

Komunikacja społeczna

Tomasz A. Winiarczyk

zagadnienia

- informacja
- komunikacja
- typy komunikacji
- akt/proces komunikacji
- funkcje komunikacji
- komunikacja społeczna
- aspekty komunikacji
- komunikacja werbalna i niewerbalna
- kody pozajęzykowe/prezentacyjne
- pozawerbalne sygnały w komunikacji
- przeszkody w komunikacji
- modele zachowań w komunikacji

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

komunikowanie (się)

KOMUNIKOWANIE

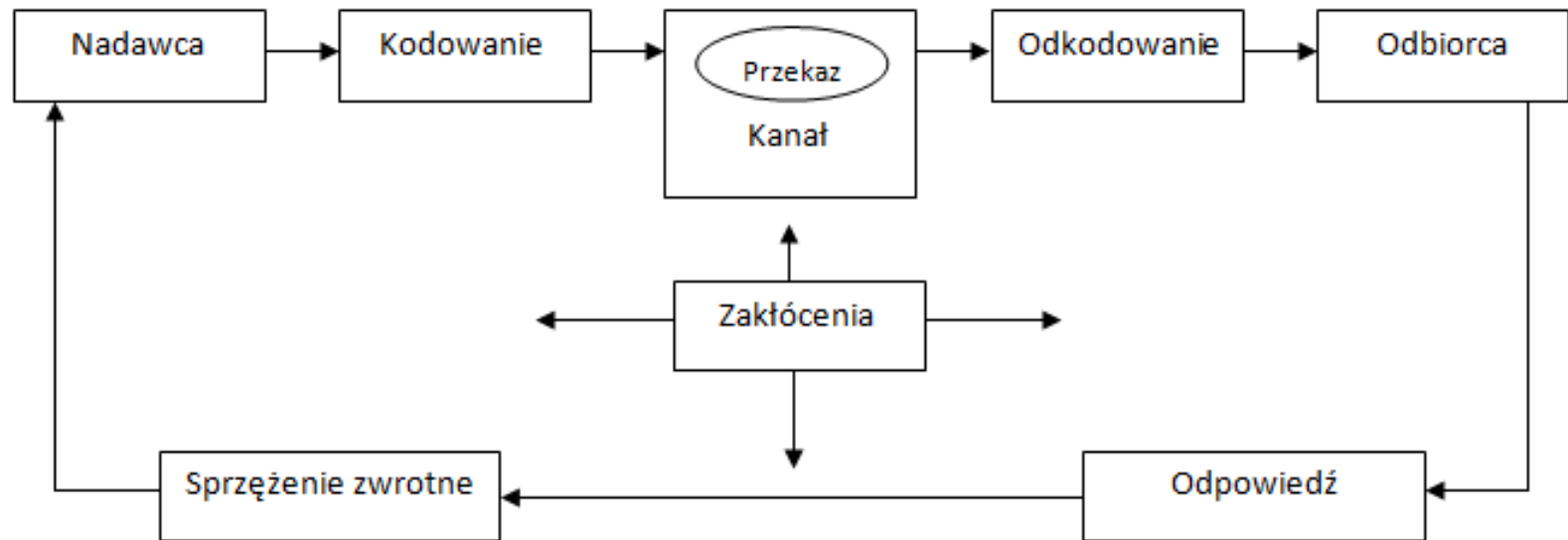
- podawanie do wiadomości, zawiadamianie o czymś

KOMUNIKOWANIE SIĘ

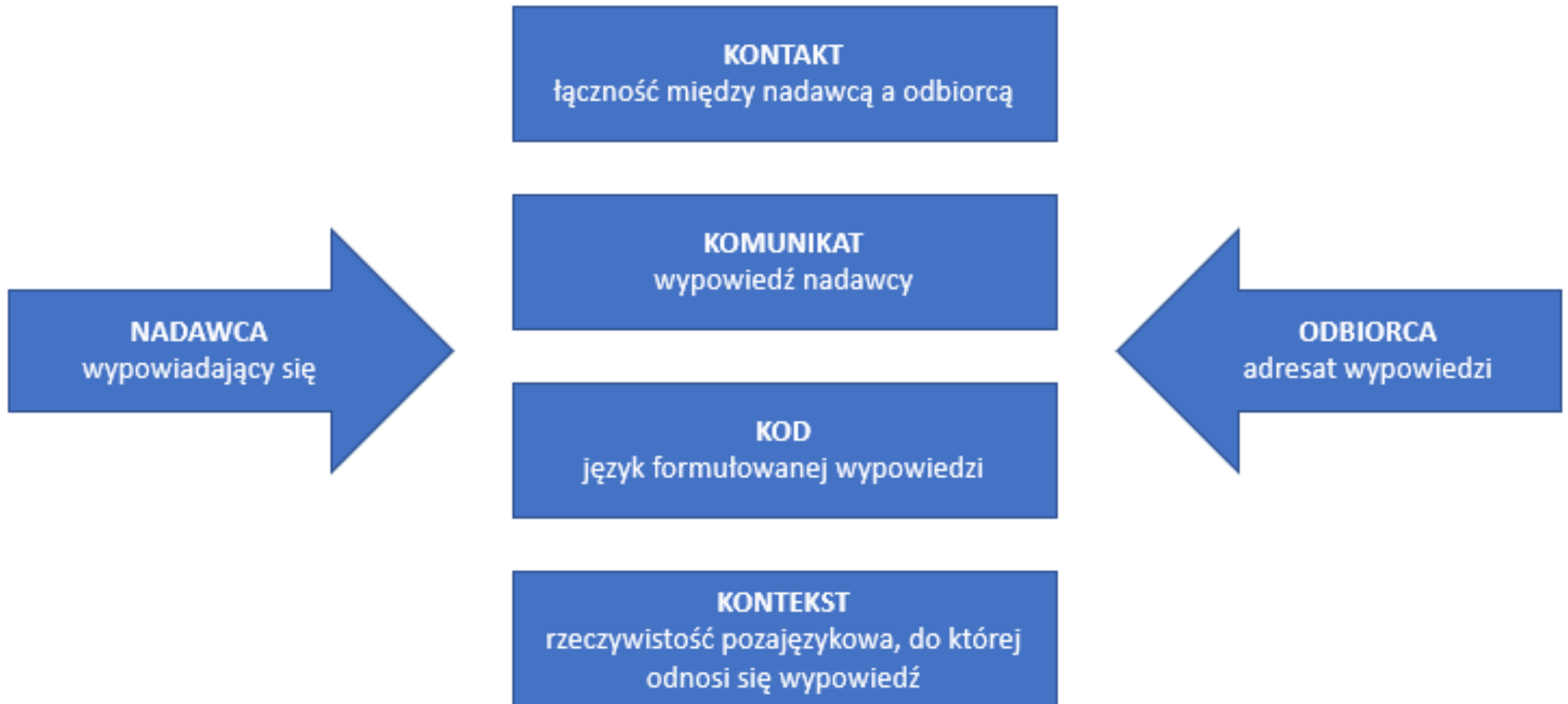
- nawiązywanie i utrzymywanie kontaktu z drugim podmiotem, porozumiewanie się z otoczeniem, komunikacja z kimś/czymś

komunikacja

- proces przekazywania (wymiany) informacji między jej uczestnikami



elementy aktu komunikacji



schemat komunikacji



komunikacja

– pojęcia dot. przekazu

- **intencja** – zamiar, z którym nadawca chce coś przekazać
- **kodowanie** – proces, w którego ramach nadawca musi ująć intencję w treść i formę, przemyśleć jak powiedzieć, jakiego słownictwa użyć, a może wykonać tylko gest, który odzwierciedli intencję
- **przekaz** – zawartość rzeczowa (merytoryczna) wypowiedzi
- **dekodowanie** – proces związany z aktywnością intelektualną odbiorcy, który na ogół dokłada starań, by prawidłowo odczytać treść przekazu
- **interpretacja** – proces, w którym odbiorca wyraża własną interpretację przekazu, to znaczy nie reaguje na przekaz nadawcy, lecz na to, co z tego przekazu zrozumiał

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



masowa

z masowym odbiorcą
(dot. mediów i reklamy)

instytucjonalna

do instytucji
podrzędnych
lub nadrzędnych

ekstrapersonalna

z maszynami

intrapersonalna
wewnątrz jednostki

interpersonalna

między
jednostkami

międzygrupowa

grupy
między sobą

**TYPY
KOMUNIKACJI**

funkcje komunikacji z punktu widzenia elementów komunikacji

KONTEKST

f. poznawcza (oznaczająca, denotatywna)

NADAWCA

KOMUNIKAT

ODBIORCA

f. emotywna (ekspresywna)

f. poetycka (autoteliczna)

f. konatywna (impresywna)

KONTAKT

f. fatyczna

KOD

f. metajęzykowa

funkcja performatywna, czyli dokonawcza – wskazywanie odbiorcy, jak powinien się zachowywać

funkcja manipulacyjna – gdy przekaz zawiera celową nieszczerość, która ma celu zmienić zachowanie się odbiorcy

funkcje komunikowania się z punktu widzenia efektów

- **informacyjna** - obserwacja środowiska i pozyskiwanie wiedzy, która pozwala na podejmowanie decyzji
- **edukacyjna** - dzięki komunikacji i przekazywaniu wiedzy, wiary, przekonań rozprzestrzenia się nauka
- **identyfikacji osobistej** - wzmacnia wzory zachowań oraz wartości, pomaga odszukać odrębność każdej istoty
- **integracyjna** - tworzy więź między jednostkami, dzięki tej funkcji panuje ład społeczny
- **mobilizacyjna** - przekazywanie motywacji, najczęściej w procesie propagandowym oraz perswazyjnym
- **rozrywkowa** - odpoczynek, odprężenie, zadowolenie; głównie przypisana środkom masowego przekazu, ale dotyczy też spotkań towarzyskich

Dobek-Ostrowska B.,
*Komunikowanie
publiczne i polityczne*

medium/media

- element pośredniczący w dostarczaniu czegoś, np. informacji

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

aspekty/konteksty komunikacji społecznej

- **lingwistyczny:** komunikacja dotyczy treści, które poprzedzają daną wypowiedź i łączą się z nią lub na nią wpływają
- **instrumentalny:** ważny jest rodzaj zadania i cel, któremu wypowiedź służy
- **interpersonalny:** dominuje rodzaj relacji między rozmówcami
- **kulturowy:** w znacznym stopniu determinowany jest cechami porozumiewania się charakterystycznego dla danego kraju, grupy czy zespołu ludzi

rodzaje komunikacji ze względu na rodzaj kodu

WERBALNE

- komunikacja interpersonalna, której środkiem jest język mówiony



NIEWERBALNE

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

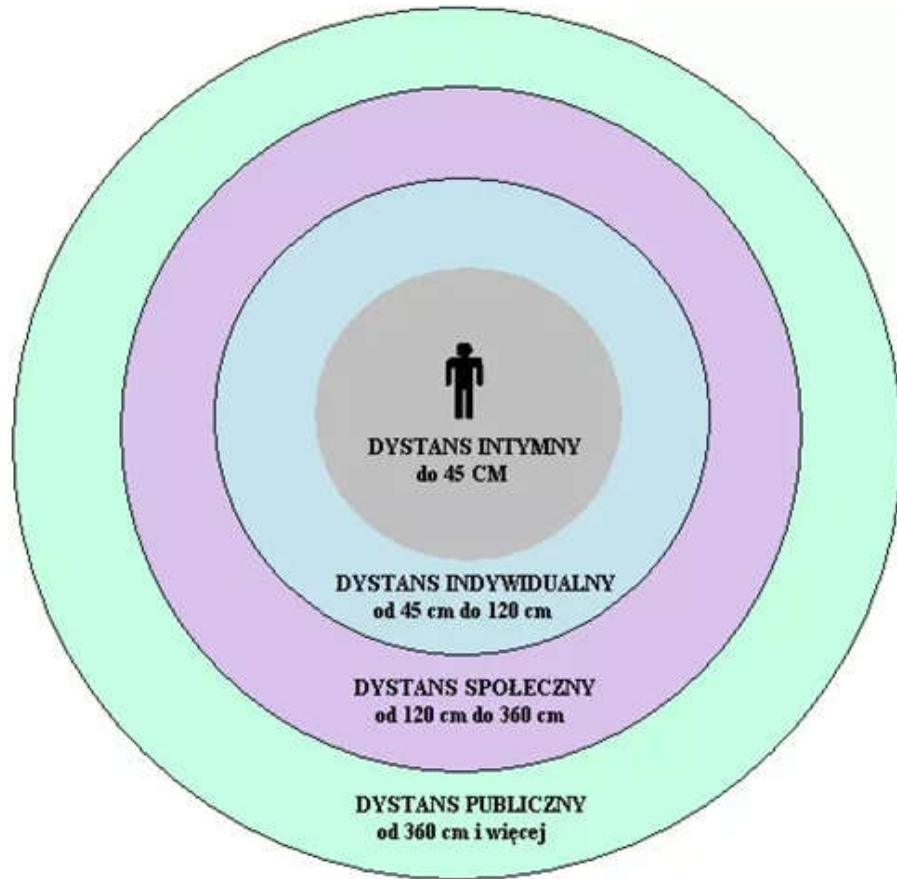
komunikacja werbalna

- 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)

kody pozajęzykowe



dystans personalny wg Edwarda Halla

- kod **kinetyczny**: tzw. mowa ciała
- kod **proksemiczny**: dystans między rozmówcami
- kod **prozodyczny**: towarzyszący werbalnym zachowaniom, odnoszący się do intonacji , tempa wypowiedzi, barwy głosu (wokalizacja tekstu)

kody prezentacyjne

1. **Kontakt fizyczny** - dotyczy ważnych komunikatów, które opisują stosunki międzyludzkie.
2. **Dystans proksemiczny** - określa zależności przestrzenne i ich rodzaje.
3. **Orientacja** - przedstawia pozycję, jaką przyjmuje człowiek względem innych (np. twarzą w twarz, pod kątem dziewięćdziesięciu stopni).
4. **Wygląd zewnętrzny** - opisuje m.in. osobowość człowieka, jego status społeczny, upodobania.
5. **Kiwanie głową** - chodzi tutaj najczęściej o chęć sterowania interakcjami podczas prowadzonej rozmowy (np. jedno kiwnięcie głową oznacza przyzwolenie do dalszej rozmowy, kilkakrotne - chęć zabrania głosu).
6. **Wyraz twarzy** - przedstawia nastawienia, uczucia, nastrój osoby oraz jej samopoczucie, które mają swój wyraz i zostają "wymalowane" na twarzy poprzez m.in. mimikę, symptomy fizjologiczne i przecieki niewerbalne.
7. **Gestyka** - odzwierciedla emocje i jest uzupełnieniem komunikatów werbalnych; swój udział w niej mają m.in. ręce, ruchy głowy, ramion, stóp.
8. **Postawa ciała** - odnosi się do sposobu siedzenia, leżenia czy stania i do sposobu, w jaki to robimy, który może świadczyć np. o uległości, chęci dominacji nad innymi.
9. **Kontakt wzrokowy oraz ruch oka** - odzwierciedlają jakość relacji wzajemnej oraz zainteresowanie drugą osobą (spuszczanie wzroku - nieśmiałość, uporczywe wpatrywanie się w kogoś - walka na poziomie wzroku, czyli kto wytrzyma dłużej i nie opuści powiek).
10. **Niewerbalne aspekty mowy** - ta sama kwestia może być wypowiedziana w odmienny sposób, który będzie zależał od intonacji, akcentu, a co za tym idzie, zdanie będzie inaczej rozumiane.

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

pozawerbalne sygnały w komunikacji

- sygnały **afiliacji** – zachowania mające na celu wyrażenie zainteresowania oraz sympatii dla drugiej osoby, jak uśmiech, dotyk, gesty świadczące o otwartej postawie, zmniejszanie odległości, częste kontakty wzrokowe.
- sygnały **zaufania** – zachowania świadczące o poczuciu bezpieczeństwa, np. odsłonięta pozycja ciała, pokazywanie wnętrza dłoni, szerokie gesty, przytulanie się
- sygnały **dominacji i przewagi** – zachowania informujące o zajmowaniu wyższej pozycji, kontrolowaniu sytuacji konwersacyjnej, np. przekraczanie sfery intymnej u rozmówcy, rozkazujący ton głosu, przerywanie wypowiedzi, przybieranie dominującej postawy, stosowanie gestów wskazujących na naszą władzę (forma tego rodzaju sygnałów w dużym stopniu uzależniona jest od płci rozmówców)
 - sygnały **groźenia i gotowości do walki** – skrajna odmiana sygnałów dominacji; wszelkie przejawy agresji, tj. zaciskanie dłoni w pięść, wrogi wyraz twarzy, przyjmowanie atakującej postawy ciała, podniesiony ton głosu
- sygnały **pobudzenia seksualnego** – wyeksponowanie seksualnego aspektu relacji zachodzących między uczestnikami interakcji, np. określony sposób mówienia, patrzenia, z preferowaniem krótkich dystansów, dokonywanie gestów prezentacyjnych, ale również sposób ubioru
- sygnały **nadmiernego pobudzenia emocjonalnego** – zachowania spontaniczne, nad którymi nie ma się świadomej kontroli, będące wskaźnikami przeżywanych emocji w zależności od ich pozytywnego bądź negatywnego charakteru, np. zaczerwienienie się, pocenie
- sygnały **dążące do pogłębienia lub spłycenia kontaktów interpersonalnych** – zachowania służące regulacji poziomu zaangażowania w interakcję, np. unikanie lub zachęcanie do kontaktu wzrokowego, okazywanie zainteresowania lub znudzenia mimiką lub gestami
- sygnały **bezpośredniego wzmocnienia pozytywnego lub negatywnego** – oparte głównie na naszym systemie odruchów warunkowych, niezależne od nas ekspresje, wskazujące na naszą aprobatę lub niezgodę wobec uczestników komunikacji

przeszkody komunikacyjne

- **różnice w postrzeganiu** – nadawca i odbiorca posiadający odmienną wiedzę i doświadczenie mogą zupełnie inaczej patrzeć na tę samą sprawę, np. pochwała dobrze pracującego pracownika może zostać odebrana przez współpracowników jako powód do zazdrości, a wg przełożonego jest to sposób na zmotywowanie pozostałych do równie efektywnej pracy
- **różnice językowe** – warunkiem właściwego przekazania komunikatu jest to, aby stosowane słowa znaczyły to samo dla nadawcy i dla odbiorcy; ze względu na występowanie wieloznaczności słów ważne jest, aby zwracać uwagę na to, aby jednakowe znaczenie symboli było dla rozmówców
- **emocje** – wpływają na odbiór przez nas cudzych komunikatów i na to, jak nasze komunikaty są przyjmowane przez innych; z popularnych reakcji emocjonalnych można wymienić: miłość, odruchy obronne, czy zazdrość
- **niezgodne komunikaty werbalne i pozawerbalne** – na komunikaty werbalne (słowne), które wysyłamy, bądź otrzymujemy mają wpływ czynniki pozasłowne, takie jak: mowa ciała, ubiór, przyjęta postawa, mimika twarzy itd.; jeśli obie formy komunikowania nie współgrają ze sobą, powoduje to zakłócenia w odbiorze komunikatu
- **brak zaufania** – na wiarygodność komunikatu ma wpływ m.in. postrzeganie nadawcy w opinii odbiorcy; zależec może ona np. od uczciwości nadawcy, ale też jego autorytetu

Stoner J., Freeman R.,
Gilbert D.
(2001), *Kierowanie*,
Polskie Wydawnictwo
Ekonomiczne,
Warszawa

specyficzne przeszkody komunikacyjne

- **filtrowanie** – przekazanie tylko części informacji, aby odbiorca ujrzał ją z innej perspektywy; polega to na tym, że osoba wysyłająca komunikat przekazuje taki fragment komunikatu, jaki zaakceptuje adresat
- **selektywne dostrzeganie** – słuchacz patrzy na pewne sprawy przez pryzmat własnego subiektywizmu, m.in. cech charakteru, aspiracji, czy poglądów
- **inne style komunikowania się zależne od płci** – zarówno kobiety, jak i mężczyźni w innych celach wykorzystują komunikację słowną; pierwsza grupa chce umacniać relacje z rozmówcą, natomiast ta druga stosuje to jako środek do pokazania zajmowanej pozycji w hierarchii społecznej

Benedikt A. (2015),
*Asertywność:
skuteczna
komunikacja w
biznesie*, Astrum,
Wrocław

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 bezpośrednio 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 ranisz 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 wyjaśnienia 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

bibliografia

- podręcznik wyd. Nowa Era
- pl.wikipedia.org
- https://mfiles.pl/pl/index.php/Komunikacja_spo%C5%82eczna
- https://mfiles.pl/pl/index.php/Przeszkoda_w_komunikacji
- KOMUNIKACJA NIEWERBALNA – Grażyna Osika
- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie publiczne i polityczne*
- Stoner J., Freeman R., Gilbert D. (2001), *Kierowanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa
- Benedikt A. (2015), *Asertywność: skuteczna komunikacja w biznesie*, Astrum, Wrocław