

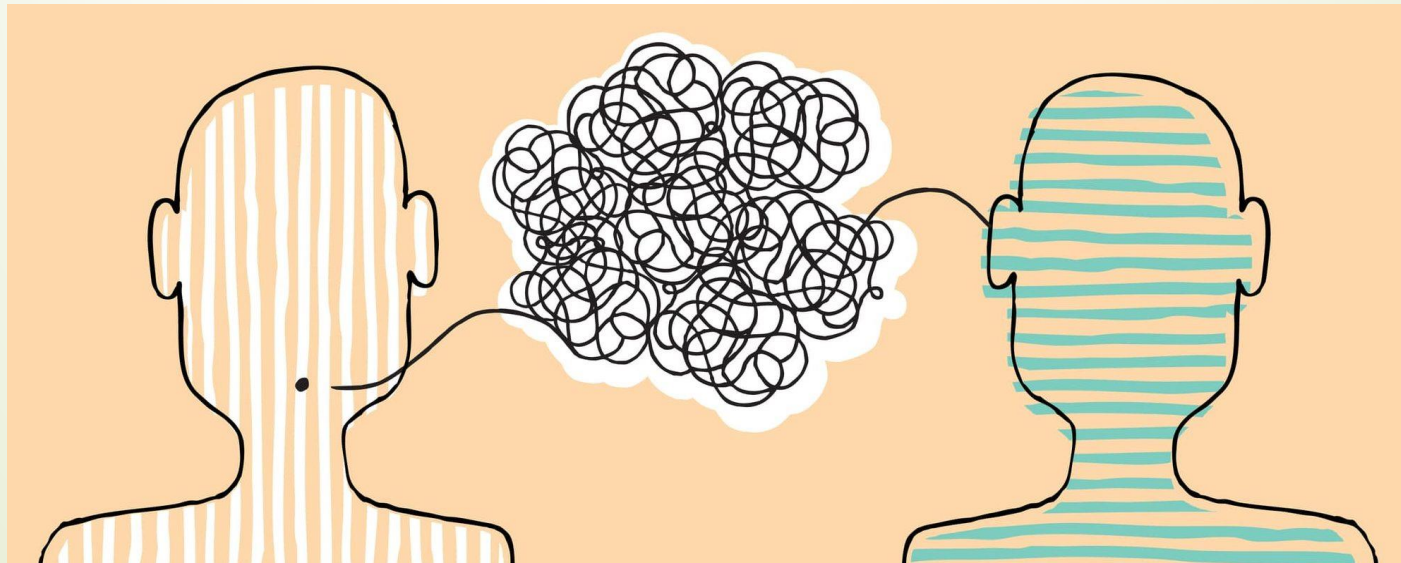
Komunikacja społeczna,  
interpersonalna. Przebieg procesu  
komunikacji.




Samo słowo **komunikacja** wywodzi się z łaciny od czasownika *communicare*, czyli „czynić wspólnym”, który z kolei pochodzi od przymiotnika *communis*, czyli wspólny, dającego początek słowu komuna, wspólnota

Komunikacja jest podstawą egzystencji każdej grupy i organizacji. W jej skład wchodzi przekaz i rozumienie znaczenia, dzięki którym zaspokajają główne funkcje w organizacji, między innymi informowanie, kontrolowanie czy motywowanie.

Efektywność działania jest silnie związana z jakością komunikowania się w organizacji. Podobnie źródłem wielu konfliktów i problemów może być zła, nieefektywna komunikacja. Efektywna komunikacja, podobnie jak i inne tzw. miękkie umiejętności menedżerskie są niezwykle ważne w wykorzystaniu w pełni kapitału ludzkiego organizacji.





Głównym celem komunikacji w środowisku pracy jest utworzenie odpowiednich warunków umożliwiających:

- stymulowanie kreatywności i efektywności członków organizacji,
- rozwój kultury organizacyjnej, opierającej się na powszechnie akceptowanych wartościach i zasadach,
- uwrażliwienie kadry kierowniczej na potrzeby i uwagi pracowników,
- usprawnienie komunikacji i budowanie klimatu porozumienia między przełożonymi i podwładnymi oraz pomiędzy samymi pracownikami,
- wzrost motywacji pracowników dzięki przekazywaniu zrozumiałych, prawdziwych informacji,
- zmniejszenie oporu pracowników wobec zmian poprzez przygotowanie ich do nich i zrozumienie ich .

Na ogół przyjmuje się, że **komunikowanie to przekaz informacji (wiadomości) od nadawcy do odbiorcy, realizowany przy pomocy różnorodnych kodów komunikacyjnych w określonej sytuacji**<sup>2</sup>. Komunikować coś, to tyle co informować, powiadamiać.

### **Komunikacja społeczna**

- proces porozumiewania się i przekazywania informacji pomiędzy jednostkami, grupami.





Komunikowanie się to proces wymiany informacji. Mogą to być: fakty, myśli, uczucia. Sposób ich przekazywania to mowa (komunikacja werbalna wraz z intonacją), gesty (komunikacja niewerbalna), symbole obrazkowe, symbole pisma.

## *SPOSOBY KOMUNIKACJI*

### **KOMUNIKACJA USTNA**

formalne rozmowy, dyskusje  
lub nieformalne sieci plotek i  
pogłosek

### **KOMUNIKATY PISEMNE**

notatki, listy,  
poczta elektroniczna, telefaksy,  
biuletyny wewnętrzne

### **KOMUNIKACJA NIEWERBALNA**


ruchy ciała, intonacja lub akcentowanie  
słów, wyraz twarzy i fizyczna odległość  
pomiędzy nadawcą a odbiorcą



Ze względu na stosowane znaki i kody komunikowanie dzieli się na:

- 1.– **werbalne** (cyfrowe): forma ustna, forma pisemna;
- 2.– **niewerbalne** (analogowe): kinezjetyka (związana z ekspresją twarzy i mową ciała), parajęzyk (cechy wokalne: ton, barwa, wysokość, natężenie głosu, tempo mówienia), autoprezentacja (wygląd fizyczny, ubranie, fryzura, makijaż, budowa ciała), haptyka (dotyk, uścisk dłoni, pocałunki, poklepywanie), proksemika (relacje przestrzenne, dystans), chronemika (czas), elementy otoczenia (temperatura, oświetlenie, hałas).

Ważny jest też podział procesu komunikowania ze względu na cel przekazu. Wyróżnia się tu komunikowanie **informacyjne** oraz **perswazyjne**



1. **Komunikowanie informacyjne** – jego podstawowym celem jest kreowanie wzajemnego porozumienia i zrozumienia między uczestnikami, dzielenie się wiedzą, wyjaśnianie i instruktarz, przy założeniu, że nadawca nie ma intencji wpływania na postawy odbiorców.

2. **Komunikowanie perswazyjne** – jego podstawowym narzędziem jest perswazja jako technika wpływania, oczarowywania, nakłaniania, tłumaczenia, przy czym obiektem perswazji może być jednostka, idee, wartości czy przedmioty, zjawiska. Wszystko co można wartościować na płaszczyźnie intelektualnej, moralnej, emocjonalnej. Komunikowanie perswazyjne tym się różni od informacyjnego, że przedmiotem wymiany nie jest obiektywna, rzetelna informacja, a celem ustalenie prawdy. Zasadniczą wartością jest takie oddziaływanie na odbiorcę, by nakłonić go do akceptacji postaw zgodnych z intencją nadawcy, bez stosowania nacisków.



## Poziomy komunikowania w społeczeństwie wg. McQuaila

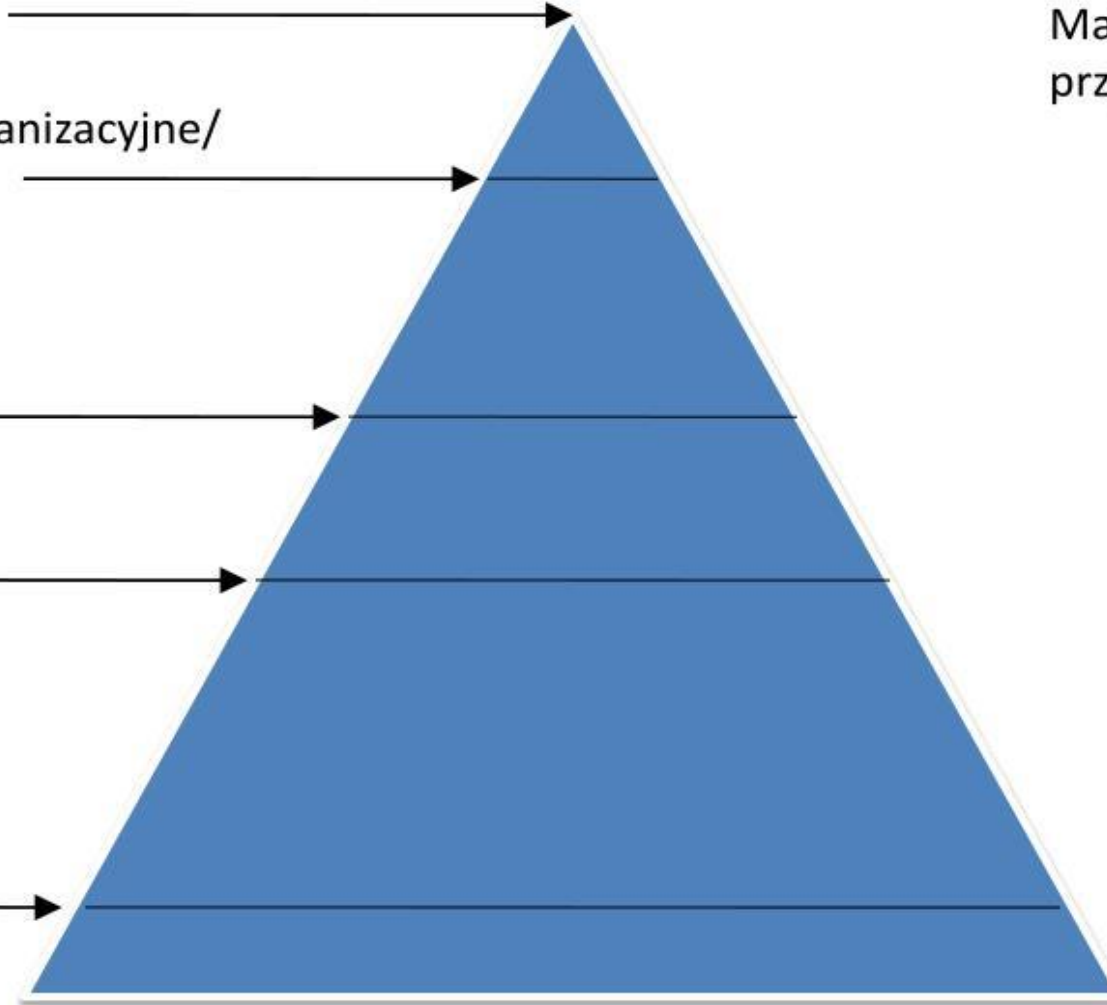
Komunikowanie  
masowe

Komunikowanie organizacyjne/  
instytucjonalne

Komunikowanie  
międzygrupowe


Komunikowanie  
grupowe

Komunikowanie  
interpersonalne  
Komunikowanie  
intrapersonalne



Mało  
przypadków


Dużo  
przypadków



Podstawą tej piramidy jest komunikowanie **intrapersonalne** rozumiane jako przetwarzanie informacji przez centralny układ nerwowy człowieka. Mamy tutaj do czynienia z procesem biologiczno-psychicznym, w którym jednostka reaguje na swoje potrzeby (np. głód), dokonuje autorefleksji bądź analizy informacji i wiedzy docierającej z zewnątrz.

Komunikowanie **interpersonalne** z kolei dotyczy porozumiewania się między jednostkami i obejmuje porozumiewanie się werbalne oraz niewerbalne, a także wszelkie aspekty związane z psychologią różnic indywidualnych, a więc wpływem osobowości, cech temperamentu czy poziomu inteligencji na sposób wyrażania i przyjmowania komunikatów

W komunikowaniu **grupowym** z kolei chodzi o interakcje wewnątrz, na przykład rodziny czy plemienia, a więc w ramach takich komórek, w których zaczyna się zarysowywać wyraźnie kwestia bezpośrednich powiązań, hierarchii, norm i zakazów



Na kolejnym poziomie drabiny pojawia się komunikowanie **międzygrupowe** charakterystyczne dla większych grup, jak na przykład wspólnoty lokalne, stowarzyszenia czy zrzeszenia, w których nie wszyscy członkowie mają bezpośrednią styczność z sobą, co może rodzić problemy związane z kontrolą i skutecznym przepływem informacji.

Przedostatnim elementem drabiny jest komunikowanie **organizacyjne** (instytucjonalne) mające charakter sformalizowany z jasno zdefiniowaną władzą i rolami, zaś najwyższy poziom komunikowania w społeczeństwie to komunikowanie **masowe**, w które zaangażowane są rzesze ludzi, uczestniczących w tzw. publicznej sieci komunikacyjnej, opartej głównie o media masowe

**Komuniacja interpersonalna** - najniższy poziom komunikowania społecznego; wymiana informacji pomiędzy 2 jednostkami.

Komunikacja interpersonalna to sposób porozumiewania się co najmniej dwóch osób (tzw. interlokutorów, rozmówców), polegający na wzajemnym wysyłaniu i odbieraniu komunikatów werbalnych i pozajęzykowych. Komunikację interpersonalną inaczej nazywa się *rozmową*. Jej celem jest nawiązanie interakcji pozwalającej na wymianę: informacji, emocji, myśli. W rozmowie biorą udział *nadawca* i odbiorca, którzy tworzą i analizują komunikaty, przygotowane w zrozumiałym dla obu stron kodzie i przesyłane specjalnym kanałem. Komunikacja interpersonalna wraz z komunikacją intrapersonalną i komunikacją masową należą do komunikacji społecznej.

## Komunikacja Interpersonalna

Proces komunikacji





Od lat komunikacja interpersonalna ulega zmianie. Technologia wciąż się rozwija, a sposób przekazu informacji, przybierają zupełnie nowe formy. Jak podaje psycholog Magdalena Miotk-Mrozowska - "Ewoluowała z bezpośredniej rozmowy, poprzez list i telefon stacjonarny, telewizję i radio, aż do telefonów komórkowych, komputera i innych urządzeń multimedialnych...".Zachodzące w dalszym ciągu zmiany umożliwiają społeczeństwu łatwiejszy oraz szybszy proces komunikacji. Obecnie tradycyjny sposób porozumiewania się, wypierają *mass media*.

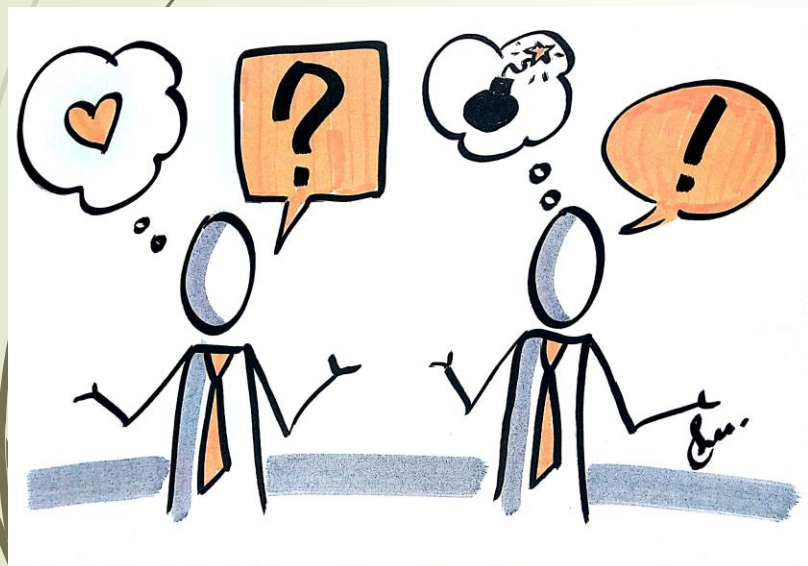
**Komunikacja przez Internet** zasadniczo różni się od tej, z którą spotykamy się na co dzień. Zazwyczaj w sieci nie widzimy naszego rozmówcy, jego mimiki, gestykulacji ani nawet nie słyszymy barwy i tonu jego głosu. Komunikacja internetowa wykształciła swoją własną specyfikę i rządzi się w znacznej mierze swoimi prawami.

#### **Najważniejsze cechy komunikacji przez Internet**

- Różnorodność społeczna
- Brak ograniczeń terytorialnych
- Brak ograniczeń czasowych
- Anonimowość
- Ograniczenie postrzegania zmysłowego
- Zapisywanie rozmów w archiwum







Proces komunikacji interpersonalnej przebiega nieustannie, ponieważ ludzie nadają określone komunikaty nie tylko poprzez słowa i gesty ale również przez zachowanie i postawę ciała. Komunikowanie dzieli się na:

- **jednokierunkowe** - w sytuacji gdy nadawca komunikatu nie oczekuje od odbiorcy informacji zwrotnej; należy jednak pamiętać, że nawet gdy odbiorca nie przekazuje informacji zwrotnej w postaci komunikatu werbalnego, informację taką może stanowić również fakt, że odbiorca śmieje się, marszczy brwi lub ziewa.

- **dwukierunkowe** - kiedy odbiorca przekazu nadaje komunikat zwrotny w formie pytań, odpowiedzi lub komentarzy dotyczących komunikatu nadawcy.

## KOMUNIKACJA JEDNOKIERUNKOWA



W przypadku jednokierunkowych pętli komunikacyjnych mogą pojawiać się nieporozumienia lub niedokładności w przekazie, ze względu na to, że nadawca nie jest w stanie stwierdzić, czy nadawany przez niego komunikat jest właściwie odbierany.

Z tego powodu, końcowy etap procesu komunikacji powinien zawierać element *sprzężenia zwrotnego*, który umożliwia nadawcy sprawdzenie, czy zostało osiągnięte porozumienie, czyli czy odbiorca właściwie zrozumiał przekazywaną mu informację.

## KOMUNIKACJA DWUKIERUNKOWA



Informacja zwrotna udzielana przez odbiorcę może pomóc nadawcy w sprecyzowaniu komunikatu lub doborze innego słownictwa czy wyborze innego sposobu przekazywania informacji w celu dostosowania komunikatu do możliwości jego odbioru.

Wysyłanie informacji zwrotnych daje też nadawcy możliwość monitorowania przebiegu procesu komunikacyjnego, co umożliwia korektę błędów wynikłych z braku kontekstu, luk w przekazywanej treści czy słów dwuznacznych, na bieżąco, tak, aby nie pogłębiało się niezrozumienie ze strony odbiorcy.

Monitorowanie procesu porozumiewania się umożliwia kontrolę strat, nadmiarów i wypaczeń występujących między komunikatem na wejściu i na wyjściu.



Proces komunikacji interpersonalnej składa się z trzech nieodłącznych od niego ogniw:

1. **nadawca** czyli osoba emitująca komunikat
2. **odbiorca** czyli osoba, do której komunikat jest skierowany
3. **kod** czyli sposób w jaki informacja jest przekazywana (np. werbalny)



Należy pamiętać, że wzajemną relację oraz bliskość budujemy głównie podczas kontaktów bezpośrednich i fizycznej obecności, gdzie podstawowym medium komunikacyjnym jest ludzkie ciało.

Ciało człowieka jest także najważniejszym przekaznikiem kodów prezentacyjnych, mających różnorakie znaczenia, a których nie jesteśmy w stanie przekazać inaczej niż podczas bezpośredniej formy kontaktu. Kody te dostarczają informacje "tu i teraz", a zatem nie mają zastosowania w innej relacji niż "twarzą w twarz".







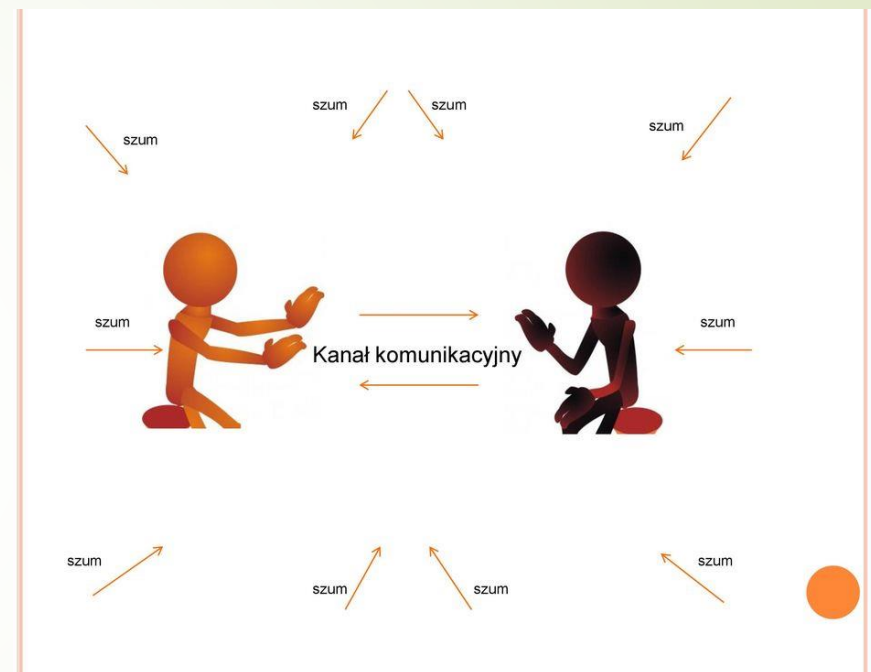
## Mechanizmy składające się na proces komunikacji interpersonalnej

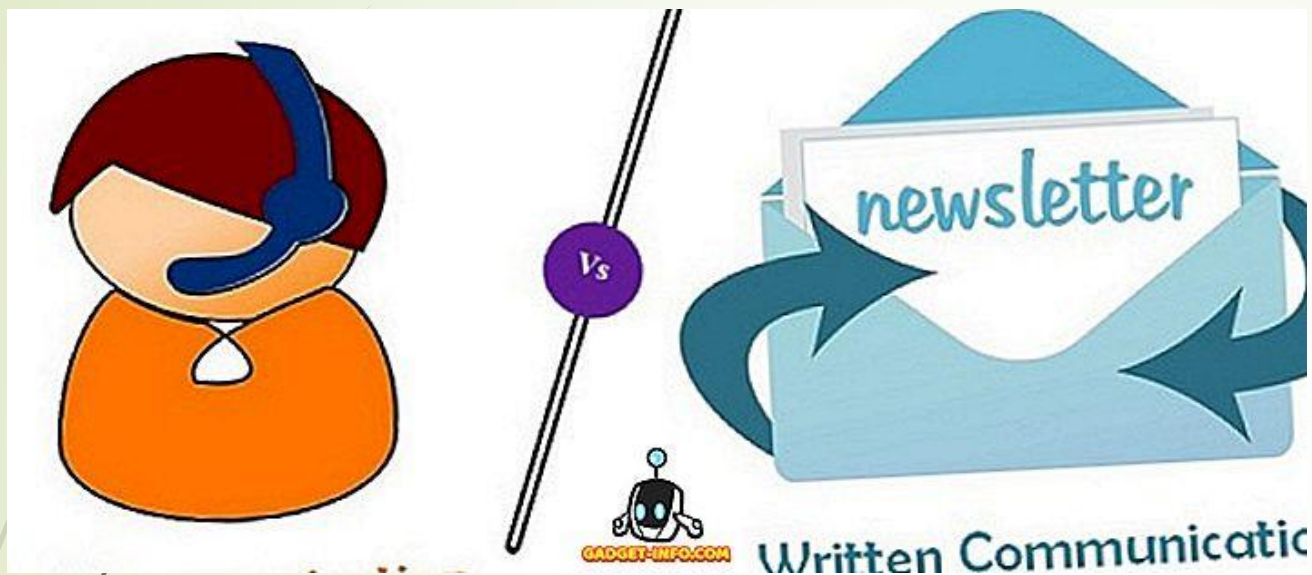
- **myśl** - pojawia się u nadawcy i wzbudza dążenie do przekazania jej
- **zakodowanie** - w celu przekazania treści myśli należy ją zakodować z użyciem symboli (dźwięków, liter), które umożliwią jej przekazanie
- **rozkodowanie** - w celu zrozumienia przekazu, odbiorca "wyłuskuje" treść przekazu z kodu użytego przez nadawcę i umieszcza ją we własnych myślach, aby umożliwić poddanie jej następnie własnym procesom umysłowym - przypomina to nieco proces translacji: z języka kodu na język myśli odbiorcy
- **kanał** - to środek przekazywania informacji od jednej osoby do drugiej, jest on nieodłączną formą komunikatu.

**Kanał komunikacyjny** jest jednym z elementów składających się na proces komunikacji. Jest środkiem umożliwiającym przenoszenie komunikatu.

**Służy do przesyłania informacji od źródła do adresata.** Jest pewnego rodzaju połączeniem, pozwalającym na komunikację pomiędzy dwoma uczestnikami, bądź też grupą uczestników.

**Inaczej mówiąc to sposób porozumiewania się nadawcy i odbiorcy.**





Sam kanał nie wystarczy jednak do poprawnej komunikacji, dlatego potrzebne są również odpowiednie media.

Istnieją dwa zasadnicze kanały komunikacyjne: ustny i pisemny.

Komunikowanie ustne zazwyczaj występuje w małym zespole, przez telefon, są to wszelkiego rodzaju wystąpienia publiczne. Komunikowanie ustne dzielimy na:

- Bezpośrednie – "twarzą w twarz", negocjacje, obrady,
- Pośrednie – przy użyciu telefonu, komputera.

**Media ustne** to tradycyjne rozmowy twarzą w twarz, rozmowy telefoniczne, przemówienia, prezentacje, i spotkania. W dzisiejszych czasach media ustne uwzględniają technologiczne rozwiązania, takie jak wiadomości głosowe, telekonferencje, videokonferencje i wiele innych.



Główną zaletą ustnego kanału komunikacyjnego jest możliwość uzyskania natychmiastowej odpowiedzi. Główną wadą takiego sposobu komunikowania się, jest bardzo ograniczona możliwość korygowania wypowiedzianej wiadomości. Podczas rozmów, spotkań czy przemówień, nie da się wykasować wypowiedzianego już zdania.



**Media pisemne** mają w dzisiejszych czasach wiele form, zarówno tradycyjnych jak i elektronicznych. Najczęściej używane media to listy, notatki, e-maile, komunikatory, faksy i strony internetowe.



Główną **zaletą** tej komunikacji jest to, że wszystkie wiadomości można zaplanować i kontrolować. **Wadą** jest jednak to, że traci się możliwość uzyskania natychmiastowej odpowiedzi, i druga strona również może zaplanować i kontrolować swoją odpowiedź, przez co taki rodzaj komunikacji może być często mniej efektywny. Nie mamy także możliwości wychwycenia gestów niewerbalnych. Często występuje większa ilość fałszywych lub mylących informacji.



Nadawca

Odbiorca

Intencja

(po co, coś mówimy?)



Przekaz

(spokojny, prosty, jasny)



Odbiór

(potrzebna pokora)




Interpretacja

(potrzebna empatia)

informacja zwrotna


(czy dobrze zrozumiałem, że chodzi Ci o ... ?)






• **intencja** – nadawca chce coś przekazać. Uczestnicy komunikacji zazwyczaj zdają sobie sprawę z tego co chcą zakomunikować. Mówimy wówczas o świadomości intencji komunikacyjnej. Intencją może być też dążenie do zaspokojenia potrzeb rozmówcy, np. potrzeby bycia poinformowanym. Występuje również zjawisko ukrywania, maskowania intencji, jest to działanie świadome i polega na sugerowaniu intencji, których się nie posiada;

• **kodowanie** – nadawca musi ująć intencję w treść i formę, przemyśleć jak powiedzieć, jakiego słownictwa użyć, a może wykonać tylko gest, który odzwierciedli intencję. Wybrana przez nadawcę treść i forma komunikatu może lepiej lub gorzej służyć wyrażeniu intencji. Na trafność tego wyboru wpływ mają liczne czynniki, m.in. to jak spostrzega się odbiorcę komunikatu, jakie są cechy sytuacji komunikacyjnej, czy i w jakim stopniu można przewidzieć reakcje odbiorcy.

- 
- **przekaz** – zawartość rzeczowa, merytoryczna wypowiedzi;
  - **dekodowanie** – jest związane z aktywnością intelektualną odbiorcy, który na ogół dokłada starań, by prawidłowo odczytać treść przekazu. Dekodowanie odbywa się na podstawie dostarczonych sygnałów werbalnych i niewerbalnych, to jak zostaną one odebrane zależy od koncentracji na nich uwagi odbiorcy. Naturalną rzeczą jest selektywny odbiór sygnałów. Uwaga odbiorcy jest skierowana nie tylko na te elementy wypowiedzi, które uznaje on za potrzebne, ale również na te, które wyeksponował nadawca komunikatu, te które są intensywniejsze, a zatem łatwiej zauważalne. Trafne odkodowanie wiadomości wymaga też posługiwania się kodem, użytym przez nadawcę;



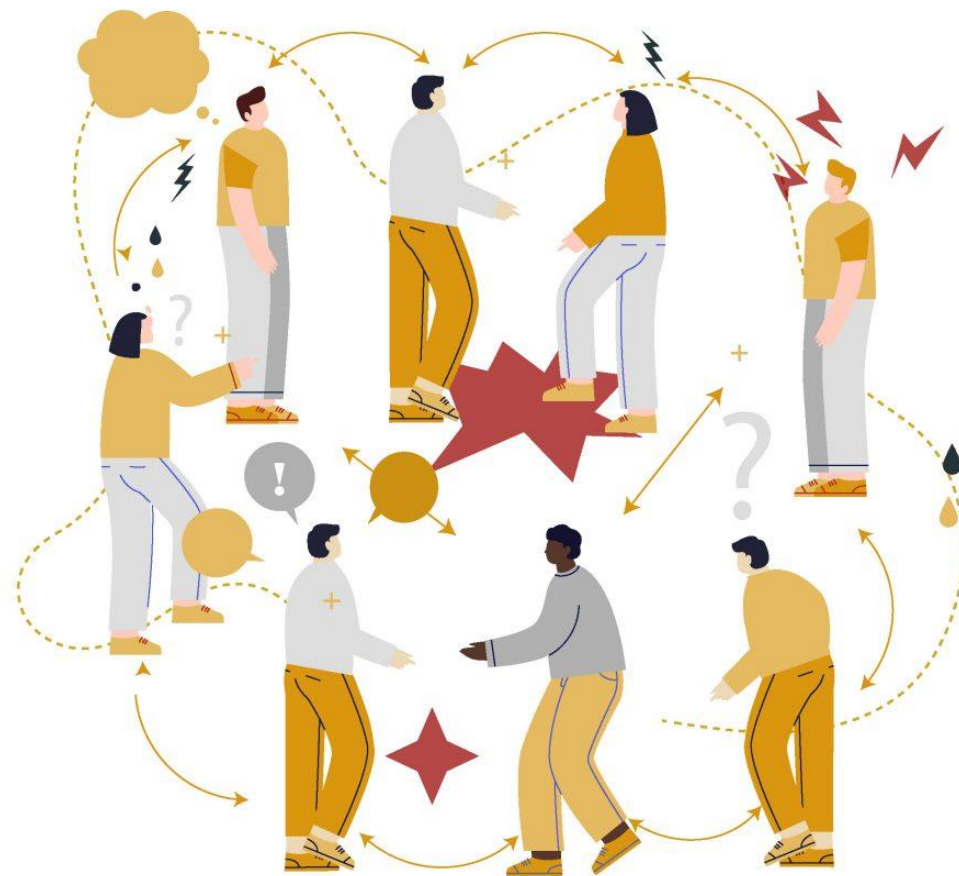
•**interpretacja** – odbiorca wyraża własną interpretację przekazu, to znaczy, nie reaguje na przekaz nadawcy, lecz na to, co z tego przekazu zrozumiał. Podstawą interpretacji jest tzw. kapitał intelektualny i kulturowy odbiorcy komunikatu, tworzony przez wiedzę, doświadczenie, pozycję w strukturze społecznej, cechy demograficzne takie, jak: płeć, zawód, wiek, miejsce zamieszkania. Wyobrażenie odbiorcy o intencjach nadawcy jest właśnie interpretacją komunikatu (element ten w procesie komunikacyjnym może być określany jako sprzężenie zwrotne). Ten element w procesie komunikowania jest źródłem wielu nieporozumień, niejednokrotnie bowiem nadawca komunikatu utrzymuje, że coś powiedział i oczekuje, że odbiorca to coś usłyszał, zrozumiał. Jednak – podkreślmy to raz jeszcze – odbiorca odnosi się jedynie do własnej interpretacji wiadomości, a nie do wiadomości jako takiej<sup>3</sup> .





## Bariery komunikacyjne:

- a) czynniki zewnętrzne – hałas, upał, zmęczenie, odmienne języki czy slangi, silne emocje, sprzeczność komunikatów werbalnych i niewerbalnych,
- b) wina odbiorcy i nadawcy – różnice światopoglądowe, zbyt dużo informacji, brak współpracy → uprzedzenia.

### Bariery komunikacyjne





- 
- 
- **Filtrowanie** - zamierzone manipulowanie informacją, żeby odbiorcy wydawała się korzystniejsza.
  - **Selektywna percepcja** - odbieranie komunikatów na podstawie tego, co się selektywnie widzi i słyszy w zależności od swoich potrzeb, motywacji, doświadczenia, pochodzenia i innych cech osobistych.
  - **Przeciążenie informacyjne** - kiedy ilość informacji, z którą dana osoba ma do czynienia, przekracza jej zdolność przetwarzania.
  - **Emocje** - komunikaty są często różnie interpretowane w zależności od tego, czy jest się wesołym, czy smutnym w chwili odebrania komunikatu.
  - **Język** - słowa mają różne znaczenie dla różnych ludzi. Odbiorcy będą się posługiwać własnymi definicjami komunikatów.
  - **Niepokój komunikacyjny** - nadmierny niepokój odczuwany przy konieczności kontaktów twarzą w twarz.