

Skuteczna komunikacja interpersonalna

Po przeczytaniu tego rozdziału powinieneś umieć:



- ❖ Wyjaśnić na czym polega skuteczna komunikacja interpersonalna.
- ❖ Wymienić zasady efektywnej komunikacji.
- ❖ Zrozumieć znaczenie komunikatu JA i TY w komunikacji.



ZASADY SKUTECZNEJ KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ

Aby osiągnąć skuteczną komunikację interpersonalną, warto przestrzegać kilku podstawowych zasad:

- 1) **Uważne słuchanie:** słuchaj uważnie drugiej osoby, dając jej pełną uwagę i nie przerywając. To pokaże, że szanujesz jej zdanie i jesteś zainteresowany tym, co ma do powiedzenia.
- 2) **Jasność i klarowność:** wyrażaj swoje myśli i uczucia w sposób prosty i zrozumiały. Unikaj używania skomplikowanego języka lub zbyt wielu technicznych terminów.
- 3) **Empatia:** staraj się zrozumieć perspektywę drugiej osoby i jej uczucia. Wyrażaj empatię i okazuj zainteresowanie tym, co mówi.
- 4) **Unikanie agresji:** unikaj agresywnego tonu głosu, obraźliwych słów i gestów. Skup się na konstruktywnej rozmowie i rozwiązywaniu problemów.
- 5) **Wyrażanie szacunku:** traktuj drugą osobę z szacunkiem i uprzejmością. Unikaj krytykowania i osądzania.

Zasady interpersonalne w skutecznej komunikacji

- **Zasada uprzejmości** - znaczenia wypowiedzi muszą być możliwe do zaakceptowania przez partnera i podawane w sposób nie wywołujący nieprzyjemnych stanów uczuciowych.
- **Zasada aprobaty** - uczestnicy powinni wyrażać wzajemną życzliwość i akceptację (zarówno swoich wypowiedzi, jak i samego kontaktu) oraz zadowolenie z rozmowy.
- **Zasada skromności** - unikanie otwartego wskazywania na swoje silne strony, sukcesy; chwalenia siebie w taki sposób, by mogło to wywołać poczucie niższości u odbiorcy.
- **Zasada zgodności** - wyrażanie aprobaty dla stanowiska partnera, zgody na zawarte w jego wypowiedziach opinie (kiedy tylko jest to możliwe).
- **Zasada współdziałania** - wyrażanie dobrej woli kontynuacji konwersacji i poszukiwania najwłaściwszych sposobów organizacji swego wkładu w tę konwersację.
- **Zasada ironii** - żarty, kpiny i inne zachowania określane jako „niekonwencjonalne” powinny być realizowane w sposób czytelny, jasny, umożliwiającą ich właściwą interpretację.
- **Zasada atrakcyjności treści** - nadawca i odbiorca powinni wyrażać zainteresowanie tematami konwersacji proponowanymi przez partnera i zawsze, gdy to możliwe, oferować tematy interesujące nie tylko dla siebie, ale i dla rozmówcy.
- **Zasada Polyanny** - unikanie (jeśli jest to możliwe) podejmowania tematów przykrych dla rozmówcy, takich, które mogą spowodować nieprzyjemne skojarzenia, smutek (Nęcki, 1996).

Najważniejszą z wymienionych wydaje się być zasada współdziałania, ponieważ to ona determinuje istnienie **porozumiewania się**.

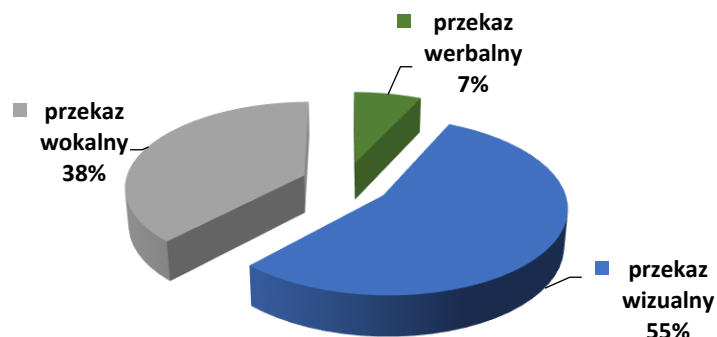
Czy wiesz, że...

Język ciała odpowiada za ponad 50% oddziaływania komunikatu. Za pozostałą część odpowiadają elementy werbalne oraz głosowe sygnały niewerbalne.



Proporcje przedstawiają się następująco (Matthew McKay i in., 2012):

- 7 % elementy werbalne (słowa),
- 38 % elementy głosowe (siła i wysokość głosu, rytm itd.),
- 55 % ruchy ciała (głównie mimika)



Każdy z nas porozumiewa się przy użyciu słów i gestów, ale większość w małym stopniu zna zasady skutecznego komunikowania się. Obcuje z innymi osobami, ciągle się komunikujemy. Każde wypowiedziane przez nas słowo czy zachowanie zawiera jakieś przesłanie. Cokolwiek robimy, zawsze coś komunikujemy. Zakłócenia w interpersonalnej komunikacji pojawiają się codziennie i przyczyniają się do powstawania różnorodnych problemów – konfliktów, poczucia krzywdy, przemocy i agresji, separacji i rozwodów itp. Brak umiejętności właściwego komunikowania się utrudnia codzienne funkcjonowanie w różnych sferach ludzkiego życia i aktywności (Sikorski, 2018).



Konstruktywna informacja zwrotna

W procesie efektywnej komunikacji interpersonalnej istotną rolę pełni **konstruktywna informacja zwrotna**. Dawanie informacji zwrotnej jest podstawową umiejętnością w komunikacji interpersonalnej ponieważ informuje o tym, jak zachowanie odbiorcy



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



Rządowy Program
Rozwoju Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030
PROO

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO

wpływa na nadawcę. Jest to mówienie o swoich reakcjach, odczuciach, myślach i doświadczeniach w relacji do danej osoby.

Do budowania informacji zwrotnej zaleca się używanie **komunikatu JA**, który nie zawiera ocen, jest konkretny, oparty na faktach, zwiększa poziom zaufania i wzajemnej otwartości, sprzyja wyrażeniu swoich oczekiwań w danej sytuacji. Informacja zwrotna może służyć przekazywaniu zarówno negatywnych, jak i pozytywnych informacji dotyczących zachowania innych osób. Dzięki odpowiedniej informacji zwrotnej odbiorca może wzmocnić pozytywne lub korygować negatywne zachowania, co sprawia że i my czujemy się bardziej skuteczni.

W opozycji do komunikatu **JA**, mówi się o komunikacie **TY**, który odnosi się do drugiej osoby, jest oceniający, obwiniający, zawiera etykiety.

Przykłady komunikowania się z zastosowaniem komunikatu TY i JA

KOMUNIKAT TY

(TY) - Ty się wiesznie spóźniasz.

(TY) - Jak zwykle, nie potrafisz spokojnie porozmawiać.

(TY) - Nigdy nie słuchasz, co się do ciebie mówi!

KOMUNIKAT JA

(JA) – Nie lubię kiedy się spóźniasz. Martwię się, że coś ci się stało.

(JA)- Czuję się nieswojo, gdy mówisz do mnie podniesionym tonem.

(JA) - Mam wrażenie, że mnie nie słuchasz. Chciałbym, żebyś wyłączył telewizor i spojrzał na mnie.



Pierwsze wrażenie w komunikacji interpersonalnej

Z badań wynika, że opinię o rozmówcy wyrabiamy sobie w ciągu pierwszych 10-30 sekund spotkania. Ma ona znaczący wpływ na przebieg dalszego kontaktu. Pierwsze wrażenie może być pozytywne lub negatywne.



Pozytywne pierwsze wrażenie – wywołuje tendencję do przypisywania bardziej pozytywnych niż jest to w rzeczywistości właściwości i cech danej osobie i sprawie; twojemu miejscu pracy; instytucji, którą reprezentujesz.

Negatywne pierwsze wrażenie - zniechęca klienta/interesanta do osób oraz przebywania w danym miejscu.

Efekt pierwszego wrażenie tworzony jest niemalże natychmiast, jest często nieświadomy, intuicyjny. Mimo to badania wskazują na jego trwałość!

PAMIĘTAJ!

Pierwsze wrażenie to:

- pierwsze 20 sekund kontaktu
 - pierwsze 20 gestów
- pierwsze 20 wypowiedzianych słów.

BIBLIOGRAFIA

1. J.Adair: Anatomia biznesu. Komunikacja, Studio EMKA, Warszawa 2000
2. G.Aniszewska: Kultura organizacyjna w zarządzaniu, PWE, Warszawa 2007
3. R.Balton: Bariery na drodze komunikacji, J.Stewart (red.), Mosty zamiast murów, Warszawa 2007
4. H. Boland: Podstawy komunikowania w doradztwie. CDiEwR, Poznań 1995
5. M.Budzanowska-Drzewiecka: Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016
6. D.Czyżowska, J. Siuta, (red.), Słownik psychologii, Kraków 2005: B.Dobek-Ostrowska: Komunikowanie publiczne i polityczne, PWN, Warszawa 2006



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018-2030 PROO

7. B.Dobek-Ostrowska: Komunikowanie publiczne i polityczne, PWN, Warszawa 2006
8. A.Fraćzek: Komunikacja interpersonalna, Studia Gdańskie, Wizje i rzeczywistość, t.IX
9. L.Grzesiuk: Style komunikacji interpersonalnej, Wydawnictwo UW, Warszawa 1979
- 10.L.Grzesiuk: Studia nad komunikacją interpersonalną, Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa psychologicznego, Warszawa 1994
- 11.Em Gryffin: Podstawy komunikacji społecznej, GWP, 2003
- 12.E.Hall: Ukryty wymiar, Warszawa 2001
- 13.T.A. Harris: Ja jestem OK – Ty jesteś OK. Wyd. 1. REBIS, Warszawa 2009
- 14.B. Harwas-Napierała: Komunikacja interpersonalna w rodzinie, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2008
- 15.M.Król-Fijewska: Trening asertywności. Wyd. 1. Instytut Psychologii Zdrowia i Trzeźwości, Polskie Towarzystwo Psychologiczne, Warszawa 1993
- 16.G.Łasiński: Sztuka prezentacji, Poznań 2000
- 17.Matthew McKay, Martha Davis, Patrick Fanning: Sztuka skutecznego porozumiewania się, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne/GWP, Sopot 2021
- 18.Z.Nęcki: Komunikacja międzyludzka, Oficyna Wydawnicza Antykwa, Kraków 2000
- 19.Z.Nęcki: Komunikacja międzyludzka. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996
- 20.R. A. Podgórski: Socjologia mikrostruktury (podręcznik akademicki), Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz – Olsztyn 2008
- 21.A.Przewoźna-Krzemińska: Komunikacja interpersonalna w relacjach przełożonych – podwładnych na przykładzie instytucji samorządowej, zeszyty naukowe Politechniki częstochowskiej, Częstochowa 2017
- 22.W.Sikorski: Niewerbalna komunikacja interpersonalna. Doskonalenie przez trening, Warszawa 2018
- 23.J. Sobczak, B. Jamrożek: Komunikacja interpersonalna czyli jak wspomagać swoją przedsiębiorczość, Poznań 2000
- 24.M.Strykowska: Proces komunikowania się w doradztwie, Poznań 1995,
- 25.A.Wiszniewski: Sztuka mówienia, Katowice 2003



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018-2030 PROO