk. PWN (cz1,2,5,6)