

## Komunikacja interpersonalna

Funkcjonując w społeczeństwie, ciągle wysyłasz i odbierasz różne komunikaty. Używasz do tego celu nie tylko mowy, lecz także gestów, mimiki czy nawet ubioru. Twoje komunikaty oddziałują na innych ludzi, z kolei przekazywane przez nich informacje wpływają na Ciebie.

Każdy z nas przynależy do większych i mniejszych społeczności (rodzinnej, szkolnej, zawodowej, grupy przyjaciół) i ciągle uczestniczy w procesie komunikacji interpersonalnej, która polega na wymianie informacji między osobami. We współczesnym świecie bardzo często komunikacja między ludźmi zachodzi na znaczną odległość za pomocą telefonu lub internetu. Nie oznacza to jednak, że bezpośredni kontakt z rozmówcą jest mniej ważny. Bywa nawet, że jest on kluczowy dla powodzenia przedsięwzięcia.

Rozmówcy porozumiewają się za pomocą słów, czyli uczestniczą w **komunikacji werbalnej**. Towarzyszy jej zazwyczaj **komunikacja niewerbalna**, a więc wymiana informacji za pomocą tonacji i modulacji głosu, mimiki, gestów, postawy ciała, wyglądu. Informacja przekazana od nadawcy do odbiorcy zarówno w formie werbalnej, jak i niewerbalnej to **komunikat**. Przepływ informacji działa w obie strony; odbiorca informacji również wysyła swoje komunikaty.

## Komunikacja werbalna

Niezwykłym środkiem komunikacji, właściwym tylko człowiekowi, jest **mowa**. Większość dźwięków wydawanych przez zwierzęta komunikuje proste stany emocjonalne, natomiast ludzka mowa umożliwia informowanie innych również m.in. o zdarzeniach zewnętrznych (np. w formie opowiadania). Słów używamy świadomie, łącząc je za pomocą reguł gramatycznych występujących w danym języku.

Umiejętne używanie mowy jest niezwykle ważne. Na przykład trzeba pamiętać o tym, że wymogiem społecznym jest wypowiedzianie się w uprzejmej formie. Dzięki przestrzeganiu tej zasady można uzyskać lepsze rezultaty. Na przykład, kiedy przełożony potrzebuje, aby pracownik został w pracy dłużej, jego prośba sformułowana w ten sposób: *Proszę, pomóż mi dzisiaj wypełnić te papiery. Jeśli tego nie zrobimy na jutro, firma może mieć problemy* zdziała na pewno więcej niż nakaz: *Musisz zostać dzisiaj dłużej w pracy, inaczej jutro będziemy mieć problemy*. Ponadto, rozmawiając z innymi, należy posługiwać się wspólnym zasobem słów (zrozumiałym w danym kręgu zawodowym lub towarzyskim). Dzięki temu konwersacja będzie udana.

## **Komunikacja niewerbalna**

Nie zawsze jesteśmy świadomi faktu, że w kontaktach z innymi wysyłamy i odbieramy komunikaty niewerbalne. Do sygnałów niewerbalnych, którymi posługujemy się w rozmowach, należą: mimika, spoglądanie, kontakt wzrokowy, głos, dotyk, zachowanie przestrzenne i wygląd.

**Mimika** to sposób wyrażania naszych uczuć za pomocą wyrazu twarzy. Inna mimika towarzyszy okazywaniu gniewu, inna – okazywaniu strachu czy smutku.

Oprócz mimiki istnieje szereg innych sygnałów niewerbalnych. Zostały one omówione poniżej.

**Spoglądanie** wskazuje, na co rozmawiający zwraca uwagę. Otwiera swojego rodzaju kanał, dzięki któremu następuje przepływ innych niewerbalnych sygnałów, zwłaszcza mimicznych. Ludzie mają w zwyczaju częściej spoglądać na osoby, które lubią lub które im się podobają.

**Kontakt wzrokowy** świadczy o zainteresowaniu i szacunku dla rozmówcy. Zalecane jest, aby w trakcie ważnych spotkań utrzymywać kontakt wzrokowy przez około 80–90% czasu trwania rozmowy. Krótszy czas może zostać zinterpretowany jako dowód na to, że rozmówca odczuwa dyskomfort i brak mu pewności siebie lub jest znudzony. Z kolei dłuższe spojrzenie może sugerować zbytnią bezpośredniość.

**Głos** oddaje stan emocjonalny, jest go trudniej kontrolować niż mimikę. Głos charakteryzują: głośność, tempo, ton, barwa, wymowa, artykulacja i akcent. Można nimi sterować – w celu wywierania określonego wrażenia.

**Gesty (gestykulacja)** polegają na poruszaniu ciałem, zwłaszcza rękami i głową. Zazwyczaj towarzyszą mowie, z którą są skoordynowane i którą dopełniają.

**Dotyk** jest uważany za silny sygnał społeczny, dlatego reguły dotyczące jego stosowania są ściśle określone. Czym innym jest dotyk związany z podaniem sobie ręki na przywitanie, a czym innym – trzymanie się za rękę przez bliskie sobie osoby. Jedne kultury są uważane za bardziej „kontaktowe” (np. południowoamerykańska, gdzie dotyk chociażby w postaci uścisku dłoni jest popularny), inne za „mniej kontaktowe” (np. indyjska czy japońska, w których dotyk jest rzadką formą komunikacji).

**Zachowania przestrzenne (proksemika)** obejmują tzw. przestrzeń osobistą każdego człowieka. Naruszenie tej przestrzeni może powodować dyskomfort. Im bardziej jednak kogoś lubimy, tym bardziej jesteśmy skłonni pomniejszać swoją przestrzeń osobistą względem tej osoby. Inaczej jest z osobami, które budzą w nas respekt. Względem nich zachowujemy większy dystans przestrzenny.

**Wygląd** (ubiór, fryzura, styl) jest nośnikiem informacji o danej osobie, w zakresie:

- wykonywanego zawodu,
- statusu społecznego,
- osobowości,
- poglądów społecznych i politycznych,
- charakteru i nastroju.

Zachowania werbalne i niewerbalne są odzwierciedleniem naszych cech charakteru i naszej osobowości. Wiele z tych zachowań związanych jest też z normami społecznymi, wśród których pewne uważane są za oczywiste (np. szacunek dla starszych czy przełożonych), a inne warto znać i się do nich stosować (np. reguły zachowań odpowiadających różnym zawodom i środowiskom).

Zasady właściwego, kulturalnego zachowania nazywamy **etykieta** lub określamy jako *savoir-vivre* (z franc. *savoir* – ‘wiedzieć’, *vivre* – ‘żyć’; wym. sawuar wiwr). Innymi, rzadziej dziś stosowanymi określeniami są: **bon-ton** [czyt. bą tą] lub **kindersztuba**. Znajomość zasad dobrego zachowania obejmuje znajomość norm towarzyskich oraz umiejętność postępowania w różnych sytuacjach społecznych. Zasady właściwego zachowania dotyczą zwłaszcza:

- wyglądu odpowiedniego do sytuacji,
- form towarzyskich, m.in. powitań i przedstawiania siebie i innych,
- komunikacji *face-to-face* (twarzą w twarz) oraz komunikacji telefonicznej i internetowej,
- prowadzenia korespondencji,
- zachowania przy stole i nakrywania do stołu.

Już Cyceron, słynny mówca rzymski żyjący w I w. p.n.e., twierdził, że „Człowieka tworzą maniery i charakter”. W niektórych kulturach etykieta jest traktowana bardzo poważnie (np. w Japonii czy Anglii), w innych panuje większa swoboda pod tym względem (np. w krajach śródziemnomorskich). Właściwe zachowanie jest jednak zawsze istotne, a w niektórych kręgach, zwłaszcza w środowisku przedsiębiorców, znajomość zwyczajowej i zawodowej etykiety jest niezbędna.

Dobre maniery, takt i uprzejmość właściciela przedsiębiorstwa i jego pracowników to także swego rodzaju kapitał. Pozwala on zjednywać sobie współpracowników i kontrahentów, co w przyszłości może zaowocować nowymi umowami czy zleceniami.

Do najważniejszych zasad etykiety biznesowej należą:

1. **stosowny ubiór** – każdy przedsiębiorca powinien pamiętać o odpowiednim stroju: czystym i estetycznym. W większości branż obowiązuje ubiór elegancki – dla mężczyzn garnitur, dla kobiet kostium. Całości dopełniają: u mężczyzn – dobrana kolorystycznie koszula i krawat, raczej ciemniejszy od koszuli, a u kobiet – elegancka, choć raczej prosta bluzka lub sukienka. Im późniejsza pora dnia, tym ubiór powinien być w ciemniejszych kolorach (dotyczy to zwłaszcza garnituru). Firmowy zbiór zasad dotyczących stroju określamy mianem *dress code* [czyt. dres koud]. Ponadto ważną rolę w wyglądzie biznesowym odgrywa odpowiednia fryzura.
2. **precedencja służbowa** – określenie to jest zaczerpnięte z etykiety dyplomatycznej. Dotyczy ono regulowania zasad pierwszeństwa między zwierzchnikami a osobami podwładnymi w miejscu pracy. W przedsiębiorstwie zawsze ważniejszy jest ten, kto ma wyższe stanowisko, niezależnie od wieku i płci. Jednakże przełożony jakiegoś działu w danym przedsiębiorstwie, który nie pozostaje w żadnych relacjach służbowych z osobami z innego działu, powinien odnosić się do nich według precedencji towarzyskiej, czyli uwzględniając ich wiek i płeć.
3. **powitanie w pracy** – według podstawowej reguły, słowa powitania wypowiada zawsze ta osoba, która wchodzi do pomieszczenia. Nieistotne jest zatem, czy jest ona przełożonym, czy – podwładnym.
4. **punktualność** – zasady tej należy zawsze przestrzegać. Jeżeli jednak ktoś spóźni się ze względu na okoliczności (np. bardzo złe warunki atmosferyczne), powinien przeprosić i podać powód zaistniałej sytuacji.
5. **wręczanie wizytówek** – istnieje kilka reguł dotyczących tej czynności:
  - a) zazwyczaj wizytówkami wymieniamy się na początku spotkania, z wyjątkiem sytuacji, gdy spotkanie było umówione wcześniej i wiedzieliśmy wcześniej dokładnie, z kim się spotkamy. Wówczas wymiana wizytówek następuje na koniec spotkania jako podkreślenie chęci podtrzymania kontaktów,
  - b) pierwsza wizytówkę wręcza osoba starsza rangą (w kontaktach towarzyskich – starsza wiekiem),
  - c) na targach, konferencjach, bankietach można wymienić się wizytówkami jedynie z osobami, z którymi chce się w przyszłości współpracować,

- d) wizytówkę wręczamy skierowaną drukiem w kierunku osoby, której ją dajemy,
- e) o wizytówkę możemy poprosić tylko wtedy, gdy rozmówcy daliśmy swoją,
- f) przyjmując wizytówkę, powinniśmy przyrzeć się informacjom na niej zawartym, jeżeli nazwisko jest trudne do wypowiedzenia (np. obcojęzyczne), jest to dobry moment, aby zapytać właściciela o prawidłową wymowę,
- g) wizytówki powinny być zawsze aktualne, jeżeli zdarzy się jednak, że jakąś informację na wizytówce musimy poprawić lub uzupełnić, zapisujemy ją na pierwszej stronie, a kończymy ewentualnie na odwrocie,
- h) wizytówki muszą być estetycznie wykonane, zawsze też powinniśmy mieć je w zasięgu ręki. Warto nosić je w specjalnym etui.

Ćwiczenia:

1. Określ, na jakie zachowania zwracasz szczególną uwagę przy pierwszym kontakcie. Wymień przynajmniej po 3 przykłady takich zachowań werbalnych i niewerbalnych.
2. Wymień po 3 elementy stroju lub stylizacji niestosownych w przypadku osób pracujących w biurze, recepcji i kuchni pięciogwiazdkowego hotelu.