

Egzamin

Kompetencje społeczne i organizacja pracy zespołów

kierunek: informatyka,

grupa: Semestr 3-A

Andrii Stasiuk

1. jak rozumieć podaj style komunikacji

Nasze uosobienie ma niezwykle istotny wpływ na to, w jaki sposób odkieramy i nadajemy komunikaty. Wyzwaniem współczesnej psychologii jest to, by kierować procesem komunikacji w taki sposób, aby przynosił jak najlepsze rezultaty. Chodzi bowiem o to, by komunikować się w odpowiednim stylu.

Mozemy wyróżnić cztery podstawowe style komunikacji: agresywny, asertywny, pasywny oraz pasywnie agresywny.

Agresywny. Osoby o stylu agresywnym, wyrażają swoje potrzeby i opinie bez względu na uczucia i prawa innych. Podnoszą głos, przeklinają, krytykują, owiniają, grożą, są nieuprzejmi, nie słuchają, przerywają, używają zdar "ty" zamiast "ja". Mowa ciała często odzwierciedla ich mowę, będą próbować cię zdominiować, zastraszyć, robić groźne miny, stać zbyt blisko, zaciśkać pięści, patrzeć intensywnie. Osoba o stylu

agresywnym, może zupełnie nie zdawać sobie sprawy, że tak się zachowuje. Często ma niskie poczucie własnej wartości i pod agresją czai się strach. Strach może towarzyszyć jej od dzieciństwa, bo ten styl często kształtuje się w domu rodzinnym, który nie potrafił zapewnić odpowiedniej opieki. Osoba, żeby przetrwać, musiała nauczyć się przekonawać strach w złość. Złość daje siłę, która umożliwiła jej przetrwanie.

Cena za ten styl, jest wysoka. Osoba staje się samotna, nie ma przyjaciół, ludzie się jej boją. Najczęściej sama nie potrafi się zmienić, o wszystko odriną innych, rzadko posiada zdolność krytycznego spojrzenia na siebie samą. Nie jest to wyrok. W terapii osoby potrafią zidentyfikować ten styl i skutecznie go zmieniać. Bez terapii na pewno też się zdarza, aczkolwiek jest utrudnione z powodu samotności i wiary we własną nieomylność.

Pasywny. Osoby o stylu pasywnym nie dają

osię prawa do wyrażania własnych potrzeb i opinii. Po jakimś czasie poczucie krzywdy i żalu nawarstwia się i osoba wykocha w sposób nieadekwatny do sytuacji (przesadny). Po takim wykocie osoba ma poczucie winy i wstydu się swojego zachowania i powraca do poprzedniej, pasywnej fazy. Osoba pasywna zgodzi się na każdy warunek, nie potrafi negować czy wywalczyć czegoś dla siebie, robi mnóstwo rzeczy dla innych nie prosząc o nic w zamian, w konflikcie wyciąga się lub spróbuje natychmiast załagodzić sytuację własnym kosztem. Chyba, że akurat miarka się przeleje, wtedy wykocha zupełnie znienacka i pozornie bez powodu, a potem przeprasza bez końca i unika. Mowa ciała wyraża poddanie, może być przygotiona, że spuszczonym wzrokiem, jej głos jest słaby, przepraszały. Tutaj również mamy do czynienia z niskim poczuciem wartości, które wyraża się przekonaniem "Nie jestem warta niczego", "Nie mam prawa o nic prosić", "Proszę, to wyraz

egoizmu".

Styl pasywny przypłaca się przeładowaniem obowiązkami i stresem, depresją, lekiem, poczuciem braku kontroli nad własnym życiem, nieradzeniem sobie. Osoba może mieć poczucie, że nie wie kim jest, ponieważ stale ignoruje własne emocje i potrzeby. Rozwój jest utrudniony, ponieważ osoba ma ukryty żal do całego świata i uważa, że i tak nie może nim zmienić.

Agresynno-Pasywny. Osoby o tym stylu na zewnątrz wydają się ugodowe i łagodne, w rzeczywistości cały czas sabotują i manipulują. Potocznie nazywamy ich dwulicowymi, uśmiechnięci się do ciebie, jednocześnie kopiąc pod tobą dółek. Nie widzą swojej złości, nie wechodzą nigdy w otwarte konflikty, działają za kulisami, w szarej strefie. Osoby te zwykle są pełne żalu i poczucia bezsilności, ale nie zdają sobie z tego sprawy. Otwarcie mogą mówić i wierzyć, że są bezkonfliktowe i lubią wszystkich ludzi. Bezl.

manrotać do siebie, kiedy są niezadowolone, obgadywać, uśmiechać się, mimo, że widać ich złość. Nie przyznają się do pretensji, tylko powiedzą, że ktoś inny uważa, że takie postępowanie jest nieakceptowalne. Zgodzą się na coś, a potem będą sabotować zadanie. Styl ten powstaje często w środowisku przemocowym lub takim, gdzie osoba była karana za wyrażanie własnej opinii. Ponieważ własne przeżycia i potrzeby nie znikają, musiła wyrazić się w sposób niebezpośredni.

Osoby takie stają się samotne, utwierdzają się w przekonaniu swojej absolutnej bezsilności i z tego powodu trudno im się zmierzyć. Wmawiają sobie, że wszystko jest dobrze i nie widać swych problemów.

Aertywny. Styl zdrowy, bezpośredni, w którym mówimy, czego chcemy w sposób nie naruszający praw innych. Osoba aertywna potrafi przeczerpieć odmówić, powiedzieć, że coś jej się nie podoba,

wyrazić krytykę w nieraniący sposób. Dba o swoje potrzeby, wymagania, emocje. Potrafi poprosić i przyjąć odmowę. Termin asertywność został przeniesiony z kultury amerykańskiej. W Polsce wygląda to, trochę inaczej i w każdym treningu asertywności trzeba, to brać pod uwagę. Na przykład amerykańskie "no means no, czyli nie oznacza nie" nie przyjmuje się w naszej kulturze. U nas trzeba podać powód, czasami zmyślony, odmowy. W treningu SBT dużą uwagę przykłada się do tego, czy stać nas na odmowę w danej sytuacji. Nie zawsze możemy być asertywni i trzeba o tym pamiętać. Jeśli pracujemy od niedawna, szef prosi nas o coś, to niekoniecznie powinniśmy odmówić. Trzeba wziąć pod uwagę inne czynniki. Również nauka odpowiedniego tonu, mowy ciała jest szalenie istotna. Często osobom wydaje się, że są asertywne, a tak naprawdę są agresywne. inny poziom asertywności dozwolony jest u kobiet, inny u mężczyzn. To samo zachowanie asertywne u

meżczyzny podziele uznane za normalne, a u kobiet za agresywne. Statego trudno uczyć się assertywności z książki i to amerykańskiej.

Wymaga to bezpośredniego kontaktu i dostosowania zachowania do konkretnej sytuacji.

## 2. Hierarchia potrzeb Maslowa.

Każdy człowiek ma jakieś potrzeby, i okazuje się, że większość z nich daje się uporządkować od tych najistotniejszych, wynikających z życiowych potrzeb, po te mniej ważne, aktywizowane w drugiej kolejności. Przedstawia się je w formie piramidy potrzeb Maslowa.

Według Maslowa:

- na samym dole piramidy znajdują się potrzeby fizjologiczne, takie jak np. sen, głód czy pragnienie;
- kolejne miejsce zajmują potrzeby bezpieczeństwa, czyli poczucie stabilizacji, posiadanie własnych czterech katów;
- następnie potrzeby, to potrzeby przynależności
- nawiązywanie kontaktu z innymi ludźmi, odczuwanie miłości czy przyjaźni;
- drugie miejsce w hierarchii potrzeb Maslowa zajmują potrzeby uznania, czyli zdobycia odpowiedniej pozycji;

- najwyższa i najważniejsza jest z kolei potrzeba samorealizacji, to znaczy zaspokajanie swoich ambicji.

Maslow jasno podkreśla, że niemożliwe jest spełnienie kolejnej potrzeby bez zaspokojenia wcześniejszej. Czy ma on jednak rację? Jest to kwestia sporna. Wielu ludzi zgadza się z tym podziałem i przyjmuje go jako universalny pogląd, jednak warto się zastanowić, czy rzeczywiście tak jest. Przykładowo, aby rozpoczęć samorealizację, trzeba wcześniej poczuć się uznany, nawiązać kontakty z innymi ludźmi, czy żyć stabilnie? Z pewnością nie.

Dla każdego z nas hierarchia potrzeb Maslowa może ułożyć się w zupełnie inny sposób i spełniać potrzeby w odpowiadającym nam stopniu. Oczywiście, warto traktować ją jako rodzaj podpowiedzi, wskazówki, ale nie powinna być to dla nas jedyna droga do spełniania, gdyż może

się okazać, że na przykład do uzyskania odpowiedniej dla nas pozycji w społeczeństwie wecale nie będziemy potrzebowali przyjaźni.

Nie można więc stwierdzić, że hierarchia potrzeb Maslowa jest bezlepkra, każdy człowiek jest bowiem inny i powinien dostosować ją do swoich potrzeb oraz wymagań. Dopiero wtedy nawiąże głębszego sensu i rzeczywiście pomoże w osiągnięciu kolejnych celów.

3. Co na daje określenie celu SMART.

Aby uczyć się coraz nowszych rzeczy, nie możemy czekać bezczynnie, aż wiedza sama do nas przyjdzie. Samorealizacja to najlepsza inwestycja w samego siebie. Udowodniono, że wyznaczanie sobie celów, zarówno tych życiowych, jak i zawodowych ma pozytywny wpływ na naszą motywację do działania i ciągły rozwój. Jednak ich realizacja, w dużej mierze zależy od właściwego sformułowania oraz zaplanowania działań składających się na jego osiągnięcie. W tym przypadku najlepiej sprawdza się metoda SMART.

Nazwa SMART jest akronimem pięciu angielskich słów: specific, measurable, attractive, realistic, timely defined. Poradko słowo "smart" oznacza sprytny. Wszystko jest to metoda formułowania "spritnych" celów, dzięki której są większe szanse na ich realizację. Poszczególne słowa oznaczają jednocześnie cechy, jakie powinny zostać przypisane do danego

celu. SMART zakłada, że odpowiednie wyrażenie celu jest kluczem do sukcesu i jednocześnie podpowiada, jak w prosty sposób go osiągnąć.

Według metody SMART, aby właściwie skonstruować cel, musimy określić go według pięciu wytycznych:

Specyficzny, czyli sprecyzowany. Cel nie może być zbyt ogólnikowy. Wielkość celów życiowych czy postanowień noworocznych ma właśnie taki charakter. Niestety również często zdarza się, że w przypadku celów w firmie. Powiedzenie sobie: chce schudnąć lub musimy zwiększyć sprzedaż, nie jest konkretnym przekazem, przez co trudniej nam to osiągnąć. Tutaj pomocne mogą okazać się odpowiedzi na trzy pytania: co chce osiągnąć?, po co chciałbym to osiągnąć? oraz jak chce to osiągnąć?. Na podstawie odpowiedzi łatwiej zdefiniować cel oparty na konkretnych liczbach czy wielkościach. Założenia: do końca maja chce schudnąć 4 kilogramy lub do końca roku

planujemy zwiększyć sprzedaż naszych usług o 10% w stosunku do stanu obecnego, są jak najbardziej zgodne z pierwszą literą metody SMART.

Measurable, czyli mierzalny. Dobrze określony cel to taki, w przypadku którego będziemy dokładnie wiedzieć, czy został już osiągnięty.

Ważne jest również to, aby móc na bieżąco monitorować jego etapy, w ten sposób łatwiej będzie nam zauważać osiągnięte postępy. Tutaj plany w stylu: odłożyć na wyjazd na Bali czy zwiększyć przychody firmy zdecydowanie się nie sprawdza. Celem może być: odłożyć 6000 złotych, które przeznacze na wakacje na Bali albo zwiększyć przychody naszej firmy o 15%.

W odcz przypadekach zarówno postępy, jak i samo osiągnięcie celu można łatwo zmierzyć.

Attractive, czyli atrakcyjny. Ten punkt dotyczy przede wszystkim motywacji do realizacji wyznaczonego celu. Powinien on niesie wyzwanie

oraz koniecznie nauczyć nas czegoś nowego. Cel nie może być zbyt łatwy, gdyż jego realizacja nie przyniesie nam satysfakcji. Dobre gody wymaga czasu, lekkich poświęceń czy sprawia trudności. Tym większa będzie nasza radość z jego osiągnięcia. Jeśli określisz atrakcyjność celu i zauważysz korzyści płynące z jego osiągnięcia, będzie to najlepsza motywacja. Tutaj przydatnym narzędziem może być skonstruowanie tabeli zysków i strat związanych z osiągnięciem celu.

Realistic, czyli realny. Nasz cel musi być przed wszystkim możliwy do osiągnięcia. Przy jego planowaniu należy wziąć pod uwagę czas, siły oraz zasoby jakie posiadamy. Jeśli naszym zamierzeniem jest oddalenie danej sumy pieniędzy, to musimy zarabiać na tyle, aby po wszystkich niezbędnych wydatkach, zostało nam trochę pieniędzy na oddalenie. Plany można mieć wiele, ale jeśli są nerealne, to bardziej zniechęcają niż motywują nas do działania. Stądż cel powinien być określony indywidualnie, na podstawie naszych

możliwości.

Time-based, czyli określony w czasie. Cel, który określamy, musi mieć konkretną datę, do jakiej chcemy go zrealizować. Tutaj właściwe będzie sformułowanie: chcę schudnąć 5 kilogramów do końca przyszłego miesiąca. W ten sposób nie tylko mobilizujemy się do działań, ale również usprawniamy sobie pracę poprzez możliwość ustalenia harmonogramu czy etapów działań.

4. Czym się charakteryzuje pytania zamknięte podaj 10 przykładów.

Najczęściej na pytania zamknięte można udzielić krótkiej, precyzyjnej odpowiedzi albo po prostu używając „Tak” albo „Nie”. Odpowiedzi na takie pytania zawierają jedynie informacje, o której pytano i prowadzą do powstania pomiędzy rozmówcami jednoznacznego stanowiska.

Przy pomocy tych pytań szybciej można doprowadzić w rozmowie do podjęcia decyzji, albo też uzyskać przejrzystość zajmowanych stanowisk i punktów widzenia. Pytania zamknięte dają o jasność.

Pytania zamknięte zaczynają się często od „czy”.

Poniżej kilka przykładów:

„Czy zgadzasz się z tym?”

„Czy posiadamy wystarczającą ilość informacji na ten temat?”

„Jaki termin proponujesz?”

„Czy możesz to potwierdzić?”

„Czy na początek wystarcza wam te wyjaśnienia i informacje?”

„Czy możemy uznać ten punkt za wyjaśniony?”

„Czy poleciałby Pan nasze usługi swoim znajomym?”

„Czy chciałby Pan w przyszłości ponownie odwiedzić nasz hotel?”

„Czy kupiłeś wyposażenie domowe w ciągu ostatnich 6 miesięcy?”

„Czy uważasz, że stopa dyskontowa jest za wysoka?”

Teraz rodzaj pytań szczególnie nadaje się do tego, aby:

- sprawować decyzje,
- zakończyć temat składowy rozmowy, jeden z jej aspektów,
- stworzyć struktury,
- uzyskać jednoznaczne stanowisko od członków

grupy,

- zahamować „flowotok”.

Dzięki tym pytaniom można znakomicie pokierować rozmowę. Umożliwiają one podejmowanie jasnych postanowień i decyzji, gromadzenie faktów oraz dochowanie eventualnego harmonogramu.

Pytania zamknięte należy zadawać oszczędnie, ponieważ ograniczają możliwość ofszerniejszej odpowiedzi. Zadawane często utrudniają otwartą wymianę zdari.

5. Czym jest metoda FUKOZ.

Złość jest naturalnym uczuciem i jak inne uczucia nie podlega ocenie moralnej jako dobre czy złe. Oznacza to, że należy ją zaakceptować w odróżnieniu od agresywnego zachowania przez nią generowanego - emocje wyrażamy, zachowanie kontrolujemy. Konstruktywne wyrażanie złości nie jest naturalna umiejętności - w sytuacji frustracji, konfliktu ludzie prezentują zazwyczaj postawę uległa bądź agresywna. Umiejętność assertywnego komunikowania trudnych emocji (wyrażanie swoich uczuć wobec innych osób), zwana tu FUKOZ, to najwyższe stadium kontroli złości, poprzedzone identyfikowaniem złości.

Metoda FUKOZ, czyli jak mówić o swoich negatywnych emocjach w związku z czyniąc niewłaściwym zachowaniem nie obrażając innych i zachowując własną godność.

Fakty, czyli to co rzeczywiście zaobserwowaliśmy ("zobaczyłem", "usłyszałem", "poczułem"). Bez

wyciągania pochopnych wniosków i snucia przypuszczeń. Po prostu rozwarcie sytuacji. Słyszę, że rozmawiacie...

Uzucia, czyli to co towarzyszy faktom, co fakty wytwarzają. Nie ma potrzeby o nich mówić w sytuacjach oficjalnych (praca, szkola, urząd, itp.), aby nie okazać braku profesjonalizmu, słabości. Mówimy o nich w relacjach z bliskimi.

Konsekwencje, czyli następstwa istotne z naszego punktu widzenia i z uwagi na cel, jaki chcemy osiągnąć. Bezpośrednie następstwa. „Dlatego wracam się do Ciebie”

Oczekiwania, czyli informacja o tym, czego chcemy ("oczekuję", "zależy mi na", "liczę na to, że").

Ważne, żeby był to komunikat "ja", a nie rozkaz. „Liczę na to, że skończycie rozmowę”

Zaplecze, czyli nasz argument. Zaczyna się od słowa "bo" i uzasadnia nasze oczekiwania.

Wynika z przepisów prawnych, zawartej umowy,

kontraktu, zwyczaju, itp.: „o w kontrakcie zobowiązaliście się do słuchania nauczyciela podczas lekcji”. Zaplecze jest konieczne, jeśli go nie ma, trzeba je najpierw zbudować (zanim przystapi się do formułowania oczekiwani). Czyli np. zawrzeć ten kontrakt, podpisać umowę.