**Komunikacja motywująca**

**(motivating communication)**

Skrypt szkoleniowy

**ZNACZENIE KOMUNIKACJI**

W ciągu całego życia ludzie ciągle się uczą i nabywają doświadczenia. Wchodzą w różne role i wypełniają określone zadania. Aby móc skutecznie działać muszą się sprawnie komunikować. Istotę komunikacji symbolizuje model butelki, zwany także modelem wąskiego gardła. Model zakłada, że cała wiedza, umiejętności, doświadczenie, kreatywność, itp. danej osoby stanowi zawartość butelki. Szyjka butelki symbolizuje z kolej zdolności komunikacyjne danej osoby. Wszelkie posiadane atuty: wiedza i doświadczenie z danego obszaru może być wykorzystana tylko w takim zakresie, w jakim zostanie przekazana innym czyli zakomunikowana. Umiejętności komunikacyjne, albo raczej ich brak, mogą więc wyraźnie ograniczyć skuteczność ludzkiego działania.

**Komunikacja** to proces nadawania i odbierania różnych informacji pomiędzy osobami – **nadawcą i odbiorcą**. Jest procesem, który zachodzi nieustannie. Zawsze przebiega na dwóch poziomach: **werbalnym i niewerbalnym**. Przekaz niewerbalny (mimika, gesty, ton głosu, itp.) towarzyszy werbalnemu (słowa), często dookreślając werbalną stronę wypowiedzi. Dodatkowe informacje przekazywane kanałem niewerbalnym bardzo często nadają znaczenie słowom. To samo zdanie wypowiedziane w różny sposób znaczy coś zupełnie innego. Aby móc skutecznie kontaktować się z innymi ludźmi trzeba posiadać odpowiednie umiejętności komunikacyjne, które z jednej strony pozwolą odebrać i zrozumieć wysyłaną do nas wiadomość, a z drugiej wysyłać na tyle jasne komunikaty, by odbiorca mógł odczytać nasze intencje.

**Istota komunikacji**

Komunikacja przebiega według pewnego schematu:

Nadawca – czyli źródło komunikatu chce coś przekazać odbiorcy. Musi więc to co ma do przekazania zakodować (zastanowić się co i jak chce powiedzieć/napisać, czyli ubrać myśli w słowa, użyć właściwego języka). Następnie wysyła wiadomość – mówi, pisze, gestykuluje, itp. Wiadomość płynie kanałem – jak mówimy to powietrze przenosi fale dźwiękowe, które powinny dotrzeć do ucha odbiorcy, pisząc mail kanałem jest łącze internetowe. Odbiorca jak usłyszał/przeczytał dany komunikat, odkodowuje go – interpretuje by zrozumieć co nadawca chciał przekazać. Odbiorca nie pozostaje bierny i zawsze w pewien sposób odpowiada na wysłany komunikat.

Jedną z przyczyn trudności w komunikacji jest to, że na każdym z tych etapów może dojść do **zakłóceń**:

Nadawca może nieadekwatnie zakodować swoje myśli, może użyć niewłaściwych słów. Podczas przekazu może mówić niewyraźnie, przyjąć nieodpowiednią postawę ciała, użyć niewłaściwych gestów. Przez co wiadomość może zostać zniekształcona. Kanał może ją dodatkowo zniekształcić czy zakłócić, gdy na przykład w pomieszczeniu jest hałas. Gdy już wiadomość zostanie odebrana, co może także być utrudnione przez rozkojarzenie, nieuwagę, wybiórczość uwagi (słyszymy tylko fragmenty wypowiedzi) czy nawet wadę słuchu, musi ona zostać odkodowana – właściwie zinterpretowana. Co może być zniekształcone przez nasze wcześniejsze doświadczenia, posiadane stereotypy, wiedzę, wrażliwość na pewne aspekty wypowiedzi.

Aby stać się efektywnym nadawcą komunikatów, należy zawsze dostosować swoją wypowiedź do możliwości odbiorcy i do warunków jakie panują podczas komunikacji.

**Wypowiedź** jest zbiorem różnych informacji zarówno werbalnych jak niewerbalnych, każda wypowiedź niesie ze sobą wiele informacji. Informacje możemy podzielić na takie, które są wysyłane **wprost i nie wprost**. Te wyrażane **wprost** są sformułowane wyraźnie i nie wymagają od odbiorcy zbyt długiego procesu rozszyfrowywania. Na drugim biegunie znajdują się informacje **nie** **wprost** niewyraźne i skomplikowane, wymagające od rozmówcy skomplikowanego procesu rozszyfrowywania. Zastanawiając się nad ważnością przekazu informacji, często okazuje się, że to właśnie informacje przekazywane nie wprost są informacjami istotniejszymi. Informacje przekazywane nie wprost najczęściej wykorzystują pozawerbalny kanał wypowiedzi. Stąd duże znaczenie w naszej komunikacji przekazów wyrażanych nie wprost, a co za tym idzie, komunikacji niewerbalnej (mowy ciała).

Wobec współistnienia obok siebie werbalnej i niewerbalnej strony wypowiedzi istotne jest zachowanie spójności pomiędzy jedną i druga formą przekazu.

**Spójna wypowiedź** to taka, w której strona werbalna i niewerbalna nawzajem się wspierają, zgadzają się ze sobą. Pogodna i uśmiechnięta twarz nadawcy dobrze koresponduje z jego wypowiedzią: „jestem zadowolony”.

**Niespójne wypowiedzi** to takie, w których tej zgodności brakuje, kiedy pomiędzy tymi formami przekazu występuje sprzeczność. Sytuacja taka jest dla odbiorcy skomplikowana. Nie wie on, do której informacji powinien się odwołać, czy wierzyć ma informacji przekazanej werbalnie czy niewerbalnie. Przy czym mamy wrodzone predyspozycje do ufania raczej informacjom przekazywanym drogą niewerbalną – wierzymy mimice, nie słowom. Informacje niespójne sprawiają odbiorcy problem, nadawcy natomiast dają swoiste bezpieczeństwo. Jeśli jakiś przekaz był niespójny, dwuznaczny, nadawca ma możliwość w razie potrzeby zdementować go i odwołać się do niewłaściwego odbioru przez słuchacza. Takie zachowania jednak znacznie komplikują proces komunikacji. Jeśli zależy nam na jasnej i otwartej komunikacji, powinniśmy się starać, żeby nasze wypowiedzi były jednoznaczne, spójne, a co za tym idzie czytelne dla naszego odbiorcy. Kłamstwo często jest niespójnym komunikatem. Słowa podlegają dużo łatwiejszej kontroli niż reakcje fizjologiczne naszego ciała, dlatego często po mimice możemy rozpoznać czy nadawca mówi prawdę.

**Zapamiętaj!**

**Pomyślane nie znaczy powiedziane**

**Powiedziane nie znaczy usłyszane**

**Usłyszane nie znaczy zrozumiane**

**Zrozumiane nie znaczy zaakceptowane**

**WIELOZNACZNOŚĆ W KOMUNIKACJI**

Każdy człowiek jest inny. Ten z pozoru banalny truizm ma bardzo duże znaczenie dla odbioru i opisywania otaczającego nas świata. Różnimy się nie tylko z biologicznego punktu widzenia (różne temperamenty), różnimy się także ze względu na proces socjalizacji. Dorastamy w różnych środowiskach, otrzymujemy różne wychowanie, nabywamy specyficzne dla nas doświadczenia i wiedzę. W naszych mózgach powstają różne skojarzenia i często te same przedmioty wywołują różne emocje u dwóch różnych osób. Te wszystkie opisane wyżej fenomeny stanowią nasz wewnętrzny model świata, który w dużym stopniu determinuje nie tylko nasze zachowanie, ale i percepcję otaczającego świata. Nasze doświadczenia, skojarzenia i emocje stanowią jakby soczewki czy filtry, przez które oglądamy, a następnie interpretujemy wszystko co do nas dociera. Interpretacje te mogą się różnić wśród poszczególnych osób i prowadzić do nieporozumień komunikacyjnych.

Jednym z najprostszych przykładów różnic w odbiorze świata są znaczenia wieloznacznych słów. Co oznaczają dla Ciebie słowa: często, zaraz, szybko, wysoko, daleko, blisko, ciężki, lekki, trochę, dużo, stary, młody? Ile to jest w centymetrach, metrach czy kilometrach, minutach, godzinach czy dniach, gramach, kilogramach czy tonach?

Posługiwanie się wieloznacznymi słowami może prowadzić do nieporozumień komunikacyjnych.

Przykładem może być sytuacja, gdy obywatel oczekuje szybkiego załatwienia sprawy w urzędzie. Dla niego szybko oznacza w ciągu 3 dni. Dla pracownika urzędu, który co do zasady ma 30 dni na rozpatrzenie danej sprawy, szybkie jej załatwienie może oznaczać 2 tygodnie. Brak precyzji w określeniu terminu (podanie daty) prowadzić może do niezadowolenia obu stron. Obywatel będzie narzekał na powolność Urzędnika mimo prośby i zapewnienia z jego strony, że sprawa zostanie szybko załatwiona. Urzędnik będzie zbulwersowany niewdzięcznością i niezadowoleniem Obywatela w przypadku, gdy sprawa została rozpatrzona o połowę szybciej niż zazwyczaj.

**Pamiętaj!
Te same słowa mogą mieć różne znaczenie u różnych osób, te same obrazy przywołują na myśl różne skojarzenia, dlatego pamiętajmy o precyzyjnym formułowaniu komunikatów.**

**Komunikacja motywująca**

Komunikacja motywująca odgrywa kluczową rolę zwłaszcza w kontekście pracy ze studentami oraz w komunikacji w organizacji. Skuteczne wykorzystanie technik i narzędzi komunikacji motywującej pozwala na zwiększenie zaangażowania i motywacji studentów oraz pracowników, co ma bezpośredni wpływ na poziom ich osiągnięć naukowych, akademickich czy zawodowych.

W kontekście pracy ze studentami, komunikacja motywująca może przejawiać się na wiele sposobów. Na przykład, wyrażanie pozytywnych opinii o ich pracy, docenianie ich osiągnięć, udzielanie konstruktywnej krytyki, ale także okazywanie zainteresowania ich rozwojem i kierunkami, w których chcą się rozwijać. Takie podejście pozwala na budowanie zaufania i pozytywnej relacji ze studentami, co zwiększa ich zaangażowanie w proces nauczania oraz motywację do zdobywania wiedzy.

W przypadku zarządzania zespołem pracowników naukowych, komunikacja motywująca może przejawiać się w różnych formach, na przykład, udzielanie regularnej informacji zwrotnej, zapewnianie odpowiednich warunków pracy, okazywanie zainteresowania ich osiągnięciami naukowymi, a także udzielanie wsparcia w ich rozwoju zawodowym. Taki sposób zarządzania sprzyja budowaniu zaangażowania i motywacji pracowników naukowych, co z kolei wpływa na poziom ich osiągnięć naukowych i jakość prowadzonych badań.

Istnieje wiele technik i narzędzi komunikacji motywującej, które można wykorzystać w różnych kontekstach, na przykład w pracy nauczyciela, menadżera czy współpracownika. Poniżej przedstawiamy kilka z nich:

1. Wyrażanie pozytywnych opinii - docenianie i nagradzanie za dobrą pracę, wskazywanie na sukcesy i osiągnięcia.
2. Udzielanie konstruktywnej krytyki - pomoc w wykrywaniu błędów i niedoskonałości, wskazywanie na sposoby ich poprawienia.
3. Okazywanie zainteresowania - wykazywanie zainteresowania osobą, jej potrzebami, celami i ambicjami.
4. Ustalanie celów i planowanie działań - wyznaczanie konkretnych celów oraz współpracę w ustaleniu działań, które doprowadzą do ich osiągnięcia.
5. Słuchanie aktywne - skupienie się na słuchaniu i zrozumieniu osoby, a nie tylko na formułowaniu własnych myśli.
6. Pytania otwarte - zadawanie pytań otwartych, które wymagają rozwinięcia wypowiedzi, pozwala na zrozumienie problemu z perspektywy rozmówcy.
7. Pozytywna retoryka - stosowanie pozytywnych i motywujących słów, unikanie negatywnych i krytycznych wyrażeń.
8. Feedback 360 stopni - skuteczna technika polegająca na uzyskaniu informacji zwrotnej od różnych osób związanych z danym procesem, co pozwala na ulepszanie swojego działania.
9. Delegowanie odpowiedzialności - pozwalanie na samodzielne podejmowanie decyzji i wykonywanie zadań przez podwładnych, co zwiększa ich poczucie autonomii i motywację do pracy.
10. Motywowanie pozytywne i negatywne - pozytywne motywowanie poprzez nagradzanie, a negatywne poprzez konsekwencje wynikające z niepowodzeń lub nierzetelnej pracy.

Ważne jest, aby wykorzystywać techniki i narzędzia komunikacji motywującej w sposób świadomy i dostosowany do konkretnej sytuacji, co pozwoli na osiągnięcie najlepszych efektów.

Rozwijanie komunikacji motywującej wymaga czasu i wysiłku, ale efekty są nieocenione - zarówno dla nas samych, jak i dla osób z którymi komunikujemy się na co dzień. Poniżej przedstawiam kilka sposobów na rozwijanie tej umiejętności:

1. Świadomość słów i zachowań - świadome stosowanie pozytywnych słów i wyrażeń oraz unikanie negatywnych i krytycznych komentarzy.
2. Słuchanie aktywne - skupianie się na rozmówcy, jego potrzebach i oczekiwaniach oraz zadawanie pytań, które pozwalają na lepsze zrozumienie jego perspektywy.
3. Stworzenie pozytywnego środowiska - budowanie atmosfery zaufania i pozytywnych relacji w miejscu pracy, w szkole czy w innych miejscach, w których spędzamy czas.
4. Uczestnictwo w szkoleniach - uczestnictwo w szkoleniach z zakresu komunikacji, psychologii czy coaching'u, które pomogą w rozwijaniu umiejętności motywowania innych.
5. Korzystanie z narzędzi i technik - wykorzystywanie narzędzi i technik, takich jak feedback 360 stopni, delegowanie odpowiedzialności czy okazywanie zainteresowania, które pomagają w budowaniu pozytywnej relacji z innymi.
6. Ćwiczenia - systematyczne ćwiczenie umiejętności motywacyjnych poprzez rozmowy z ludźmi, które pozwolą na zdobycie praktyki w stosowaniu różnych technik.

Ważne jest, aby pamiętać, że komunikacja motywująca to proces ciągłego rozwoju i doskonalenia, który wymaga pracy nad sobą i otwartości na potrzeby innych osób.

**MODEL KOMUNIKACJI WG WATZLAWICKA**

Model góry lodowej to jeden z podstawowych modeli komunikacji. Przyrównuje on naszą komunikację do góry lodowej. Wyróżnia on dwie płaszczyzny komunikacji – płaszczyznę rzeczową, stanowiącą czubek góry i płaszczyznę relacji wzajemnych, odpowiadającą zanurzonej pod wodą podstawie góry.

**Płaszczyzna rzeczowa,** racjonalna, świadoma – to treści przekazywane wprost, fakty, prośby, polecenia. Odnosi się ona do tej części komunikatu, która może zostać odczytana ze słów. Tak jak czubek góry lodowej płaszczyzna rzeczowa stanowi zaledwie 20% przekazywanych treści, to część, która jest widoczna – wystaje ponad powierzchnię wody.

**Płaszczyzna relacji wzajemnych**, irracjonalna, nieświadoma - to zanurzona pod wodą podstawa góry lodowej, stanowiącą pozostałe 80% treści komunikatu. Składają się na nią wszystkie emocje, komunikaty nie wprost, gesty czy mimika. Gdy osoba jest pełna emocji – zdenerwowana, smutna czy wesoła to porusza się na tej właśnie płaszczyźnie. Wtedy logiczne argumenty, suche fakty nie docierają do niej – emocje biorą górę nad logiką.

**MODEL 4 PŁASZCZYZN KOMUNIKACJI WG SCHULZ VON THUNA**

Model zaproponowany przez specjalistę badającego procesy komunikacji Fiedricha Schulz von Thuna jest rozbudowaniem modelu Watzlawicka. Zakłada on, że komunikacja odbywa się na czterech płaszczyznach. Każda płaszczyzna odpowiada innemu znaczeniu tego samego komunikatu. Poza słowami, jakie są użyte w przekazie bardzo duże znaczenie ma tutaj komunikacja niewerbalna (ton głosu, mimika, gestykulacja) i to właśnie ona odpowiada za jego znaczenie.

**1.** **Zawartość rzeczowa** Co chcę zakomunikować?

Podstawowym, choć nie jedynym, zadaniem wypowiedzi jest udzielenie informacji. Zawsze gdy chodzi o jakiś „konkret” ta płaszczyzna wypowiedzi wysuwa się na plan pierwszy.

**2.** **Apel** Do czego chciałbym Ciebie nakłonić?

Zadaniem wypowiedzi jest również nakłonienie odbiorcy do wykonania lub zaniechania czegoś, do pomyślenia albo odczucia czegoś.

**3.** **Relacja wzajemna** Co myślę o Tobie, jaki jest nasz wzajemny stosunek? Wypowiedź wyraża postawę, jaką nadawca przyjmuje w stosunku do odbiorcy, za kogo go uważa, co o nim myśli. Często informują o tym, oprócz mimiki, intonacji głosu, również inne sygnały pozawerbalne. Odbiorca może być wyczulony na płaszczyznę wzajemnych relacji. Zawartość tej płaszczyzny, jej „zabarwienie” decyduje o tym, w jaki sposób odbiorca czuje się traktowany przez nadawcę.

**4.** **Ujawnienie siebie** Co mówię o sobie?

Każda wypowiedź mówi też coś o samym nadawcy. Jako nadawca, chcąc nie chcąc, wysyłam informacje o sobie. Ujawniam, że jestem np. zdenerwowany, zadowolony, poirytowany. Często staramy się wypaść jak najlepiej, chcemy najlepiej się zaprezentować, jednak nasze ciało lub trzęsący się głos ujawnia słuchaczom nasze zdenerwowanie.

**Precyzowanie wypowiedzi**

**Jak porozumiewać się skutecznie: 4 zasady**

**1.** **Jak to powiem**

 Obrazowy, barwny sposób mówienia, właściwe operowanie gestem, mimiką, modulacja głosu, zmiana intonacji

 Jak mówię - jasna struktura wypowiedzi

**2.** **Do kogo mówię**

 Język dostosowany do możliwości odbiorcy

 Rozumienie emocji (własnych i partnera)

 Treść zgodna z oczekiwaniami

 Odpowiednie tempo mówienia i długość wypowiedzi

 Wrażliwość na informacje zwrotne od odbiorcy (mimika i gesty słuchacza pokazujące znudzenie zainteresowanie, rozumienie, napięcie itp.)

**3.** **Co chcę powiedzieć**

 Muszę znać wszystkie informacje, które należy przekazać

**4.** **Jaki cel chcę osiągnąć**

 Jasno wytyczony cel pozwala trzymać się tematu i budować wypowiedź precyzyjną i jasną

**Proces słuchania**

Słuchanie składa się z pięciu równolegle przebiegających procesów:

**I.** **Słyszenie** jest fizjologicznym aspektem słuchania, procesem nieselektywnego odbierania fal dźwiękowych przez narząd słuchu

**II.** **Uczestniczenie** jest psychicznym aspektem słuchania, jest to proces selektywny. Wybieramy niektóre wiadomości, inne odrzucamy. Koncentrujemy się na tych wiadomościach, z których płyną dla nas jakieś korzyści.

**III. Zrozumienie** składa się z kilku elementów. Trzeba znać reguły języka, w jakim podana jest wiadomość, posiadać wiedzę na temat źródła wiadomości: np. czy czyjaś obraźliwa uwaga jest żartem czy obelgą. Kontekst odbioru wiadomości również ma bardzo duże znaczenie: ziewanie o północy może znaczyć zmęczenie, podczas gdy w ciągu dnia – znużenie. Zrozumienie zależy od możliwości intelektualnych słuchającego.

**IV. Zapamiętywanie** to zdolność odtwarzania informacji, które zostały wcześniej odebrane. Badania dotyczące słuchania pokazują, że człowiek bezpośrednio po usłyszeniu pamięta tylko połowę tego co usłyszał. W czasie dwóch miesięcy kolejna połowa ulega zapomnieniu, pozostaje tylko 25% początkowej wiadomości. Mimo, że większość ludzi pamięta niewiele szczegółów z przeprowadzonych rozmów, pozostaje jednak ogólne wrażenie na temat rozmówcy.

**V.** **Reagowanie** następuje w ostatniej fazie procesu słuchania i stanowi informacje zwrotną dla mówiącego. Dobry słuchacz okazuje uwagę poprzez zachowania niewerbalne, kontakt wzrokowy, odpowiednią mimikę. Zachowania werbalne, np. stawianie pytań są dalszym potwierdzeniem uważnego słuchania.

**KOMUNIKAT „JA” VS. KOMUNIKAT „TY”**

**Komunikat typu TY**

Jest najczęściej używaną formą wyrażania swoich ocen wobec innych ludzi. W taki właśnie sposób krytykujemy innych, chwalimy, prowadzimy rozmowy oceniające. Komunikaty te zawierają w sobie ***element oceny*** („jesteś bardzo dobrym pracownikiem”; „nie jesteś zdyscyplinowany”, „jesteś niekompetentny”) lub etykiety (bez jednoznacznego znaku oceny). Są to wypowiedzi zaczynające się zazwyczaj od **TY** (czasem słowo to jest pomijane przy zachowaniu odpowiedniej formy gramatyczne – 2 os. liczby pojedynczej). Ich użycie powoduje obarczenie odpowiedzialnością drugiej osoby za uczucia, które towarzyszą nadawcy, wywołane zachowaniem rozmówcy.

Są to komunikaty naruszające terytorium psychologiczne drugiej osoby. Kiedy używamy tego typu komunikatów, narażamy się na to, że nasz rozmówca poczuje się urażony ze względu na nieodpowiednią formę i będzie się zachowywał jak osoba zaatakowana. W konsekwencji odrzuci treść komunikatu, gdyż skoncentruje się na obronie. Nawet, jeśli nasza krytyka była słuszna, rozmówca nie przyjmie jej treści.

**Przykłady :**

Zawsze źle wypadasz w takich sytuacjach.

To nieprawda, kłamiesz.

Jak zwykle musisz postawić na swoim.

Postępujesz źle.

Zachowujesz się nieodpowiednio.

**Komunikaty typu JA**

Są to wypowiedzi w pierwszej osobie liczby pojedynczej, które często zaczynają się od **JA.** Mówią one o naszych uczuciach, spostrzeżeniach i postawach. Używamy ich, aby powiedzieć, jak na nas działają słowa czy zachowanie naszego rozmówcy, jak na nie reagujemy. Komunikaty te są pozbawione elementu oceny czy też etykietowania. Kiedy używamy komunikatów JA pozostajemy na własnym terytorium psychologicznym i z szacunkiem traktujemy drugą osobę. Komunikat Ja wskazuje na fakt, iż nadawca bierze na siebie odpowiedzialność za swoje myśli, uczucia i pragnienia opisując swoje reakcje, nie dokonując jednak sądów wartościujących. Ta forma wypowiedzi w mniejszym stopniu niż wypowiedź TY, prowokuje do reakcji obronnych. Wypowiedź JA pozwala mówiącemu ujawnić cześć siebie, odsłonić w pewnym zakresie co myśli i jaki ma stosunek do poruszanych kwestii , co podczas rozmowy może przełamać lody. Kiedy nadawca odsłania karty może liczyć że druga strona zrobi to samo zamiast bronić się i wszystko negować. Kontakt staje się wtedy głębszy, co wpływa pozytywnie na wzajemne relacje. Komunikat Ja jest asertywnym sposobem komunikacji.

Komunikat typu Ja składa się z dwóch elementów:

 Z opisu wydarzeń lub faktów powiązanych z osobą odbiorcy informacji

 Z opisu reakcji nadawcy na powyższe wydarzenia lub fakty

Reakcją może być osobista informacja nadawcy o:

- przeżywanych uczuciach,

- myślach i wyobrażeniach,

- postawach,

- konsekwencjach dotyczących własnego zachowania.

Przykłady: *Jestem szczególnie wyczulony na tym punkcie, gdyż już raz miałem nieprzyjemności z tego powodu; Nie czuję się słuchana* (informacja o uczuciach), *kiedy odbierasz komórkę w trakcie naszej rozmowy* (opis wydarzenia).

*Kiedy zaczynasz krzyczeć i przerywasz mi, mam ochotę w ogóle zakończyć rozmowę. Kiedy patrzysz w monitor rozmawiając ze mną, czuje się ignorowana.*

**Stosowanie formy JA jest szczególnie wskazane:**

 w rozmowach wyjaśniających po zaistnieniu konfliktu,

 w sytuacjach konfliktu, kiedy druga osoba nie dostrzega problemu, szczególnie w sferze uczuć i percepcji drugiej strony,

 podczas odsłaniania swoich intencji co ułatwia przekonanie drugiej osoby i sprawia że wydamy się bardziej szczerzy.

Istota umiejętności komunikacyjnych w pracy z innymi ludźmi polega na umiejętnym nawiązywaniu i utrzymywaniu pozytywnych relacji z innymi oraz na skutecznym przekazywaniu informacji i idei. Poprawna komunikacja z ludźmi w pracy jest kluczowa w dzisiejszych czasach, ponieważ umożliwia efektywną współpracę i osiąganie wspólnych celów. Dzięki dobrej komunikacji możemy zbudować zaufanie i zrozumienie wśród współpracowników, co przyczynia się do lepszej atmosfery w pracy i zwiększenia produktywności. Istotne jest również, aby umieć słuchać i doceniać perspektywę innych osób, a także być w stanie wyrazić swoje zdanie w sposób konstruktywny i pozytywny. Wszystko to wymaga od nas ciągłego doskonalenia naszych umiejętności komunikacyjnych i rozwoju w tym zakresie.