

Magdalena Głowik

**KOMUNIKACJA NIEWERBALNA
W KONTAKTACH
INTERPERSONALNYCH**

Wydanie I

Promotor

Warszawa 2004

Copyright © by Promotor
Warszawa 2004

ISBN 83-918833-7-X

Promotor
ul. Stalowa 44/1
03-429 Warszawa
tel./faks (22) 698-12-41
e-mail: info@promotor.com.pl
<http://promotor.com.pl>

Spis treści

Wstęp.....	5
ROZDZIAŁ I. POJĘCIE KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ	7
1.1. Cechy i funkcje komunikowania.....	8
1.2. Struktura procesu komunikowania.....	10
1.3. Modele komunikowania.....	19
1.4. Zasady komunikowania interpersonalnego.....	24
1.5. Przeszkody w komunikacji interpersonalnej.....	25
1.6. Komunikacja werbalna i niewerbalna	28
1.6.1. Istota komunikacji werbalnej	28
1.6.2. Znaczenie komunikacji niewerbalnej.....	31
1.7. Komunikacja werbalna versus niewerbalna	33
ROZDZIAŁ II. ROLA KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ	37
2.1. Funkcje komunikacji niewerbalnej	39
2.1.1. Klasyfikacja Scherera i Wallbotta (1985).....	39
2.1.2. Klasyfikacja Knappa (1978).....	40
2.1.3. Klasyfikacja Ekmana i Friesena (1978).....	42
2.1.4. Klasyfikacja Judy Burgoon	43
2.2. Modele zachowań niewerbalnych.....	44
2.2.1. Równanie intymności Argyle'a.....	44
2.2.2. Model zaangażowania niewerbalnego Pattersona.....	46
2.3. Historia badań nad komunikacją niewerbalną.....	47
2.4. Komunikacja międzykulturowa	52
2.4.1. Kulturowe uniwersalizmy w komunikowaniu niewerbalnym	52
2.4.2. Kulturowe zróżnicowanie w komunikowaniu niewerbalnym.....	57
ROZDZIAŁ III FORMY KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ.....	69
3.1. Gestykulacja	69
3.2. Mimika, wyraz twarzy.....	95
3.3. Postawa ciała.....	105
3.4. Dotyk i kontakt fizyczny	118
3.5. Dystans fizyczny.....	121
3.6. Ubiór i wygląd zewnętrzny	127
3.7. Niewerbalne aspekty mowy.....	130
3.8. Jakość wypowiedzi	131
3.9. Spojrzenia wzajemne i spojrzenia jednostronne	132
3.10. Elementy środowiska fizycznego	134
Zakończenie	135
Bibliografia.....	137
Spis rysunków	139
Spis tabel.....	141

Wstęp

„Jak wszystko w ludzkim zachowaniu się,
tak i gesty korzeniami sięgają
reaktywnej natury naszego organizmu.
Jednak napisany kod mimicznych przekazów
i odpowiedzi jest rezultatem anonimowego
trudu kunsztownej tradycji społecznej”
(Edward Sapir, „Kultura, język, osobowość”)

Od zarania dziejów człowiek próbuje znaleźć regułę na opis swojego zachowania i wyrażania swoich uczuć. Niewerbalny sposób komunikowania towarzyszy mu już od dawna. Ludzie komunikują sobie nawzajem to kim są, czego pragną, nie tylko poprzez wypowiedzane słowa, ale poprzez bezgłośny język ciała i swój styl ekspresji. Bardzo znaczącymi środkami komunikowania się są między innymi wyraz twarzy, spojrzenie, ruchy ciała, gesty, modulacja i natężenie głosu.

Celem pracy jest próba analizy badań i teorii na temat niewerbalnego komunikowania. Ma ona przynieść odpowiedź na główne pytanie o rolę i funkcje komunikacyjne zachowań niewerbalnych w interpersonalnym komunikowaniu.

Rozbieżności interpretacyjne występujące w literaturze z zakresu komunikacji niewerbalnej, stworzyły możliwość podjęcia próby porównania ograniczonej ramami pracy do kilku obszarów badawczych.

Praca składa się z trzech głównych części.

W rozdziale I zatytułowanym „Pojęcie komunikacji interpersonalnej” przedstawiona została istota komunikacji, jej cechy, funkcje i modele. W dalszej części opisane są zasady i przeszkody komunikowania oraz istota i znaczenie ogólne komunikacji werbalnej i niewerbalnej a następnie zależności między nimi, które podkreślają ich rozerwalność, gdyż wzajemnie się uzupełniają.

Rozdział II „Rola komunikacji niewerbalnej” przedstawia funkcje komunikacji niewerbalnej. W tej części umieszczona jest historia badań, modele zachowań oraz różnice i uniwersalizmy kulturowe.

Rozdział III „Formy komunikacji niewerbalnej” ukazuje dziesięć elementów. Zaliczamy do nich: gestykulację, mimikę i wyraz twarzy, postawę ciała, dystans fizyczny, ubiór i wygląd zewnętrzny, niewerbalne aspekty mowy, jasność wypowiedzi,

spojrzenia wzajemne i spojrzenia jednostronne, elementy środowiska fizycznego oraz dotyk i kontakt fizyczny.

Praca ma pomóc w zrozumieniu sygnałów niewerbalnych, co oznacza również sprawniejszą komunikację.

ROZDZIAŁ I.

Pojęcie komunikacji interpersonalnej

Komunikacja interpersonalna (z łaciny *communicatio* – rozmowa, wymiana, łączność), proces, podczas którego ludzie dążą do dzielenia się znaczeniami za pośrednictwem symbolicznych (dźwięki, litery, słowa) informacji (komunikatów). Najprostszy model komunikowania się polega na przekazywaniu poprzez nadawcę komunikatu (werbalnego lub niewerbalnego) i odebraniu go przez odbiorcę.

Procesy porozumiewania się między ludźmi przenikają całość sytuacji społecznych, w których rozgrywają się wszelkie interakcje, zarówno w kręgu życia osobistego, jak i publicznego.

Wielopoziomowość procesu komunikowania pozwala na traktowanie go jako fenomenu syntetyzującego, łączącego w sobie niemal wszystkie aspekty życia społecznego. Uczestnikami procesu komunikowania są nie tylko jednostki ludzkie, komunikacja zachodzi też między grupami ludzi, organizacjami i społeczeństwami, a więc różnymi poziomami systemów kulturowych.

Istnieje wiele definicji komunikowania. Według ujęcia pragmatylingwistycznego „komunikowanie to intencjonalna wymiana werbalnych i niewerbalnych znaków (symboli) podejmowania dla poprawy współdziałania lub dzielenia znaczeń między partnerami”.¹ Istotą aktów komunikacyjnych jest intencjonalność zachowania – intencja przesłania treści pewnego przekazu zakodowanego w system znaków „umownych” symboli o skonwencjonalizowanym znaczeniu w dużym stopniu niedookreślonych, wymagających kontekstowej redefinicji w konkretnych sytuacjach międzyludzkich.

Inna definicja określa, że „komunikowanie to wszelka intencjonalna modyfikacja przestrzeni w polu percepcyjnym odbiorcy.”²

Traktuje się w koncepcji relewancji każdy akt komunikowania jako zagadkę – łatwiejszą lub trudniejszą – stawianą przez nadawcę odbiorcy. Wskazówkami do jej rozwiązania jest wzajemna znajomość siebie i społeczne zasady interpretacji symboli.

Natomiast w „Słowniku Webstera” (New world dictionary 1966) słowo „komunikować” definiowane jest jedno „przekazywać, przemieścić, transmitować”, a

¹ Smolski R., *Słownik Encyklopedyczny Edukacja Obywatelska*, Wyd. Europa 198, s. 89.

² Dobek-Ostrowska B., *Współczesne systemy komunikowania*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998, s. 24.

„komunikowanie” to przekazywanie i odbieranie informacji, sygnałów i przekazów poprzez mowę, pismo, gesty itp. Zgodnie z powszechnie przyjmowaną formułą istota komunikowania zawiera się we frazie: „Kto mówi, co mówi, jak mówi, do kogo i z jakim efektem?”.

Tych pięć pytań pozwala na wszechstronne opisanie zjawisk komunikacyjnych, ale nie daje zwartej koncepcji wzajemnych zależności między wyróżnionymi elementami komunikacyjnymi.

Miller podkreśla intencjonalny charakter komunikowania się. W tym opracowaniu przyjmuje następującą definicję: „komunikowanie społeczne jest to proces wytwarzania, przekształcania i przekazywania informacji pomiędzy jednostkami, grupami i organizacjami społecznymi. Celem komunikowania jest stale i dynamiczne kształtowanie, modyfikacja bądź zmiana wiedzy, postaw i zachowań w kierunku zgodnym z wartościami i interesami oddziałujących na siebie przedmiotów”.

1.1. Cechy i funkcje komunikowania

Istotę komunikowania postrzega się poprzez przypisywanie mu pewnych cech:³

1. jest procesem symbolicznym – w komunikowaniu znak jest czymś, co zastępuje rzecz, zdarzenie, proces itp. o charakterze realnym (materialnym, fizycznym). Znaki mogą przybierać formę:
 - a). symptomu – o charakterze wyłącznie naturalnym (np. Katar);
 - b). symbolu – jest rezultatem umowy społecznej;
 - c). rytuału – nie jest on wyłącznie naturalny, jednocześnie nie jest on arbitralnie kreowany;
2. jest procesem społecznym – polega na wymianie symboli pomiędzy ludźmi, nie odnosi się do pojedynczego człowieka. Procesy społecznego komunikowania są czymś więcej niż psychicznymi procesami indywidualnej percepcji. Komunikowanie jest tym, co ludzie robią wspólnie, a nie pojedynczo;
3. jest relacją wzajemną – przy czym może to być relacja symetryczna bądź w różnym stopniu niesymetryczna. W przypadku relacji niesymetrycznej

³ Dobek-Ostrowska, *Współczesne systemy komunikowania*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998, s. 33.

jeden podmiot ma pozycję uprzywilejowaną, drugi zaś akceptuje tę nierównowagę (dominację). Nierównowaga podmiotów ma najczęściej swoje źródło w niejednakowych pozycjach, jakie względem siebie zajmują. Może być związana np. z zakresem posiadanej władzy (przełożony – podwładny, rodzic – dziecko, nauczyciel – uczeń). W relacjach symetrycznych każda ze stron ma taki sam bądź zbliżony status;

4. opiera się na indywidualnej interpretacji przekazu, a zatem musi zakładać wspólnotę znaczeń przypisywaną określonym przekazem;
5. przebiega w określonym kontekście; kontekstem komunikacyjnym określa się typ sytuacji, w której ten proces zachodzi. Konkretna wiadomość przekazywana w jednym kontekście może mieć odmienne znaczenie w innym.

Ogólnie rozróżnia się następujące konteksty komunikacyjne:

- interpersonalny (komunikowanie między dwiema jednostkami);
 - grupowy;
 - organizacyjny (wewnątrz organizacji i między organizacjami);
 - publiczny (nadawca komunikuje się z szeroką rzeszą odbiorców);
 - masowy (komunikowanie za pomocą mediów drukowanych bądź elektronicznych);
 - międzykulturowy (komunikowanie między ludźmi z różnych obszarów kulturowych);
6. jest działaniem świadomym i celowym – każdy podmiot na poziomie swojej wiedzy i doświadczenia określa cele komunikowania, choć nie zawsze są one wystarczająco sprecyzowane oraz nie uwzględniają wewnętrznych i zewnętrznych ograniczeń działania;
 7. polega na ciągłych i przemiennych oddziaływaniach werbalnych i niewerbalnych; komunikaty niewerbalne mogą wzmacniać lub zaprzeczać komunikatom werbalnym. Nawet cisza bądź nieobecność są zachowaniami komunikacyjnymi, o ile odbiorca potrafi je prawidłowo zinterpretować

Komunikowanie może spełniać różne funkcje.

- Po pierwsze, umożliwia tworzenie satysfakcjonujących więzi społecznych poprzez zaspokojenie potrzeby kontaktu z innymi

ludźmi, doskonalenie tego kontaktu oraz możliwość sprostanie wymogom stawianym przez społeczeństwo.

- Po drugie, spełnia funkcję regulacyjną, wyrażającą się przede wszystkim w możliwości wywierania wpływu na postępowanie ludzi, poprzez upowszechnianie i egzekwowanie pewnych wartości, norm i wzorów zachowań, wspólnych pewnej grupie bądź całemu społeczeństwu.
- Po trzecie, komunikowanie jest procesem umożliwiającym samodoskonalenie się człowieka.

Proces wymiany informacji pozwala człowiekowi na lepsze rozumienie siebie, innych ludzi i otaczającego go świata, a dzięki temu zwiększa szansę na podejmowanie racjonalnych decyzji.

Pozwala również umocnić poczucie własnej wartości i zdobyć aprobatę innych.

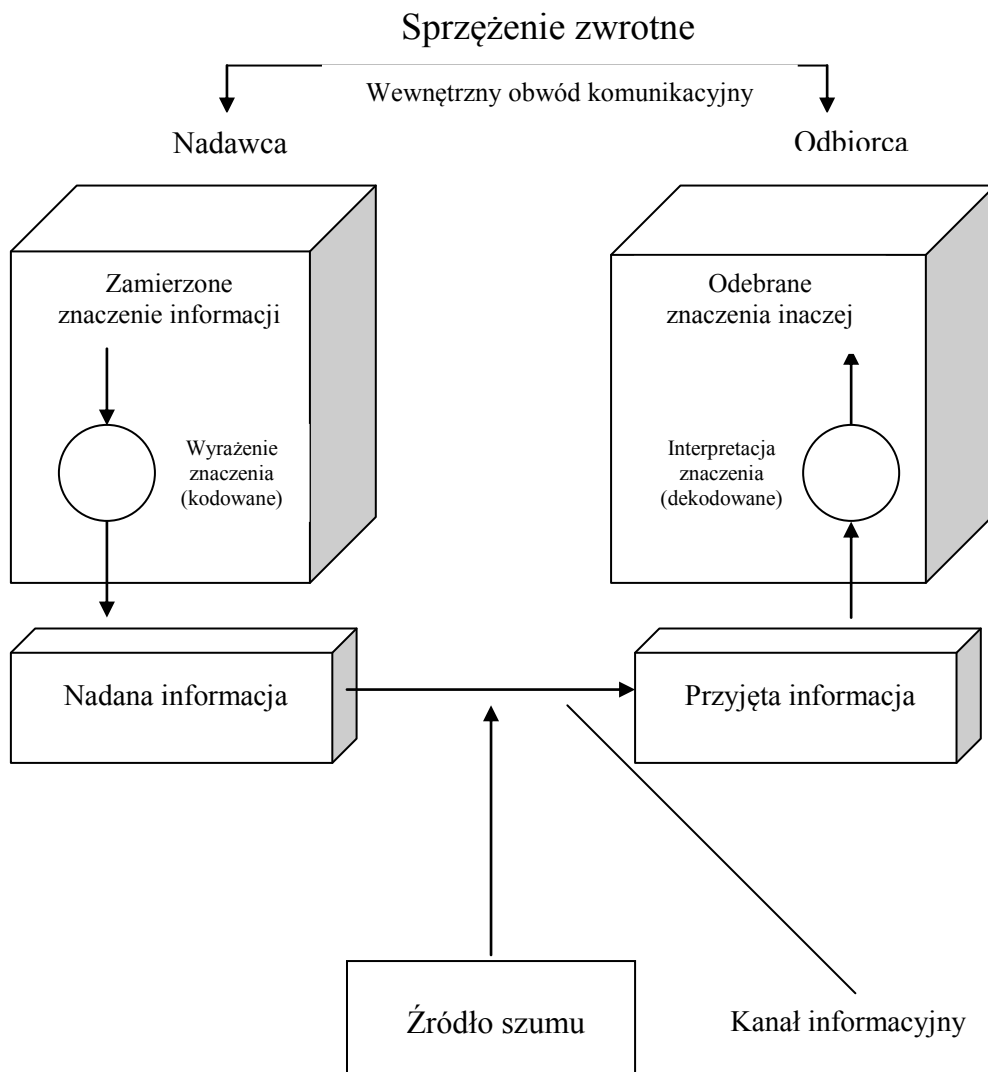
R. J. Aldna i T. M. Stearns wyróżniły funkcje komunikowania:

1. funkcja informacyjna – w procesie tym pozyskiwane są informacje niezbędne do podejmowania decyzji regulujących interakcje społeczne, osiągnięcie celów itp.;
2. funkcja motywacyjna – elementem komunikowania jest przekazywanie zachęt do osiągnięcia różnego rodzaju celów;
3. funkcja kontrolna – treści komunikowania społecznego zawierają informacje o sferze powinności i obowiązków ludzi, grup, organizacji i społeczeństw względem siebie i zarazem określają podmioty, normy i zakres społecznej kontroli;
4. funkcja emocyjna – możliwość wyrażania emocji i uczuć, a tym samym zaspokojenie istotnych psychospołecznych potrzeb ludzkich.

1.2. Struktura procesu komunikowania

Główne elementy procesu komunikowania przedstawia rysunek 1.

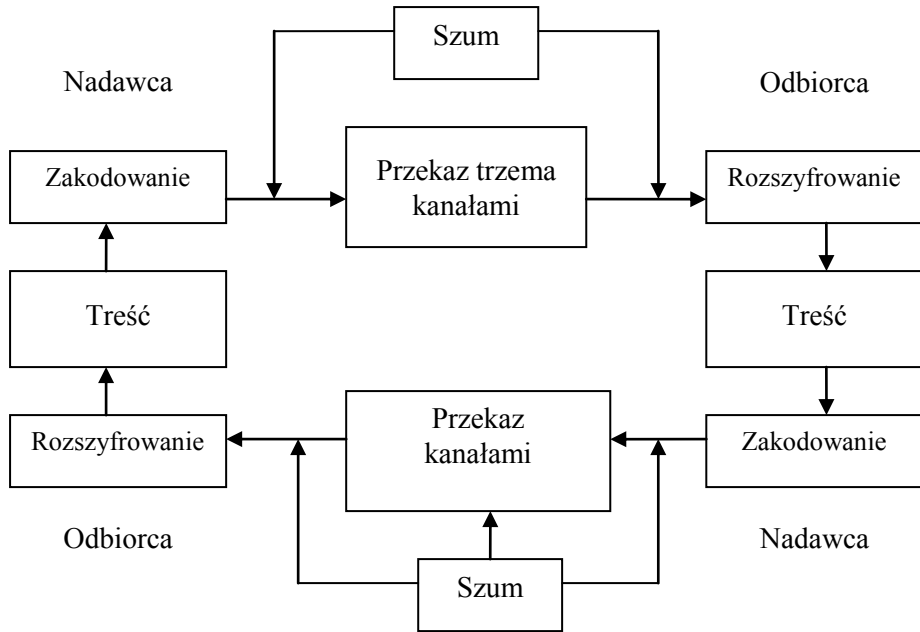
Rys. 1. Główne elementy komunikowania



Źródło: Dobek-Ostrowska B., *Współczesne systemy komunikowania*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998, s. 39.

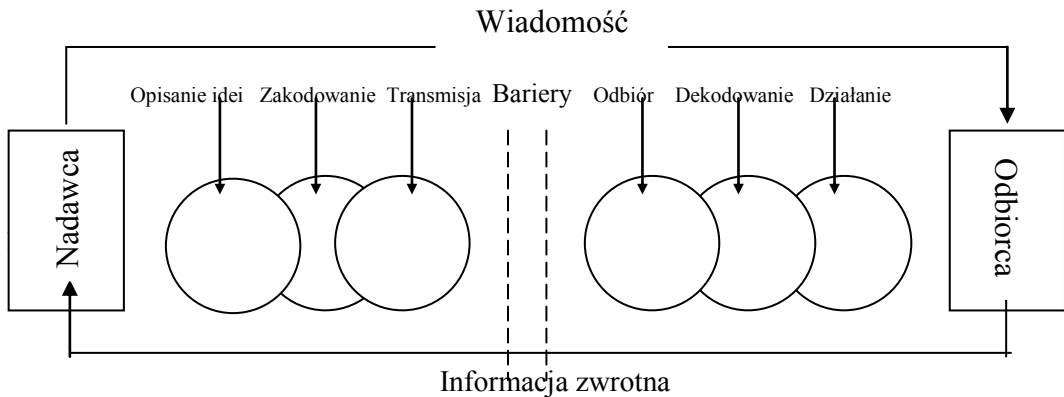
Proces komunikowania się, rozpoczyna się wtedy, gdy jakaś osoba (nadawca) pragnie przekazać fakt, myśl, opinię lub inną informację komuś innemu (odbiorcy). Ten fakt, myśl czy opinia mają pewne znaczenie dla nadawcy, niezależnie od tego, czy będzie ono proste i konkretne czy też złożone i abstrakcyjne.

Rys. 2. Proces komunikowania się



Źródło: Dobek-Ostrowska B., *Współczesne systemy komunikowania*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998, s. 43

Rys. 3. Etapy komunikowania się



Źródło: Dobek-Ostrowska B., *Współczesne systemy komunikowania*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998, s., s. 49.

W procesie komunikowania rolę nadawcy i odbiorcy pełnione są przemiennie.

Kodowanie ma miejsce wówczas, gdy nadawca przekształca informację w szereg znaków umownych. Nadawca przyjmuje określony kod i formułuje za pomocą jego znaków jakiś komunikat, nadając mu pożądane znaczenie.

Fizyczną formą zakodowanej informacji jest komunikat (wiadomość, przekaz). Komunikaty najczęściej są tworzone ze znaków pisanych, czyli tzw. grafemów (litery alfabetu, alfabet Morse'a, zapis nutowy itp. mówionych, czyli fonemów (mowa, śpiew itp.) oraz ze znaków obrazowych, czyli tzw. ikonemów (piktogram, fotografia, schemat, rysunek itp.).

Komunikat zinterpretowany stanowi informację. Brak lub niemożność odpowiedniej interpretacji komunikatu powoduje, iż staje się on komunikatem nieznaczącym, a to wyklucza proces skutecznego porozumiewania się nadawcy z odbiorcą.

Nośnikiem komunikatu jest kanal informacyjny (medium). Komunikaty przesyłane są różnymi drogami – począwszy od rozmów „twarzą w twarz”, poprzez telefon, spotkanie grupowe, pismo wytyczne, skończywszy na komputerach, wideokasetach itp.

„Aby komunikowanie było sprawne i skuteczne, kanał powinien być odpowiednio dobrany do rodzaju przekazywanego komunikatu, możliwości percepcyjnych odbiorcy, pilności sprawy itp.”⁴

W wyborze medium komunikowania pomocne mogą być następujące kryteria:⁵

1. szybkość – ustne komunikowanie jest zawsze szybsze niż pisemne; sytuacje krytyczne, nadzwyczajne prawie zawsze wymagają ustnego komunikowania;
2. możliwość osobistego wpływu na odbiorcę – najbardziej sprzyjające jest tutaj komunikowanie „twarzą w twarz” – im mniej liczne jest grono odbiorców oraz im bardziej spersonalizowany (zaadresowany do konkretnego odbiorcy) komunikat, tym większy jest osobisty – intelektualny i emocjonalny wpływ nadawcy na odbiorcę;
3. natychmiastowość czy też niezwłoczność sprzężenia zwrotnego – komunikowanie się „twarzą w twarz” (np. bezpośrednio lub w czasie telekonferencji) gwarantuje najszybsze werbalne i

⁴ Dobek-Ostrowska B., *Współczesne systemy komunikowania*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1998, s. 76.

⁵ Griffin R. W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wyd. PWN, Warszawa 2000, s. 45.

niewerbalne sprzężenie zwrotne. Różnice zdań są natychmiast rozstrzygane przy bezpośrednim kontakcie zainteresowanych osób;

4. obszerność, szczegółowość, precyzja i konieczność utrwalania informacji – im bardziej są pożądane, tym bardziej niezbędne jest utrwalenie przekazu w formie grafemów, co pozwala odbiorcy na wielokrotną analizę treści komunikatu;
5. liczba odbiorców i ich odległość od nadawcy – im większe są te wskaźniki, tym bardziej wskazane jest utrwalanie i możliwość wielokrotnej analizy komunikatu;
6. dostępność technologii w zakresie mediów komunikowania – związane to jest bezpośrednio z możliwościami intelektualnymi, organizacyjnymi, finansowymi itp. poszczególnych podmiotów – nadawców (odbiorców).

Krytyczny obszar w procesie komunikowania stanowią percepcja, dekodowanie i interpretacja otrzymywanych wiadomości. Odbiorca zawsze sobie musi zadać pytanie o intencje i oczekiwania podmiotu przesyłającego określone informacje. Odbiorca chcąc prawidłowo zinterpretować wiadomość musi ją rozkodować, czyli przełożyć na język najbardziej dla siebie zrozumiały. Przy uwzględnieniu faktu, że poszczególne jednostki i grupy posługują się specyficznym językiem i symbolami – kwestie kodowania, dekodowania i interpretacji nabierają dodatkowej wagi.

Nadawca informacji musi mieć zawsze na uwadze dostosowanie formy przekazywanej informacji do możliwości interpretacyjnych konkretnego odbiorcy. Jest to jednym z warunków zaakceptowania przekazu przez odbiorcę i w konsekwencji jego zachowania zgodnego z oczekiwaniami nadawcy.

Na skuteczność procesu dekodowania i interpretacji przekazu znaczący wpływ wywiera doświadczenie odbiorcy, jego własna ocena użytych symboli i gestów, jego oczekiwania oraz ilość i jakość wcześniejszych kontaktów między odbiorcą i nadawcą, pozwalającą na wypracowanie wspólnoty znaczeń używanych symboli.

Kanal

Kanal komunikowania spełnia funkcję mostu łączącego źródło informacji (nadawcę) z odbiorcą „Każdy przekaz niosący sygnał wymaga swojej własnej drogi, poprzez którą transmitowany jest od nadawcy do odbiorcy (...)”⁶

⁶ Głodowski W., *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa 2001, s. 81.

Kanały mogą być fizyczne (głosy lub ciała), techniczne (telefon), lub społeczne. Komunikowanie odbywa się zwykle za pośrednictwem więcej niż jednego kanału – najczęściej dwóch, trzech lub czterech jednocześnie. W sytuacji „face to face” kanałami są narządy zmysłów:

- kanał wizualno – foniczny;
- kanał gestykulacyjno – węchowy;
- kanał skórno – dotykowy.

Każdy kanał ma swoją ograniczoną, górną przepustowość, która określa jaką ilość informacji dany komunikacyjny system może transmitować w określonym czasie. Przepustowość kanału mierzy się porównując informację „na wyjściu” z informacją „na wejściu”.

Przekazy

Sygnały będące dla odbiorcy bodźcem muszą być wcześniej wysłane. Informacje te mogą mieć postać bodźców słuchowych, wizualnych, dotykowych, zapachowych lub smakowych.

Wszystko, co dotyczy danej osoby składa się na komplet informacji, które w komunikowaniu interpersonalnym odgrywają taką samą rolę, jak przekazy werbalne.

Informacje te nie muszą być przekazywane intencjonalnie. Poprzez mimowolne wysuwanie języka, drapanie się, charakterystyczny zapach ciała lub nerwowe triki również przekazywane są otoczeniu sygnały.

Szum informacyjny

Na każdym etapie procesu komunikowania mogą pojawiać się szumy. Szum z perspektywy procesu jest komponentem, który na ogół przeszkadza wysyłaniu czy odbieraniu informacji.

Szum jest każdą formą zakłócenia lub zniekształcenia przekazu utrudniającą lub uniemożliwiającą skuteczne porozumiewanie się nadawcy z odbiorcą.

Pojęcie to wprowadzili do nauki o komunikowaniu C. Shannon i W. Weaver.

Szum może być do takiego stopnia obecny w danym systemie komunikowania, że informacja odebrana zasadniczo różni się od informacji nadanej.

Komunikator rozumie, że szum może być również wytrzymany przez psychologiczny wygląd, dyskomfort psychiczny, zdolności intelektualne, czynniki osobowościowe, takie jak: uprzedzenia, antypatie, poczucie zbędności. Szumy są istotnymi źródłami niepowodzeń w procesie komunikowania się, obniżają jego sprawny przebieg.

Istnieją trzy rodzaje szumu:⁷

- a). szum fizyczny (zewnątrzny lub mechaniczny) fizycznie zakłóca przesyłanie lub odbieranie sygnałów, np.: warkot włączonego silnika, szum pracującego wentylatora, seplenienie spikera, słoneczne okulary na nosie rozmówcy – wszystko to może być potraktowane jako rodzaj fizycznego szumu, w tym sensie, że czynniki te współwystępują w procesie przekazywania sygnałów od jednej osoby do drugiej. Szum fizyczny jest także obecny w komunikowaniu pisemnym, np. kleksy i plamy na tekście, druk przebijający z odwrotnej strony, zmarszczki na papierze, - wszystko to co przeszkadza czytającemu w odebraniu informacji wysyłanej przez piszącego;
- b). szum psychiczny – obejmuje różne formy psychicznych zakłóceń, wywołanych określonym nastawieniem, od negatywnego (uprzedzenie i nieprzychylność) po skrajnie pozytywne (całkowity brak krytycyzmu i uwielbienie). Zawiera się w nim także krytyczna ocena drugiej osoby, poczucie wyższości lub kompleks niższości. Fishe twierdzi, że szumem są także myśli „bardziej interesujące niż przekaz wysyłany przez nadawcę”. Do szumu psychicznego zalicza się także intelektualną ograniczoność lub brak spostrzegawczości. Cechy te można uznać za klasyczny przykład psychicznego szumu, uniemożliwiającego odebranie najistotniejszych jej elementów;
- c). szum semantyczny – definiowany jest jako (...) każde, niezamierzone przez nadawcę komunikatu, a wpływające na jego odbiór zaburzenie znaczenia. Powoduje on, że odbiorca pozbawiony jest możliwości zrozumienia lub uchwycenia znaczenia zamierzonego przez nadawcę. Zwykle szum semantyczny powstaje na skutek posługiwania się złożoną lub wysoce wyspecjalizowaną terminologią, np. Ferszlus, trzeba roztrażbować. Formy te sprawiają, że słuchający nie zrozumie znaczenia przekazu.

Szum w komunikowaniu jest nieuniknioną przeszkodą, wszystkie komunikacyjne sytuacje zawierają kilka jego rodzajów. Jedną z powstałych na skutek szumu informacji jego barier jest utrata części informacji, czyli entropia przekazu.

Pojęcie „entropii” nawiązuje do drugiej zasady termodynamiki i oznacza tendencję systemu do stawania się coraz bardziej chaotycznym i nieorganizowanym.

⁷ Głodowski W., *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa 2001, s. 83.

Entropia jest tendencją przekazu do tracenia wartości (energii) informacyjnej w trakcie procesu jego transmitowania od nadawcy do odbiorcy.

Nadawca – odbiorca

Komunikowanie interpersonalne angażuje co najmniej dwie osoby. Każda z nich tworzy (koduje) i wysyła informacje (pełni funkcję nadawcy), ale jednocześnie przyjmuje i dekoduje informacje (pełni funkcję odbiorcy). Łączny termin nadawca – odbiorca jest wykorzystywany do podkreślenia, że te dwie funkcje pełnione jednocześnie przez każdą osobę zaangażowaną w komunikowanie interpersonalne.

Po pierwsze – komunikowanie interpersonalne nie może mieć miejsca z samym sobą. Ten rodzaj porozumienia określa się jako komunikowanie interpersonalne (wewnątrzosobowe).

Po drugie - komunikowanie interpersonalne jest nie tylko zgodne z naturą człowieka, ale też jest jedną z jego najważniejszych potrzeb. Komunikowanie się ze zwierzętami, maszynami, komputerami, itp.

Po trzecie - komunikowanie interpersonalne zachodzi pomiędzy dwiema osobami lub małą ich grupą.

Sprzężenie zwrotne

Sprzężenie zwrotne określone jako informacja zwrotna. Istnieją dwa rodzaje:⁸

- a). sprzężenie samozwrotne;
- b). właściwe sprzężenie zwrotne;
 - bezpośrednie, jak np. ustne potwierdzenie przyjęcia komunikatu;
 - pośrednie, wyrażające się np. działaniem zgodnym z intencją nadawcy.

Sprzężenie zwrotne dostarcza komunikatorowi podstawowej informacji dotyczącej jego skuteczności w osiąganiu zamierzonych celów. Mówca niezależnie od tego, czy mówi do jednej czy do stu osób, ma przed sobą dwa zintegrowane zdania:

1. obserwowanie i interpretowanie reakcji odbiorców;
2. dostosowanie do nich kolejnego przekazu poprzez uwzględnienie wniosków wynikających z obserwacji i interpretacji.

Czas trwania i liczba sprzężeń zwrotnych, pozytywne lub negatywne cechy, jakie zawierają oraz interpretacja dokonywana na ich podstawie – wszystko to wpływa na stopień zrozumienia osiąganego w efekcie komunikowania.

⁸ Głodowski W., *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa 2001, s. 97.

Dane te wskazują, że kiedy odbiorcy zachęceni są do reagowania pytaniami, komentarzami, korektami lub nawet kontrargumentami, zwiększa się prawdopodobieństwo, że efektem będzie większe zrozumienie i wzajemny szacunek komunikujących się.

Kontekst komunikacyjny (sytuacyjny)

„Komunikowanie interpersonalne obejmuje zawsze pewien obszar wewnątrz jakiegoś kontekstu.”⁹

Znajomość kontekstu sytuacyjnego pełni ważną rolę w procesie kodowania i dekodowania werbalnych i niewerbalnych informacji.

Ludzie posługują się znajomością kontekstu sytuacyjnego jako swoistym szablonem pozwalającym im ocenić innych uczestników interakcji. Doświadczenia i obserwacje, wnioski płynące z modelowania sytuacji pozwalają jednostką uzyskać wiedzę niezbędną do konstruowania schematów, umożliwiających i ułatwiających:

1. postrzeganie i ocenę kontekstów sytuacyjnych;
2. wnioskowanie na temat, czym jeden rodzaj sytuacji różni się od innego;
3. poznawanie zasad kulturowych;
4. rozpoznawanie tego, co jest „stosowne” i „nieistotne” w zachowaniu jednostek;
5. rozpoznanie, czy konkretny przypadek jest „modelowy” dla pewnego ogólnego typu sytuacji;
6. przechowywanie poszczególnych obrazów sytuacji w celu późniejszego ich wykorzystania.

Kontekst komunikacyjny posiada trzy podstawowe wymiary:

1. fizyczny – wywiera on pewien wpływ zarówno na treść, jak na formę naszych przekazów. Liczba miejsc, w których komunikujemy się z innymi, jest nieograniczona, autobusy, mieszkania, biura itp., w którym akt komunikowania ma miejsce, wybrane świadomie lub przypadkowo otoczenie tworzą właśnie fizyczny wymiar kontekstu;
2. społeczno = psychologiczny – obejmuje m.in. charakter więzi pomiędzy uczestnikami interakcji, postawy, status i role, które poszczególne osoby odgrywają, normy i kulturowy system społeczeństwa, w którym się komunikują, życzliwość lub brak życzliwości, powagę lub wesołość;

⁹ Głodowski W., *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa 2001, s. 105.

3. czasowy – określa , czy poszczególne informacje dostosowane są do określonych przez normy społeczno – kulturowe kolejności komunikacyjnych sekwencji.

Obszar doświadczeń

Skuteczne komunikowanie dokonuje się we wspólnym obszarze dotychczasowych doświadczeń uczestników procesu komunikowania – nadawcy i odbiorcy.

„Komunikowanie polega na dzieleniu się znaczeniami a jego warunkiem jest ustanowienie wspólnoty doświadczeń”.¹⁰

Komunikowanie jest nieskuteczne wówczas, gdy uczestniczące w min osoby nie posiadają tych samych doświadczeń. Różnice między ludźmi utrudniają komunikowanie.

Efekt

Każde komunikowanie może wywołać różne efekty:

- widoczny skutek dla jednej tylko osoby;
- dwa różne rodzaje efektów dla dwóch osób;
- wspólny jeden skutek dla dwóch uczestników interakcji.

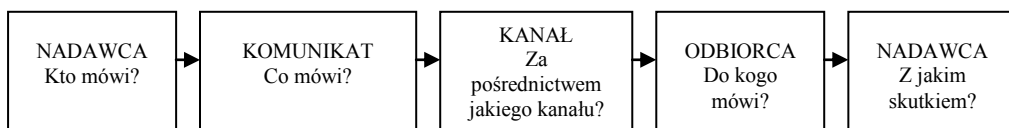
Efekty komunikowania dotyczą głównie ludzi i zawsze mają personalny charakter.

1.3. Modele komunikowania

Model Lasswella (1948)

Marold Lasswell, postrzegał komunikowanie jako proces linearny, którego struktura odpowiada pięciu podstawowym pytaniom: Kto mówi? – Co mówi? – Za pośrednictwem jakiego kanału? – Do kogo mówi? – Z jakim skutkiem?

Rys. 4. Model komunikowania się - Lasswella



Źródło: Stankiewicz J., *Komunikowanie się w organizacji*, Wyd. Astrum, Wrocław 1999, s. 68.

¹⁰ Stankiewicz J., *Komunikowanie się w organizacji*, Wyd. Astrum, Wrocław 1999, s. 63.