

Wykład 01.

KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA – PODSTAWOWE POJĘCIA

Każdy z nas, z konieczności (przebywa na co dzień między ludźmi), jest zmuszony do komunikowania się z innymi. Każdy z nas posiada więc jakieś umiejętności komunikacyjne. Po co zatem podręczniki, kursy czy zajęcia z zakresu komunikowania się?

❖ Potrzeby kształtowania wiedzy i umiejętności dotyczących komunikowania się:

- każdy posiada różny poziom umiejętności komunikowania się. Można, a nawet trzeba je doskonalić;
- komunikowanie jest dzisiaj szczególnie ważne. Stale zwiększa się krąg osób, z którymi się komunikujemy (każda ma własny sposób komunikowania się – trzeba dostosować swój sposób komunikacji do ich możliwości, środowiska, kultury itp.);
- w dzisiejszych czasach stare i ustalone względnie trwale (zrytualizowane) formy komunikacji znikają lub ulegają zmianom (należy umieć poszukiwać nowych sposobów komunikowania się). Zmienia się nie tylko język, ale również relacje międzyludzkie;
- mimo tych przemian i różnorodności w sposobach komunikowania, istnieją pewne stałe (niezmienne) reguły komunikacji, które też należy poznać (np. dotyczące języka niewerbalnego).

❖ W kontaktach międzyludzkich podstawowe znaczenie mają tzw. umiejętności interpersonalne. **Najważniejsze z nich:**

- a) **umiejętność właściwego odczytywania intencji, motywów i cech osobowościowych ludzi oraz budowania wzajemnego zaufania;**
- b) **umiejętność pełnego rozumienia systemów symboli składających się na przekazywane komunikaty (do nas i od nas);**
- c) **umiejętność wzajemnego oddziaływania na siebie i niesienia pomocy;**
- d) **umiejętność twórczego rozwiązywania problemów i konstruktywnej współpracy.**

Wszystkie te umiejętności wiążą się z procesami komunikowania międzyludzkiego.

❖ **Komunikacja interpersonalna a praca socjalna – waga problemu**

Od momentu transformacji ustrojowej w Polsce, nastąpiła istotna **zmiana w prowadzeniu pracy socjalnej**. Nie chodzi tu tyle o charakter i rodzaje udzielanej pomocy, ale o **zmianę relacji między pracownikiem socjalnym a osobami, którym udziela wsparcia**. Dawny **podopieczny** stał się dziś **klientem**. Dzisiejsi „klienci” stali się bardziej **roszczeniowo nastawieni** (są przecież klientami!) i w związku z tym zwracają się/komunikują z pracownikiem socjalnym w sposób zupełnie inny niż dawni „podopieczni”. Klientom jest dziś znacznie łatwiej „wymagać” od pracowników socjalnych określonych działań, tym bardziej, że obecnie **korzystanie z pomocy społecznej nie jest już czymś wstydliwym** (w porównaniu z latami 80. czy początkiem 90.). Wszystko to powoduje znaczne **utrudnienia w wykonywaniu obowiązków pracowników socjalnych**. Pracują oni często w **atmosferze konfliktu, w sytuacjach stresogennych**. W tym kontekście znaczenie umiejętności komunikacyjnych nabiera szczególnego znaczenia.

KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA to psychologiczny proces, dzięki któremu jednostka przekazuje i otrzymuje informacje w bezpośrednim kontakcie z inną osobą. Jest to proces, który zachodzi nieustannie, bowiem przez cały czas swoją postawą ciała, mimiką, gestykulacją, no i wreszcie słowami przekazujemy określone informacje.

3 NIEZBEDNE OGNIWA W KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ:

- **nadawca**, czyli osoba, która przesyła określoną informację;
- **odbiorca**, czyli osoba, do której daną informację kierujemy;
- **kod**, czyli sposób przekazu tej informacji – obraz, gest, słowo etc.

Wiele nieporozumień w relacjach interpersonalnych jest wynikiem złej komunikacji. Niewłaściwe odczytanie intencji z jednej strony, zawoalowane oczekiwania z drugiej, to trudności, których doświadcza niemal każdy z nas w codziennych rozmowach. O efektywnej komunikacji można mówić wówczas, kiedy treść wypowiedzi jest zrozumiana zgodnie z intencjami nadawcy przekazu.

NAJWAŻNIEJSZE CECHY KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ:

❖ **Komunikacja interpersonalna jest procesem** – z zasady nie jest ona krótkim, incydentalnym (epizodycznym) aktem nadania pojedynczej informacji. Nawet jednorazowy akt komunikacyjny zawiera w sobie kilka elementów, które trwają w czasie dłużej niż czas potrzebny na wymówienie określonej informacji. Najczęściej jest to proces, w którym uczestnicy wymieniają się rolami (nadawca – odbiorca). Na ten proces składają się: wymiana informacji, kontekst sytuacyjny, stany psychiczne i postawy uczestników, zachowania powodowane poziomem rozumienia przekazów itp.

❖ **Komunikacja interpersonalna zależy głównie od percepcji jej uczestników**

Percepcja to sposób postrzegania rzeczywistości – samego siebie, jak i innych ludzi, z którymi komunikujemy się oraz warunków, w jakich komunikacja przebiega.

Percepcja każdego człowieka zależy od:

- jego poziomu intelektualnego (zdolności poznawczych i wykształcenia),
- typu osobowości,
- wrażliwości etycznej i estetycznej,
- temperamentu,
- rodzaju i zakresu potrzeb życiowych,
- stylu życia,
- celów i aspiracji,
- sytuacji rodzinnej, materialnej, zawodowej,
- osobistych doświadczeń z przeszłości i innych.

Nic więc dziwnego, że jakiegokolwiek obiektywnie byłyby intencje nadawcy i treść komunikatu, to będą one zawsze subiektywnie odbierane, filtrowane przez czynniki kształtujące percepcję odbiorcy. [02. Link.flv](#)

❖ **Komunikacja ma często charakter nieświadomy**

Nawet wtedy, kiedy nie chcemy (z zamysłem) czegoś komunikować, to i tak jesteśmy mimowolnie źródłem informacji dla innych. Nie można być wśród ludzi postacią „komunikacyjnie neutralną” (E. Griffin). Sama nasza obecność w określonym miejscu jest już jakimś sygnałem – poprzez naszą postawę, wyraz twarzy, gesty, poruszanie się. [08. Link.flv](#)

❖ **Komunikacja to proces twórczy**

Chociaż każdy z nas przystępując do aktu komunikacyjnego ma w swym repertuarze określony wachlarz struktur językowych i pozawerbalnych, ukształtowanych w toku dotychczasowego wychowania, to w kontakcie z każdą inną osobą wykorzystujemy je w różnym zakresie, w różnej konfiguracji, a często również nadajemy im nowe sensy (znaczenia), stosownie do rozmówcy i do sytuacji.

❖ **Komunikacja rozgrywa się między żywymi ludźmi**

Każdy akt komunikacyjny nie pozostaje bez znaczenia dla nadawcy, a szczególnie dla jego odbiorcy. Należy pamiętać, że jako żywe osoby angażujemy się w komunikację z innym człowiekiem całym sobą, całą swoją osobowością (intelektualnie, społecznie i emocjonalnie). Komunikacja jest związkiem psychicznym, który wytwarza się podczas wzajemnego kontaktu. Każdy sygnał świadczący o nastawieniu psychicznym każdego z partnerów aktu komunikacyjnego, wpływa na dalszy przebieg ich interakcji. Pozytywny odbiór rozmówcy sprzyja – co oczywiste – podtrzymywaniu komunikacji (również na następne akty komunikacyjne).

STYLE KOMUNIKACJI (określane temperamentem – tzw. pierwotne style komunikacji):

➤ **pasyny** – właściwy ludziom biernym, mało aktywnym, introwertykom, którzy nie lubią ożywionych kontaktów towarzyskich, łatwo dają sobie narzucać styl myślenia; są bardziej wykonawcami poleceń.

Cechy:

- brak bezpośredniej ekspresji uczuć i myśli,
- podporządkowywanie swoich potrzeb potrzebom innych,
- słuchają więcej niż powinni,
- pomniejszają znaczenie swoich wypowiedzi,
- mówią cichym i niepewnym głosem (pauzy, wahanie, szukanie właściwych słów),
- trudno z nimi nawiązać kontakt wzrokowy.

➤ **agresywny** – przeciwieństwo pasywnego; ludzie narzucający swoje zdanie, nie lubią sprzeciwu, częściej ekstrawertycy – prowadzą aktywne życie towarzyskie i społeczne; jest to styl dynamiczny i polega na narzuceniu zdania drugiej stronie.

Cechy:

- wyraża swoje zdanie kosztem praw innych,
- ma tendencję do poniżania innych,
- używa uogólnień typu: zawsze, nigdy,
- wyniosły styl bycia i manifestowanie siły,
- ukrywa wyraz oczu za przymrużonymi powiekami. [09. Link.flv](#)

➤ **asertywny** – styl komunikacji z wyboru; wymaga wyższej samoświadomości, godzi cechy osobowości i kładzie szczególny nacisk na cel / skutek komunikacji.

Cechy:

- formułowanie jasnych wypowiedzi na temat swych uczuć, dbając o swoje i innych prawa,
- uważne słuchanie,
- otwarty na negocjacje,
- potrafi formułować bezpośrednie prośby i otwarcie odmówić,
- skutecznie radzi sobie z krytyką,
- pewność, siła i empatia,
- bezpośredni kontakt wzrokowy jest utrzymywany bez trudności.

❖ **Komunikacja asertywna** to sztuka wyrażania uczuć, myśli i pragnień oraz dbanie o przestrzeganie przynależnych nam praw bez naruszenia praw innych osób.

Składniki:

➤ **Asertywny komunikat**

- opis sytuacji z twojej perspektywy,
- twoje uczucia związane z daną sytuacją,
- twoje życzenia związane z sytuacją. [11. Link.avi](#)

➤ **Asertywny sposób odbioru komunikatu** – skoncentrowanie uwagi na drugiej osobie, bez przerywania jej wypowiedzi.

Etapy:

- przygotowanie – zasygnalizowanie gotowości do słuchania i pozyskanie gotowości drugiej osoby do mówienia,
- słuchanie – skupienie całej uwagi na rozmówcy; ewentualne prośby o wyjaśnienie. Słuchanie musi się odbywać aktywnie: śledzenie wzrokiem, stałe potwierdzanie słuchania w sposób werbalny i niewerbalny.
- potwierdzenie – udzielenie informacji zwrotnych (zaprzeczanie lub potakiwanie w sposób werbalny i niewerbalny) poprzez:
 - precyzowanie,
 - klasyfikację,
 - parafrazę,
 - prostą informację zwrotną: „Tak, zrozumiałem”.

➤ **Asertywne strategie przy braku rozumienia lub braku uwagi:**

a) zacięta płyta (zdarła płyta) -

gdy chcemy powiedzieć „nie” lub w inny sposób wytyczyć granice w rozmowie z osobą, **do której nie dociera to, co mówimy**; najbardziej użyteczna w sytuacjach, w których wyjaśnienia (nieskuteczne) spowodowałyby jedynie rozmówcę do rozpoczęcia bezsensownej kłótni. Etapy:

- uświadomienie sobie swoich uczuć i myśli,
- sformułowanie krótkiego stwierdzenia dotyczącego moich potrzeb,
- wsparcie swojego stwierdzenia językiem ciała,
- spokojne i stanowcze powtarzanie danego stwierdzenia,
- można krótko wyrazić zrozumienie dla pomysłów rozmówcy.

b) przejście z treści na proces -

przesuwanie uwagi z aktualnego tematu na to, co dzieje się pomiędzy rozmówcami. Sztuka polega na tym, aby wypowiedzieć komentarz na temat tego, co się dzieje pomiędzy rozmówcami w sposób neutralny i bez emocji – tak, aby uwaga ta nie została odebrana jako atak. Ta strategia jest szczególnie pomocna, gdy zaczyna być podnoszony głos.

c) chwila na oddech -

daje możliwość pomyślenia i przygotowania się; efektywna jest szczególnie wtedy, gdy sytuacja dojrzeła do pata lub podejrzewamy, że jej skutki będą zgubne.

d) odkładanie na później -

kiedy wiemy, że temat rozmowy jest istotny, ale **dyskusja utknęła w martwym punkcie**. Trzeba wyznaczyć konkretny termin w przyszłości, aby kontynuować przerwana rozmowę.

e) sondowanie -

zadawanie pytań, żeby ustalić poziom i istotę konfliktu.

- **Asertywna odpowiedź na krytykę** oparta jest na **założeniu**, iż to my sami jesteśmy ostatecznymi sędziami swoich myśli, uczuć i potrzeb. Jesteśmy również sami odpowiedzialni za ich konsekwencje. Każda osoba posiada inne dziedzictwo genetyczne, inną historię życia, a więc również inne oczekiwania, upodobania i wartości. Zasady, którymi się kierujemy różnią się od zasad innych ludzi, więc może się zdarzyć, że ludzie nie zgadzają się ze sobą.

Asertywne strategie w odpowiedzi na krytykę:

a) potwierdzenie -

kiedy popełniliśmy błąd, przyznajemy się do niego; informacja zwrotna od rozmówcy uczy nas, jak go nie powtórzyć.

b) „zamglenie” -

znalezienie w danym krytycznym stwierdzeniu elementu, z którym się zgadzamy i równocześnie trzymaniu się wewnętrznie swojego punktu widzenia. Sposoby stosowania:

- zgoda częściowa – znaleźć część wypowiedzi krytycznej, z którą się zgadzam i przyznać, że osoba krytykująca ma w tym miejscu rację,
- zgoda „być może” – jeżeli istnieje jakaś szansa, że krytyk ma rację, można na krytykę odpowiedzieć „być może masz rację w tej kwestii”,
- zgoda logiczna – zgoda z logiką krytycznego stwierdzenia, ale nie z jego przesłanką.

c) sondowanie -

gdy nie jesteśmy pewni, czy krytyka jest manipulacją, czy stwierdzeniem konstruktywnym. Wybiera się tę część krytycznego stwierdzenia, która jest najważniejsza dla osoby wypowiadającej ją i dopytuje się o szczegóły (przesłanki, znaczenie itp.).

PODSTAWOWA SEKWENCJA AKTU KOMUNIKACYJNEGO – ELEMENTY PROCESU KOMUNIKACJI:

- A. Myśl** - na wstępie w umyśle nadawcy pojawia się określona myśl. Jest ona podstawą przekazywanej przez nadawcę (świadomie lub nieświadomie) informacji.
- B. Kodowanie** - następuje w momencie przekształcenia treści informacji na język werbalny i niewerbalny (gesty i symbole). Kodowanie również może mieć charakter nieświadomiony. Bywa bowiem tak, że intencjonalnie chcemy przekazać pewien zakres informacji, a niektórych nie. Mimo to, nie zawsze udaje nam się ukryć ten fakt – najczęściej zdradzają nas podświadomie zakodowane elementy niewerbalne.
- C. Przekaz i jego kanał** – jest to fizyczna forma i ośrodek nadania komunikatu. Są to zespoły bodźców – **sygnały** – wysyłane przez nadawcę, a które bezpośrednio oddziałują na zmysły (receptory) odbiorcy (słowa i zdania – słuch lub wzrok, gesty, postawa – wzrok, dotyk – odczucia kinestetyczne). **Kanałem** może być powietrze (bezpośrednia rozmowa), papier (komunikat pisemny), linia telefoniczna lub fale radiowe (rozmowa telefoniczna). Wybór kanału może decydować o skuteczności komunikacji.
- D. Szumy** – sygnały, które utrudniają odbiór sygnałów komunikatu, a pochodzą najczęściej z zewnętrznego otoczenia. Blokują lub ograniczają one kanał przekazu. Mogą nimi być: hałas, tłok, zła widoczność, niekomfortowe miejsce odbywania komunikacji, wykonywanie innych czynności itp.

E. Odkodowanie – kluczowa faza odbioru informacji. Następuje w momencie przekształcenia komunikatu (sygnałów) przez odbiorcę, w informację zrozumiałą dla niego. Jest nadawaniem sensu temu co odbiorca usłyszał, zobaczył lub odczuł. Właściwe dekodowanie to właściwa **interpretacja sygnałów**. Warunkiem tego jest istnienie wspólnego dla nadawcy i odbiorcy kodu znaczeń. Ten wspólny kod znaczeń zależy od:

- wspólnego repertuaru językowego nadawcy i odbiorcy,
- wspólnych kompetencji społecznych (umiejętności nadawcy dostosowania elementów językowych do możliwości odbiorcy),
- indywidualnych doświadczeń i potrzeb.

W trakcie samej komunikacji może dochodzić do niwelowania różnic w tych zakresach, dlatego często akty komunikacyjne nazywane są procesami wyrównywania informacji (T. Newcomb).

Dekodowanie odbywa się w **dwu etapach**: w pierwszym odbiorca otrzymuje komunikat (spozstrzega, słyszy, odczuwa), w drugim zaczyna go przetwarzać (rozumieć i interpretować). Wpływ na to ma własna ocena użytych symboli oraz doświadczenie, nastawienia i potrzeby (ludzie słyszą to, co chcą usłyszeć).

W procesie odkodowywania przekazu doniosłą rolę odgrywa zarówno sama jej treść, jak również jej kontekst, rozumiany jako inne towarzyszące treści wypowiedzi elementy komunikacji. Na treść wypowiedzi składają się poszczególne słowa; łączy się je w semantyczne frazy. Na kontekst wypowiedzi składają się: ton głosu, kontakt wzrokowy, mowa ciała. Te elementy określa się mianem ekspresji niewerbalnej.

F. Sprzężenie zwrotne – umożliwia sprawdzenie czy przekaz nadawcy dotarł do odbiorcy i czy został właściwie zrozumiany. Jest to odwrócenie kierunku komunikacji, w którym wyrażana jest **reakcja na komunikat nadawcy**. Przekaz zwrotny od odbiorcy do pierwotnego nadawcy może przyjąć formę odpowiedzi na pytanie, zgody na wykonanie czynności, pytania uściślającego lub wskazującego wątpliwości, skinienia głową lub zaprzeczenia, uśmiechu, płaczu, zmiany nastawienia do nadawcy, stylu wypowiedania się itp. Gdy sprzężenie zwrotne jest silniejsze to proces komunikowania się jest lepszy.

❖ Na funkcjonowanie tych wszystkich elementów aktu komunikacyjnego wpływ ma też **KONTEKST SYTUACYJNY** w jakim ów akt się odbywa.

Kontekst - warunki (okoliczności), w jakich odbywa się proces komunikowania. W kontekście należy uwzględnić różne jego aspekty:

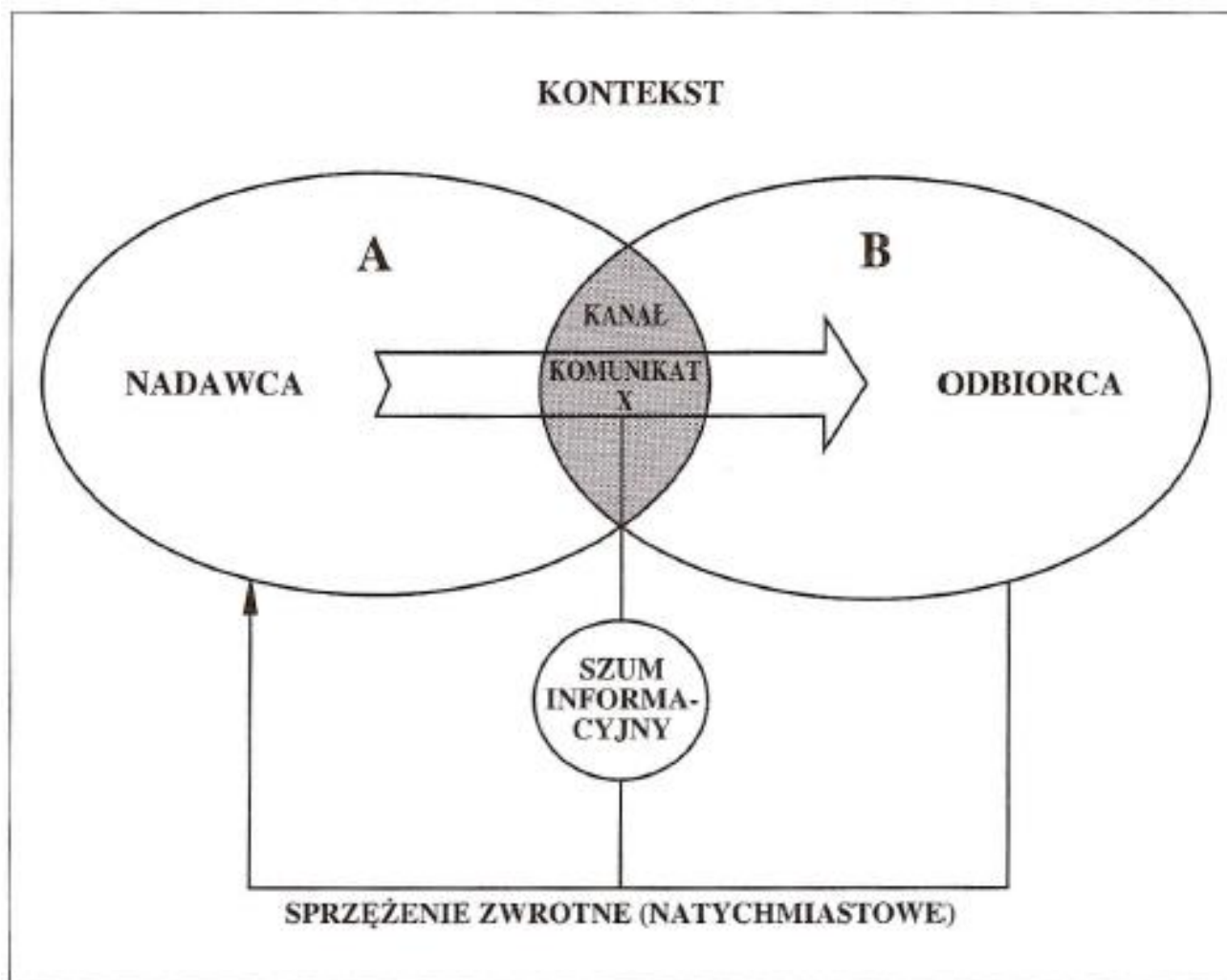
Aspekt fizyczny – tworzą elementy otoczenia materialnego i przyrodniczego (ale też ludzkiego). Zaliczyć do nich należy np. temperaturę, światło (oświetlenie), miejsce i czas procesu komunikacji, czyli najogólniej – zewnętrzna atmosfera.

Aspekt historyczny – ma znaczenie wtedy, gdy uczestnicy komunikacji posiadają odmienne doświadczenia z przeszłości (inaczej ją oceniają) lub odwołują się do odmiennych, zaistniałych w przeszłości zdarzeń.

Aspekt psychologiczny – oznacza sposób, w jaki uczestnicy procesu postrzegają się nawzajem, np. życzliwie lub nie, formalnie lub towarzysko (mogą wystąpić różnice między uczestnikami w tej kwestii).

Aspekt kulturowy – to m.in. system wiedzy, która jest udziałem relatywnie szerokiej grupy ludzi, wierzenia, wartości, symbole i zachowania funkcjonujące w danej kulturze (chyba najistotniejszy aspekt dla komunikowania, głównie masowego).

Schemat komunikowania interpersonalnego



❖ Wyróżnia się **trzy poziomy komunikowania interpersonalnego**:

- a) **fatyczny** – swobodne rozmowy na nieistotne tematy osób słabo się znających, bez intencji wpływu,
- b) **instrumentalny** – istotne różnice poglądów i postaw, intencja wpływu lub rola interlokutora,
- c) **afektywny** – głębsza znajomość, zażyłość, uzewnętrznianie emocji i postaw; głębokie zaangażowanie w proces komunikowania.

❖ W trakcie procesu komunikacji może dochodzić do:

- a) **upodobniania się stylów komunikacyjnych** obydwu stron albo do
- b) **nasilania się między nimi rozbieżności**.

W pierwszym przypadku mówimy o tzw. **konwergencji stylów komunikacyjnych** (uzyskiwanie porozumienia), w drugim o ich **dywergencji** (brak porozumienia).

Ludzie różnią się od siebie stylami mowy (komunikacji) w **zależności od posiadanego prestiżu**. Jeśli osoba o niższym prestiżu upodabnia swój styl do rozmówcy o wyższym prestiżu, mówimy o tzw. **konwergencji podwyższającej się**, w odwrotnej sytuacji – o **konwergencji obniżającej się**. Pracownicy socjalni bardzo często dążą do takiej właśnie sytuacji, niwelując dystans społeczny w kontaktach z klientami o nie najwyższym statusie społecznym (okazywanie zrozumienia i akceptacji). [Link podwyższająca.flv](#)

UWAGI KOŃCOWE

- ❖ **Proces komunikacji interpersonalnej** może odbywać się w formie:
 - komunikacji werbalnej (słownej),
 - komunikacji niewerbalnej (bezsłownej).

- ❖ Jak dowodzą badania na temat komunikacji interpersonalnej, poszczególne **kanały przekazu informacji** mają zróżnicowany **wpływ na kształtowanie ogólnej oceny wypowiedzi**. I tak, treść wyrażona poprzez:
 - **słowa** wpływa jedynie w 7% na ogólną ocenę komunikatu,
 - przekaz zawarty w **tonie głosu** decyduje w 38%,
 - przekaz zawarty w **mimice twarzy i gestach** decyduje w 55%.