

Komunikacja w życiu człowieka

Tomasz A. Winiarczyk

fppt.com

informacja

- konstatacja stanu rzeczy; powiadomienie o czymś, zakomunikowanie czegoś; wiadomość, wskazówka, pouczenie

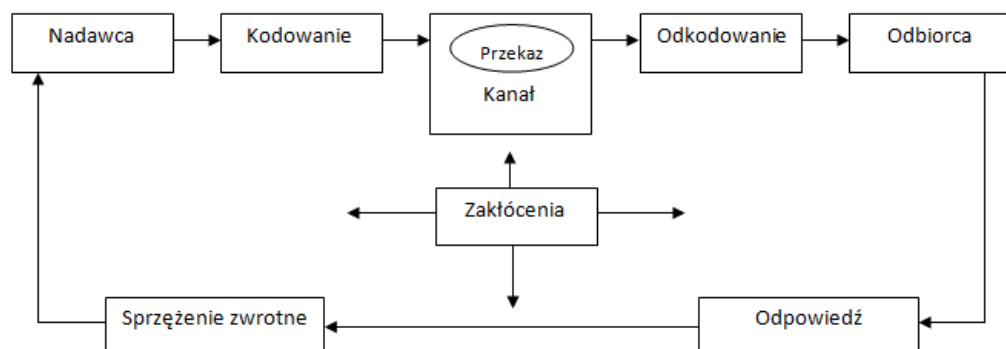


rodzaje informacji

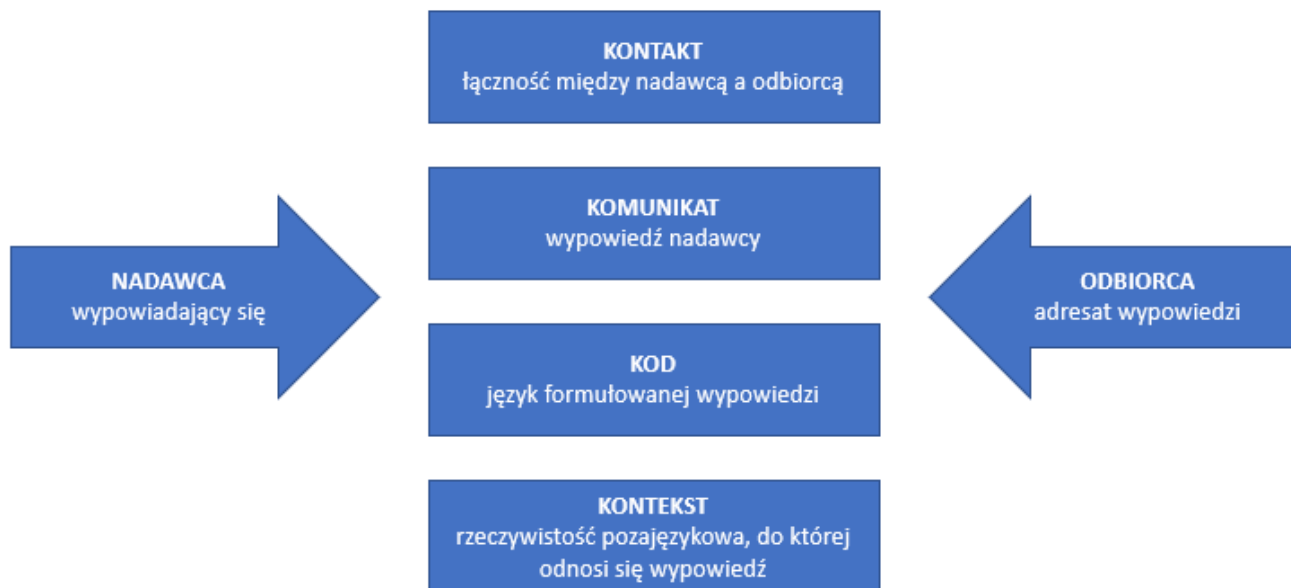
- ❑ **biała** – funkcjonująca w oficjalnym obiegu publicznym, pochodząca z określonego źródła, ogólnodostępna
- ❑ **szara** – pochodząca spoza oficjalnego obiegu, często nieznanego bądź niepodanego źródła
- ❑ **czarna** – informacja poufna lub tajna uzyskana metodami operacyjnymi wywiadu; także taka, która podaje fałszywe źródło

komunikacja

- ❑ proces przekazywania (wymiany) informacji między jej uczestnikami

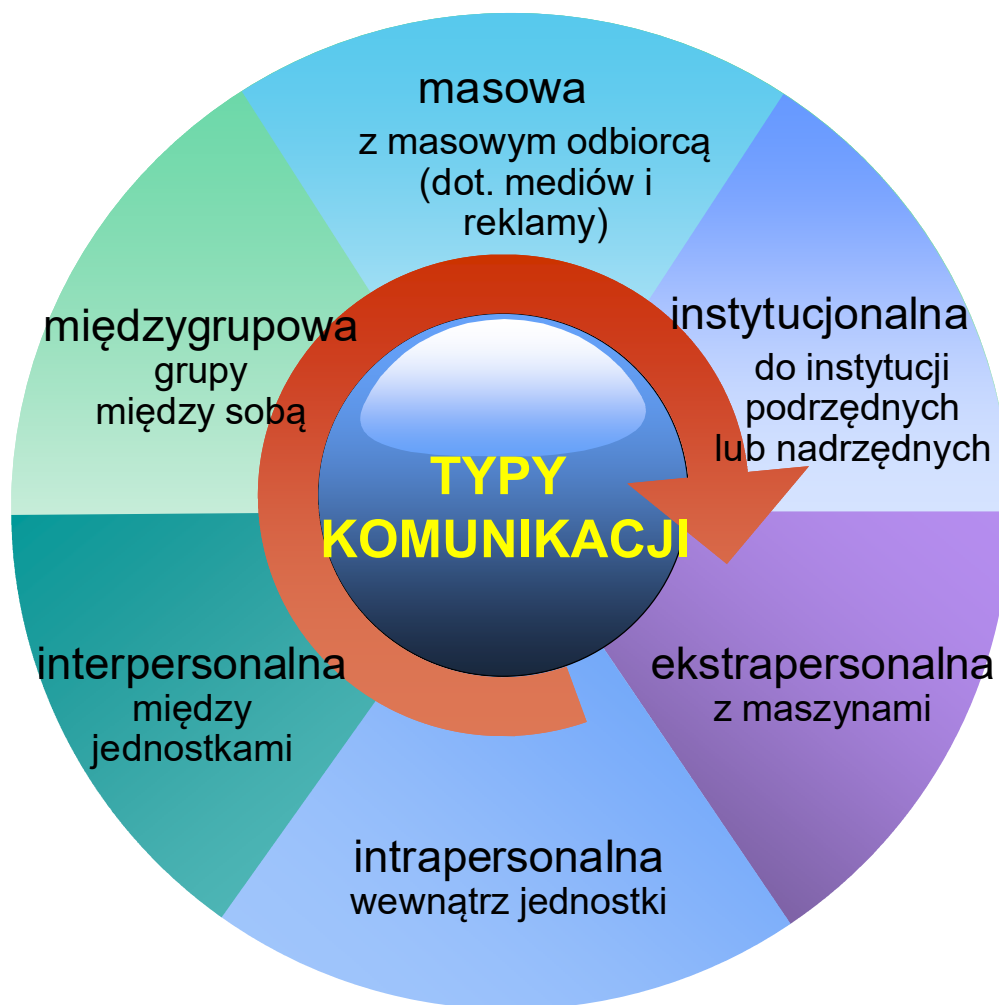


elementy aktu komunikacji



typy komunikacji

- intrapersonalna
 - wewnątrz jednostki
- interpersonalna
 - między jednostkami
- międzygrupowa
 - grupy między sobą
- masowa
 - z masowym odbiorcą (dot. mediów i reklamy)
- instytucjonalna
 - do instytucji podrzędnych lub nadrzędnych
- ekstrapersonalna
 - z maszynami



funkcje komunikacji



- funkcja performatywna (sprawcza, dokonawcza)** – wskazywanie odbiorcy, jak powinien się zachowywać; dokonywanie zmian w stanie rzeczy za pomocą słowa
- funkcja manipulacyjna** – gdy przekaz zawiera celową nieszczerość, która ma celu zmienić zachowanie się odbiorcy
- funkcja magiczna** – za pomocą słów mówiący stara się kreować otaczającą go rzeczywistość, wpływać na jej kształt

komunikacja społeczna

- proces wytwarzania, przekształcania i przekazywania informacji pomiędzy jednostkami, grupami i organizacjami społecznymi, mający na celu dynamiczne kształtowanie, modyfikację bądź zmianę wiedzy, postaw i zachowań w kierunku zgodnym z wartościami i interesami oddziałujących na nie podmiotów
- nadawca często wykorzystuje znane mu środki perswazji w celu wywołania określonego zachowania u odbiorcy

rodzaje komunikacji

WERBALNE

- komunikacja interpersonalna, której środkiem jest język mówiony



NIEWERBALNE

- wszelkie ludzkie zachowania inne niż wypowiedanie słów, które komunikują wiadomości i posiadają wspólne społeczne znaczenie
- często towarzyszy komunikacji werbalnej

komunikacja werbalna

- podstawowy sposób komunikacji międzyludzkiej
- istotne czynniki komunikacji werbalnej:
 - akcent i modulowanie wypowiedzianych kwestii
 - stopień płynności mowy
 - zawartość wypowiedzi (np. zasób słownictwa, rodzaj słownictwa)
 - iloczyn (zmniejszanie lub wydłużanie czasu wypowiedzianego słowa)

komunikacja niewerbalna

- może mieć charakter świadomy i nieświadomy
- na zachowanie niewerbalne składają się:
 - **wokalika**
dźwięk ludzkiego głosu i jego modulacja w czasie mówienia, oraz barwę głosu, jego tempo, wysokość, głośność, wahanie, opóźnienie odpowiedzi, dźwięki nieartykułowane, ziewnięcia, odchrząknięcia, westchnienia, pauzy
 - **kinezyka**
zachowania posturalno-gestowe (pozycja i ruchy głowy, kończyn, postawa ciała, skierowanie głowy i ramion względem rozmówcy), mimika (wyraz twarzy jako odpowiedź na doznawane emocje), spojrzenie (sposób, w jaki posługujemy się zmysłem wzroku w trakcie konwersacji), proksemika (dystans fizyczny i przestrzeń), haptyka (dotyk)

mowa ciała

- zakres komunikacji obejmujący takie komunikaty niewerbalne jak: gesty i ruchy ciała, mimika, postawa i ukierunkowanie ciała, ruchy oczu i odruch źreniczny, sposób używania przestrzeni interpersonalnej itp.
- nie zalicza się tu niewerbalnych aspektów mowy (np. tembru głosu, sposobu używania i wypowiedzania słów, pomyłek językowych itd.)
- nie wszyscy zaliczają tu takie elementy, jak ubiór, makijaż czy przedmioty, które niosą dodatkową informację (np. zegarek, okulary, typ samochodu, którym się jeździ etc.), a także np. kontaktu wzrokowego, który jest komunikatem interakcyjnym

MODELE ZACHOWAŃ

- pasywny
- asertywny
- agresywny
- pasywno-agresywny

ROBERT M. SAPOLSKY



ZACHOWUJ SIĘ

*jak BIOLOGIA WYDOBYWA z nas
to, co NAJGORSZE, i to, co NAJLEPSZE*

Media Rodzina

zachowanie pasywne

- zachowanie, które cechuje brak pewności siebie, brak wiary we własne możliwości, rzadkie wykazywanie inicjatywy, unikanie odpowiedzialności
- osoby pasywne mogą wywierać przygnębiający wpływ na otoczenie
- niekiedy wyróżnia się dodatkowo zachowanie uległe, które zasadza się na przekonaniu, że otoczenie nie szanuje danej jednostki, więc nie ma sensu upominanie się o swoje prawa

zachowanie agresywne

- zachowanie osób pewnych siebie do tego stopnia, że niekoniecznie szanują prawa innych, gdy realizują własne cele
- występuje tu roszczeniowość, zrzucanie winy za niepowodzenia na innych, ignorowanie potrzeb otoczenia, upokarzanie innych, nieudzielanie pomocy, interesowna przymilność

zachowanie pasywno- agresywne

- zachowanie zawierające jednocześnie cechy biernego oporu, agresji wyrażonej nie wprost oraz cechy jawnie agresywne (osoba na przemian wyraża swoją agresję mniej lub bardziej jawnie)
- przykłady: upór, dąsanie się (foch), prokrastynacja (odkładanie na później), nieefektywność

zachowanie asertywne

- zachowanie, które polega na uznawaniu, że jest się tak samo ważnym, jak inni, na reprezentowaniu własnych interesów z uwzględnieniem interesów drugiej osoby
- obejmuje posiadanie i wyrażanie własnego zdania oraz bezpośrednie wyrażanie emocji i postaw w granicach nie naruszających praw i psychicznego terytorium innych osób oraz własnych, bez zachowań agresywnych, a także obronę własnych praw w sytuacjach społecznych
- umiejętność, którą się nabywa

Zasady praw asertywnego człowieka wg Herberta Fensterheima

- Masz prawo do wyrażania siebie, swoich potrzeb, uczuć czy opinii – dopóki nie raniśz innych,
- Masz prawo do wyrażania siebie - nawet jeśli to rani drugą osobę, dopóki Twoje intencje nie są wrogie lub agresywne,
- Masz prawo do przedstawiania innym swoich życzeń dopóki uznajesz ich prawo do odmowy,
- Istnieją takie sytuacje między ludźmi w których prawa nie są oczywiste. Zawsze masz prawo do przedyskutowania tej sytuacji z drugą stroną i wyjaśnienie jej,
- Masz prawo do korzystania ze swoich praw.

asertywność

- umiejętność wyrażania opinii, krytyki, potrzeb, życzeń, poczucia winy
- umiejętność odmawiania w sposób nieuległy i nieraniący innych
- umiejętność przyjmowania krytyki, ocen i pochwał
- autentyczność
- elastyczność zachowania
- świadomość siebie (wad, zalet, opinii)
- empatia
- stanowczość
- umiejętność samooceny

AUTOPREZENTACJA

- sposób, w jaki każdy człowiek poprzez swoje wypowiedzi, zachowania i sygnały niewerbalne komunikuje na zewnątrz kim jest, albo za kogo chciałby być uważany

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Autoprezentacja>



zjawisko pierwszego wrażenia

- tendencja do automatycznego – *pozytywnego* (efekt Galatei, efekt nimbu, anielski efekt halo) lub *negatywnego* (efekt Golema, szatański efekt halo), przypisywania cech osobowościowych na podstawie obserwacji i towarzyszących jej emocji przy pierwszym zetknięciu się z danym człowiekiem
- odmiana *podstawowego błędu atrybucji*, czyli skłonności do wyjaśniania zachowania obserwowanych osób w kategoriach przyczyn wewnętrznych i stałych (np. cech charakteru) przy jednoczesnym niedocenianiu wpływów sytuacyjnych, zewnętrznych

taktyki autoprezentacji

- określone zespoły zachowań mające doprowadzić do osiągnięcia celu, którym jest pożądane postrzeganie siebie przez innych



taktyki autoprezentacyjne obronne

- zachowania ukierunkowane na obronę, ochronę i utrzymanie zaatakowanej lub zagrożonej tożsamości i naszej wartości
 - samoutrudnianie
 - suplikacja
 - wymówki
 - usprawiedliwienia
 - przeprosiny

taktyki autoprezentacyjne asertywne

- zachowania ukierunkowane na zbudowanie, uzyskanie i utrwalenie nowej tożsamości swojej osoby
 - ingrაცja
 - zastraszanie
 - autopromocja
 - autopromocja przez skojarzenie
 - świecenie przykładem

taktyki obronne – SAMOUTRUDNIANIE

- angażowanie się w działania, myśli lub uczucia, które obniżają szansę sukcesu, ale zwalniają z osobistej odpowiedzialności za porażkę (a w dodatku nasilają osobistą chwałę w wypadku sukcesu)
- kreowanie z wyprzedzeniem usprawiedliwień dla możliwej porażki, które chronią samoocenę i dostarczają wyjaśnień w przypadku niepowodzenia

taktyki obronne – SUPLIKACJA

- przedstawianie siebie jako osoby bezradnej i „nieudacznika”
- prezentowanie własnej bezradności, w nadziei uzyskania pomocy od innych dzięki odwołaniu się do normy odpowiedzialności społecznej nakazującej pomagać tym, których losy od nas zależą

taktyki obronne – WYMÓWKI

- zaprzeczanie intencji wyrządzenia szkody i/lub przekonywaniu, że nie miało się kontroli nad przebiegiem zachowania bądź jego wynikami

taktyki obronne – USPRAWIEDLIWIENIA

- ❑ akceptowanie własnej odpowiedzialności przy jednoczesnym przekonywaniu, że „długoterminowe” korzyści z naszych działań przewyższą „pozorne” lub „krótkoterminowe” szkody
 - zaprzeczanie szkodliwości czynu
 - zaprzeczanie krzywdzie ofiary lub przekonywanie, że w istocie zasłużyła sobie na swój los
 - odwoływanie się do powszechności postępków i usprawiedliwień porównawczych
 - redefinicja czynu

taktyki obronne – PRZEPROSINY

- ❑ akceptowanie własnej odpowiedzialności za jakąś szkodę, okazanie żalu, kompensowanie szkody ofierze
- ❑ najskuteczniejszy sposób przywracania własnego pozytywnego obrazu w oczach innych, szczególnie tych, szczególnie tych, których się samemu skrzywdziło

taktyki asertywne – INGRACJACJA

- podlizywanie się, pozyskiwanie cudzej sympatii przez pochlebstwa, przysługi, eksponowanie podobieństwa poglądów i własnych sympatycznych cech
 - podwyższanie samooceny osoby docelowej, schlebaniu jej i komplementowaniu
 - konformizm w zakresie opinii, udawanie, że podziela się czyjeś opinie
 - pozytywna autoprezentacja, podkreślanie swoich najbardziej atrakcyjnych cech, przy bagatelizowaniu słabych

taktyki asertywne – ZASTRASZANIE

- przedstawianie siebie jako „twardego faceta”, osoby agresywnej, nieprzyjemnej, groźnej, która może narobić kłopotów i od której niczego nie sposób uzyskać
- stosowane jest z reguły przez osoby dysponujące większą władzą w danej sytuacji
- istnieją dowody na to, że niektórzy ludzie odnoszą korzyść z prezentowania wizerunku przestępcy

taktyki asertywne – AUTOPROMOCJA

- przedstawianie siebie jako osoby kompetentnej
- towarzyszą temu dwa dylematy:
 - *dylemat autentyczności* – czy przedstawiać się w sposób pożądaný przez audytorium, ale nieprawdziwy, czy też w sposób prawdziwy, ale niepożądany przez audytorium
 - *dylemat skromności* – czy przedstawiać siebie skromnie (inni nas polubią, ale mogą nisko nas cenić), czy chętnie (inni nas nie polubią, ale mogą wyżej cenić)

taktyki asertywne – AUTOPROMOCJA PRZEZ SKOJARZENIE

- podwyższanie swojej wartości przez kojarzenie własnej osoby z pozytywnymi, a rozkojarzenie z negatywnymi zdarzeniami lub osobami
 - pławienie się w odbitym blasku (cudzej chwale)
 - usuwanie się z cienia porażki

taktyki asertywne – ŚWIECENIE PRZYKŁADEM

- przedstawianie siebie jako osoby moralnej
- charakterystyczna tu jest tzw. hipokryzja moralna, czyli skłonność do przedstawiania się sobie i innym jako osoba moralna bez podejmowania faktycznie moralnych działań

BIBLIOGRAFIA

- Artur Derdziak, Wiedza o społeczeństwie, zakres rozszerzony, 1, Operon
- Bogdan Wojciszke, Psychologia społeczna
- Wikipedia
- <https://autoprezentacja.innelektury.pl/t2/>