

Rozdział 4.

Jak zadbać o zrozumiałość przekazu?

Cytaty:

1. „Cokolwiek da się powiedzieć, da się jasno powiedzieć”.
2. „Czasem przypisujemy niejasnym tekstom większą głębię tylko dlatego, że mamy trudności z ich zrozumieniem”.
3. „Bezpośrednio wyrażone niezrozumienie dla słów Twojego rozmówcy: „Ja nic nie rozumiem” jest swojego rodzaju zerwaniem kontaktu”.
4. „Zdarza się, że wierzymy komuś, kogo nie rozumiemy”.
5. „Odbiorca powinien trochę zainwestować w rozumienie”.
6. „Nasza komunikacja jest z natury interaktywna”.
7. „W komunikacji online trudniejsze niż podczas zwykłej rozmowy jest uzyskanie potwierdzenia, że jesteśmy słuchani czy rozumiani”.
8. „Lubimy osoby, które wyrażają zrozumienie, gdy do nich mówimy”.
9. „We wzajemnym zrozumieniu pomaga nam wspólnota doświadczeń. Brak tej wspólnoty może prowadzić do nieporozumień”.
10. „Metafory i skróty myślowe, żeby były skuteczne, muszą odwoływać się do doświadczenia odbiorcy”.



11. „Powinniśmy wiedzieć, co mówimy, nawet bardziej niż mówić, co wiemy”.

Głównym celem komunikacji jest porozumienie między nadawcą a adresatem komunikatu.

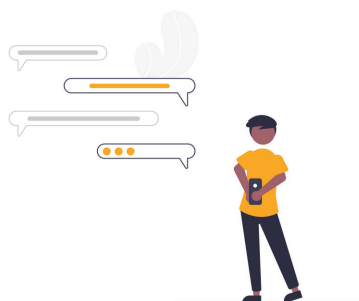
Celem większości komunikatów jest potrzeba bycia zrozumianym. **Próbujemy rozmawiać ze swoim odbiorcą (lub odbiorcami) w taki sposób, by zrozumiał, co chcemy przekazać i nie założył intencji innej niż ta, która nam przyświeca.** Zrozumienie wiąże się z wiarygodnością, służy zacieśnieniu więzi, poczuciu bliskości i wymianie idei między rozmówcami. **Lubimy osoby, które wyrażają zrozumienie, gdy do nich mówimy.** Bezpośrednio wyrażone niezrozumienie dla słów Twojego rozmówcy: „Ja nic nie rozumiem” jest natomiast swojego rodzaju zerwaniem kontaktu.

Zdarza się jednak, że komunikat wcale nie musi być zrozumiały dla określonej grupy - wtedy jednak jest czytelny dla innych odbiorców. Wynika to z:

- języka specjalistycznego - określeń medycznych, terminów prawnych, instrukcji, mających pokazać kompetencje autorów i osób, które się nimi posługują. Zwiększa to wrażenie autorytetu po stronie odbiorcy.
- różnic pokoleniowych między rozmówcami - na przykład nastolatkiem rozmawiającym młodzieżowym slangiem w obecności osób starszych
- chęci zatajenia określonych informacji przy niektórych rozmówcach - jeśli dziecko w obecności rodziców nawiąże w rozmowie z przyjacielem do wspólnego sekretu, może użyć umownych słów i skrótów, które tylko dla ich dwójki będą miały sens i znaczenie.
- różnych doświadczeń rozmówców - **we wzajemnym zrozumieniu poma-**



ga nam wspólnota doświadczeń. Brak tej wspólnoty może prowadzić do nieporozumień. Jeśli w gronie znajomych, część osób zacznie rozmawiać o szczegółach wspólnego wakacyjnego wyjazdu, ci, którzy w nim nie uczestniczyli, mogą nie zrozumieć lub zrozumieć opacznie opisane sytuacje.



Współcześnie kładzie się coraz większy **nacisk na jasność i czytelność mowy i słów pisanych**. Nawet jasny przekaz może jednak nie zostać zrozumiany, jeśli odbiorca źle zinterpretuje powód, dla którego rozmówca dzieli się nim w pierwszej kolejności. Czasami także motywacja odbiorcy, by zrozumieć treść słów nie wystarczy, jeśli nie zna on poszczególnych terminów czy nazw zawartych w przekazie. Zrozumienie może również oznaczać (lecz nie musi) zgodzenie się ze sposobem myślenia i postępowania rozmówcy.

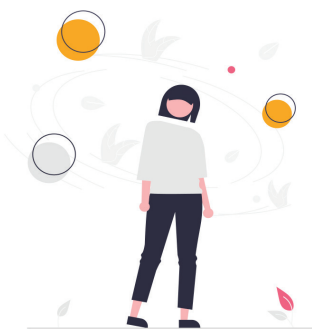
Twoja przyjaciółka opowiada Ci o sytuacji, która przedstawia ją w złym świetle. Nie jesteś w stanie spokojnie wysłuchać tego, co ma do powiedzenia, przerywasz jej i wypowiadasz słowa krytyki. Kolega dzieli się z Tobą swoimi poglądami, które są sprzeczne z Twoimi. Nie akceptujesz jego postrzegania rzeczywistości i sposobu, w jaki argumentuje swoje przekonania. Obie sytuacje pokazują brak zrozumienia między rozmówcami mimo przyswojenia treści przekazu.



Komunikacja wymaga wysiłku ze strony mówcy i odpowiedniej reakcji słuchacza.

Nasza **komunikacja jest z natury interaktywna**, co oznacza, że wpływa na nią zarówno mówiący, jak i słuchacz. Zrozumiałość przekazu zależy od wysiłku mówiącego włożonego w to, by jego komunikat był czytelny dla odbiorcy, jak również od zachowania słuchacza. Odbiorca kładzie wtedy nacisk na aktywne słuchanie swojego rozmówcy. Wykazuje nastawienie na jego zrozumienie i za pomocą mowy ciała (potakiwanie głową, otwarta postawa), utrzymywania

kontaktu wzrokowego czy werbalnie („mhm”, „tak, tak, mów dalej”, „i co się stało później?”) zachęca go do dalszego rozwijania myśli. Komunikujący się dba o to, by wszystkie poziomy jego przekazu były dla odbiorcy czytelne i atrakcyjne.



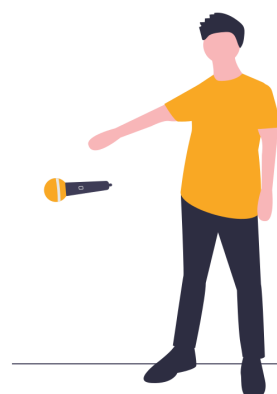
Najlepiej, gdy odbiorca podejmuje pewien wysiłek, by zrozumieć dany komunikat. Wtedy przekaz wydaje się bardziej wartościowy i mocniej zapada w pamięć. Jeśli jest na tyle prosty i oczywisty, że nie musisz poświęcać mu większej uwagi, sprawia wrażenie banalnego i powierzchownego. Kiedy natomiast treść jest zbyt trudna i zawiła, przestaje być dla odbiorcy zrozumiała.

Na zrozumiałość Twoich wypowiedzi dla odbiorców wpływa ich treść i elementy komunikacji niewerbalnej w postaci **paralingwistyki – tonu głosu oraz jego intonacji, tempa i płynności mowy, obecności nieartykułowanych dźwięków (jak chrząknięcia, pomruki), pominięć czy powtórzeń.**

Każdy komunikat składa się z dwóch warstw znaczeniowych – informacji zawartej w samych słowach oraz przekazywanej niewerbalnie. Sugeruje on Twojemu otoczeniu, jakie możesz mieć intencje i przekonania, w jakim nastroju się znajdujesz, a nawet pośrednio świadczy o Twoich cechach charakteru i temperamencie (jak lękliwość, podatność na stres, swoboda w nawiązywaniu kontaktów towarzyskich czy pewność siebie).

Wyraża się przez rytm i wysokość głosu, akcentowanie wybranego słowa albo użycie modyfikatorów werbalnych. Są to takie wyrazy modalne, jak: teraz, zaraz, znów, ostatnio, ciągle, zawsze, tylko, jedynie, odrobinę, naprawdę, rzeczywiście.

Jeśli Twoja wypowiedź ma być zrozumiana przez odbiorcę, dobrze, gdyby jej warstwa werbalna była spójna z niewerbalną. Oznacza to, że **słowom, które wtedy wypowiedzasz, towarzyszy odpowiedni wyraz twarzy, gesty, intonacja.** Gdy te elementy prezentują sobą sprzeczne treści, może to wywołać u odbiorcy dezorientację lub rozdrażnienie. Jeśli tak się stanie, odniesie wtedy wrażenie, że kłamiesz lub jesteś do niego negatywnie nastawiony.



Kiedy usłyszysz od swojej koleżanki słowa „bardzo się cieszę, że Cię widzę”, podkreślone uśmiechem, spojrzeniem i zachęcającym gestem, najpewniej uwierzysz, że faktycznie miała to na myśli. Gdyby jednak położyła nacisk na słowa „bardzo” i „cieszę się” i nadała im intonację opadającą, poczujesz pewnie, że jej komunikat jest ironiczny i wcale nie miała ochoty Cię zobaczyć.



Z drugiej strony, jeśli zaakcentuje wyraz „bardzo”, a całemu zdaniu nada intonację wznoszącą, odbierzesz jej wypowiedź jako autentyczną. Koleżanka wyrazi tym samym zaskoczenie, że Cię zobaczyła, ale i towarzyszące temu pozytywne emocje. Jeżeli chciałaby wzmocnić ten przekaz, a nie byłbyś dla niej obcą osobą, może posłużyć się innymi formami komunikacji niewerbalnej, na przykład przytulić Cię czy dotknąć Twojego ramienia.

Poziomy zrozumienia przekazu.

Wyróżniamy kilka poziomów rozumienia komunikatów. Na każdym z nich mogą wystąpić zakłócenia zarówno w odbiorze, jak i w zaprezentowaniu przekazu:

1. poziom - **rozumienie poszczególnych słów, terminów, nazw własnych.**

Zagrożeniem w komunikacji mogą być tak zwane słowa polisemiczne, które mają różne znaczenia w zależności od kontekstu i przekonań rozmówców. To niejasne pojęcia takie, jak wolność, moralność, prawda czy piękno, które dla każdego mogą oznaczać coś innego. Komunikujący powinien odwoływać się do tych słów i zwrotów, które są znane zarówno jemu, jak i jego odbiorcy. Znaczenie i definicje niejednoznacznych pojęć najlepiej omawiać wspólnie w rozmowie.



2. poziom - **rozumienie całych zdań.** Zakłócenia w odbiorze powstają, gdy odbiorca rozumie poszczególne słowa, ale nie łączą się one w zdanie, które ma dla niego sens. Mówiący po-

winien **unikać długich, wielokrotnie złożonych zdań zawierających wiele szczegółów i informacji, które nie są istotne**, a dla odbiorcy mogą być trudne do zapamiętania.

3. poziom - rozumienie idei, intencji, sposobu myślenia i postrzegania świata przez mówiącego. Przekaz staje się niezrozumiały, gdy nie wiesz, jaki jest jego cel, wypowiedź wydaje się nielogiczna i masz wątpliwości odnośnie intencji mówiącego. Autor komunikatu może jasno określić, dlaczego przekazuje to, co chce powiedzieć, jakie są korzyści z tego przekazu dla mówiącego i odbiorcy i dbać o to, by werbalna część wypowiedzi była spójna z niewerbalną.



Tym, co łączy komunikat na wszystkich poziomach rozumienia, są metafory. Używanie metafor w swojej wypowiedzi ubarwia ją, ożywia i pozwala ją lepiej zrozumieć. Dzieje się tak dlatego, że **stanowią element zaskoczenia**, a ciało migdałowate, które jest centrum emocji w Twoim mózgu, reaguje o wiele silniejszym pobudzeniem na zaskakujące sytuacje. W efekcie wywołujesz u słuchaczy żywsze emocje, co pomaga im mocniej skoncentrować na Tobie uwagę i zaangażować się w to, co mówisz.



Umysł odbiorcy koncentruje się na treści, ale w podświadomości zostaje określony obraz, dzięki czemu przekaz zostaje zapamiętany na dłużej. Dzięki metaforom prezentujesz też pewne idee szybciej i skuteczniej niż za pomocą długich i nużących wyjaśnień.

Wzmacniasz pewne przekonania u odbiorców, ale robisz to w sposób pośredni i umowny, więc bez względu na użyte określenie nikogo przy tym nie obrażasz.

Pamiętaj, by używane metafory były zrozumiałe dla Twoich odbiorców, nawiązywały do ich doświadczeń, wiedzy i umiejętności kojarzenia obrazów.

Metafory i skróty myślowe, żeby były skuteczne, muszą odwoływać się do doświadczenia odbiorcy. Niewłaściwie zinterpretowane nie przyniosą zamierzonego efektu.

Wzajemne zrozumienie w komunikacji można osiągnąć za pomocą określonych metod językowych.

Do technik ułatwiających zrozumienie rozmówcy należą:

- ◆ **parafrazowanie** - powtarzanie własnymi słowami tego, co powiedziała Ci druga osoba. Stanowi potwierdzenie dla mówiącego, że podążasz za tym, co do Ciebie mówi. Gdybyś go nie słuchał, nie byłbyś w stanie powtórzyć tego, co właśnie powiedział. Umiejętność **powtórzenia własnymi słowami tego, co przekazuje nam druga osoba** jest powszechnie akceptowalnym dowodem na to, że pojmujesz dany przekaz. Przykładowe stwierdzenia, których możesz użyć do parafrazy czyjejś wypowiedzi:

„O ile dobrze Cię zrozumiałem, to...”

„Z tego, co mówisz, rozumiem, że...”

„OK. Czyli jeżeli dobrze usłyszałem, masz na myśli...”

- ◆ **klaryfikacja** - uporządkowanie i uogólnienie najważniejszych elementów wypowiedzi partnera. Przydaje się szczególnie wtedy, gdy Twój rozmówca przekazuje Ci wiele informacji w jednym momencie, które chcesz ujednolicić. Przykładowe stwierdzenia, których możesz użyć do klaryfikacji:

„Czy to znaczy, że...”

„Jak rozumiem, chcesz mi powiedzieć, że...”

„Czyli masz na myśli, że...”

- ◆ **precyzowanie** - zadawanie szczegółowych pytań po to, by uzyskać pełniejszy obraz sytuacji. Przydaje się w sytuacji, gdy wypowiedź mówiącego nie jest dla Ciebie do końca jasna. Przykładowe stwierdzenia, których możesz użyć do precyzowania:



„Czy dobrze zrozumiałem, że...”;

„Co dokładnie masz na myśli, mówiąc o...”

- ◆ **podsumowanie** - zebranie najważniejszych informacji i ustaleń poczynionych w trakcie rozmowy. Przykładowe stwierdzenia, których możesz użyć do podsumowania:

„Zbierając w całość wszystko, co powiedziałaś...”

„Podsumowując...”

W rozumieniu siebie nawzajem pomocny okazuje się tak zwany model **SANGE**. Sange oznacza w japońskim buddyzmie świadomość konsekwencji swoich działań i chęć naprawienia sytuacji. Jego celem jest przywrócenie pozytywnej atmosfery w relacji i umożliwienie jej dalszego rozwoju. Buduje zaufanie do siebie nawzajem, a relacja staje się dojrzała i bardziej oparta na współpracy. Najlepiej sprawdza się w przypadku przeprosin i wyjaśniania spornych sytuacji, ale zasady tego modelu przydają się też podczas zwykłych codziennych rozmów. Możesz korzystać z niego w kręgu zawodowym, związku i w gronie przyjaciół.



Etapy SANGE:

1. **SIMPLICITY** = prostota. Twój komunikat powinien być przede wszystkim prosty i nie komplikować (być może już i tak zawilej) sytuacji. Nie rozwódź się nad tym, jak źle się w danym momencie czujesz albo kto z Was jest bardziej winny. Nie tłumacz całej sytuacji ze swojej perspektywy krok po kroku. Pozwól drugiej stronie na reakcję. Oczekiwanie, że zgodzi się ze wszystkim, co mówisz albo przyjmie przeprosiny, tylko pogorszy Waszą relację.

„Chciałbym Cię przeprosić, że podniosłem głos. Nie powinienem na Ciebie krzyczeć. Nie zasłużyłaś na to.”

2. **ACKNOWLEDGEMENT** = uznanie. Spróbuj postawić się w sytuacji drugiej

osoby, zastanów się, jak mogła się poczuć. Być może okaże się, że niewłaściwie oceniłeś sytuację. Dajesz tym samym jednak odczuć, że druga strona miała prawo do pewnych emocji czy reakcji i zależy Ci na tym, by je poznać. Jeśli mylisz się w interpretacji, rozmówca sam powie, co faktycznie przeżywał.

„Domyślam się, że mogłaś się przestraszyć i poczuć się zraniona.”

3. **NEEDS OF SITUATION** = potrzeby sytuacji.

Czego wymaga relacja, jaki macie w niej wspólny cel? Jakie są Wasze potrzeby? Zastanowienie się nad tym automatycznie zmienia Twoją perspektywę i komunikację z formy „ja” na „my”. Rywalizacyjne, sprzeczne ze sobą cele generują konflikty.

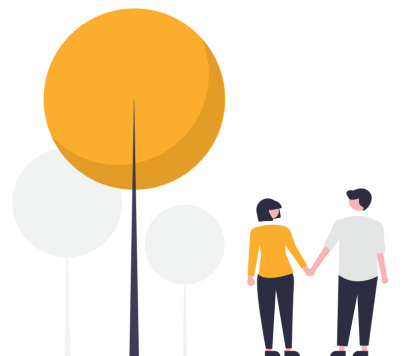
Jeśli jednak wykazujesz nastawienie na współpracę, podkreślasz tym samym, że Twoje dobro zależy od dobra drugiej osoby.



„Naprawdę chcę, żeby dobrze się między nami układało. Kiedy wspieramy się nawzajem, wszystko lepiej nam wychodzi.”

4. **GRATITUDE** = wdzięczność. Podejście oparte na docenianiu przybliży Cię do innych, pokazując, że gdzieś przynależysz. Za co jesteś drugiej stronie wdzięczny? Czego możesz się od niej nauczyć? Zastanów się i wyraż to na głos, zostawiając drugiej osobie przestrzeń na odpowiedź. Ten moment często bywa punktem zwrotnym w komunikacji. Okazuje się wtedy, że nie tylko Ty bierzesz odpowiedzialność za konflikt czy daną sytuację, druga strona też zaczyna wykazywać się taką postawą.

„Prawda jest taka, że miałaś wtedy rację. Powiedziałaś mi szczerze, co o tym sądzisz, nie wykręcałaś się od odpowiedzi. To jedna z Twoich mocnych stron i cenię ją w Tobie najbardziej.”



5. **EXPLORATION** = pogłębienie. Pomyśl, co możesz następnym razem zrobić inaczej – Ty, nie druga strona – a następnie postaraj się to wyrazić słowami.

Podkreślisz tym nastawienie na współpracę z drugą stroną i chęć porozumienia. Dzięki temu uda Wam się zapobiec przyszłym kryzysom, trudnym momentom i konfliktom.

„Obiecuję, że następnym razem, gdy poczuję złość, spróbuję jakoś inaczej sobie z nią poradzić, zamiast na Ciebie krzyczeć. Czy mogę Ci to jakoś wynagrodzić?”

Podsumowanie.

Komunikacja jest grą, w której uczestniczą zarówno mówiący, jak i ich słuchacze. Każdy z graczy - rozmówców powinien rozumieć jej reguły, by komunikować się w sposób klarowny i przejrzysty. Zrozumiałość przekazu zależy więc od wysiłku wkładanego w tworzenie wypowiedzi, ale też reakcji osoby będącej jej adresatem.



Zrozumienie siebie nawzajem przynosi satysfakcję i podnosi jakość kontaktu dla obu stron. Osiągamy ten stan, kiedy treść komunikatu jest jasna dla mówiącego i słuchacza na każdym poziomie - zrozumiałe są słowa, zdania, w które się układają oraz wzajemne intencje i sposób myślenia. Możesz tego dokonać za pomocą różnych technik i metod językowych, jak parafrazowanie, klaryfikacja, precyzowanie, podsumowanie wypowiedzi albo wykorzystanie modelu SANGE.

Metafory mają duże znaczenie w tworzeniu klarownego i ciekawego przekazu, o ile odwołują się do doświadczeń odbiorcy. Nie każda wypowiedź musi być jednak zrozumiana przez wszystkich obecnych przy niej osobach. Wpływają na to różnice między rozmówcami - w wieku, doświadczeniach czy poziomie wiedzy. Nie można przy tym zapominać, że zrozumienie ma ogromne znaczenie w komunikacji i umożliwia jej lepszą jakość.