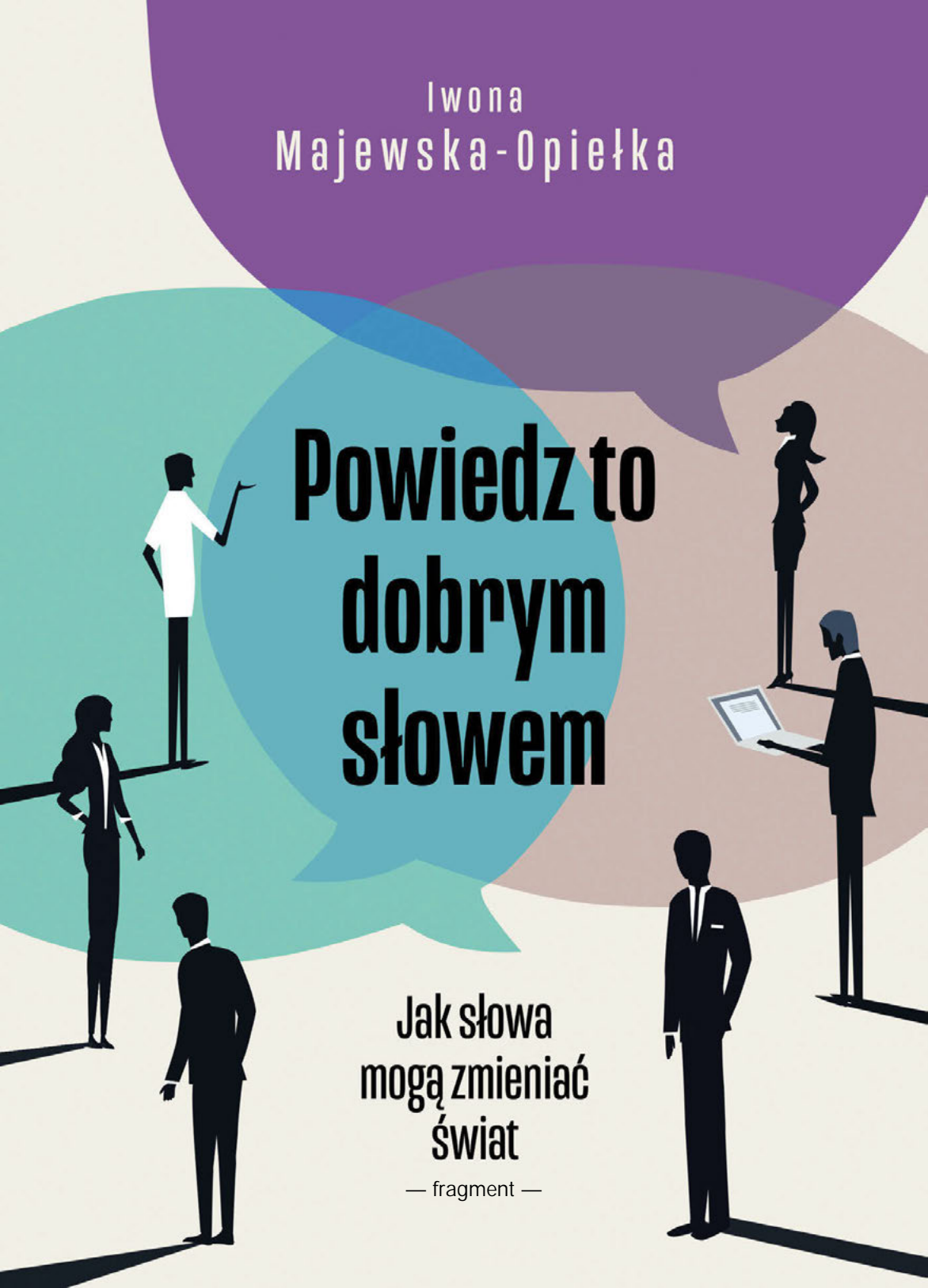


Iwona
Majewska-Opiełka

Powiedz to dobrym słowem

Jak słowa
mogą zmieniać
świat

— fragment —



**Powiedz to
dobrym
słowem**

Iwona
Majewska-Opielka

Powiedz to dobrym słowem

Jak słowa
mogą zmieniać
świat



almapress

Redakcja: *Patrycja Pacyniak*
Korekta: *Agnieszka Adamska*
Skład: *Mirosław Tojza*
Projekt okładki: *Beata Kulesza-Damaziak, Studio KARANDASZ*

Copyright © by Oficyna Wydawnicza Alma-Press Warszawa 2024
Copyright © by Iwona Majewska-Opielka 2024

Wszystkie prawa zastrzeżone. Książka ani żadna jej część nie może być przedrukowywana ani w żaden sposób reprodukowana lub odczytywana w środkach masowego przekazu bez pisemnej zgody Gdańskiego Wydawnictwa Psychologicznego.

ISBN 978-83-7020-922-3 (e-book)
— fragment —

Wydanie 2.
(1. w tej edycji. Wydanie 1. ukazało się nakładem wydawnictwa GWP)

Oficyna Wydawnicza Alma-Press Spółka z o.o.
ul. Łędzka 44a, 01-446 Warszawa
tel. (22) 877-27-04
e-mail: alma@almapress.com.pl
www.almapress.com.pl

*Książkę tę dedykuję tym wszystkim, którzy pracują ze mną
dla idei dobrego słowa: ludziom skupionym wokół
Fundacji Wychowanie do Szczęścia i mojej firmy.
Pragnę, aby przeczytali ją jednak przede wszystkim ci,
których w krótkiej rozmowie nie potrafiłam skutecznie przekonać,
że to, jakich słów używamy, ma tak wielkie znaczenie...
I że lepsze są dobre słowa.*

Spis treści

Siedem procent, czyli po co piszę tę książkę	11
CZĘŚĆ 1 KOMUNIKACJA	19
Rozdział 1	
Dlaczego się komunikujemy?	25
Rozdział 2	
Po co się komunikujemy?	28
Rozdział 3	
Od nieświadomości do uświadomienia	57
CZĘŚĆ 2 JĘZYK JAKO ŹRÓDŁO TOŻSAMOŚCI	99
Rozdział 1	
Tożsamość wiekowa, narodowa, płciowa	112
Rozdział 2	
Tożsamość psychologiczna	121
Rozdział 3	
Prezentacja siebie jako sterowanie tożsamością	123

CZĘŚĆ 3 KOMUNIKACJA Z SAMYM SOBĄ	131
Rozdział 1	
Kim jesteś? Czego chcesz?	146
Rozdział 2	
Obraz siebie i samoocena	156
Rozdział 3	
To twoje emocje	167
CZĘŚĆ 4 UŚWIADOMIONA SKUTECZNA KOMUNIKACJA	181
Rozdział 1	
Dlaczego uświadomiona	184
Rozdział 2	
Dlaczego skuteczna	187
Rozdział 3	
Dlaczego komunikacja	196
CZĘŚĆ 5 KOMUNIKACJA JAKO WPŁYW	199
Rozdział 1	
Polityka — królowa wywierania wpływu	201
Rozdział 2	
Media i masowe komunikatory	209
Rozdział 3	
Ekonomia i inna wiedza ekspercka	220

Rozdział 4	
Codziennosc i komunikacja	228
Rozdział 5	
Osobisty wpływ	237
CZĘŚĆ 6 MOJA ORTODOKSJA	241
Rozdział 1	
Co to jest „dobre słowo”?	251
Rozdział 2	
Co stoi za dobrym słowem, a co za tym niedobrym	263
Rozdział 3	
Ciszej, proszę... I mądrzej	278
Rozdział 4	
Dzień Dobrego Słowa	282
CZĘŚĆ 7 PSYCHOLOGIA I SŁOWO	287
Rozdział 1	
Twarz psychologa	292
Rozdział 2	
Postrzeganie i myślenie a rzeczywistość. Co może tu zdziałać psycholog?	295
Rozdział 3	
Eksperymenty ze słowem	309

Rozdział 4

Co może psycholog 313

CZĘŚĆ 8 SKUTECZNY JĘZYK 317

Rozdział 1

Język a poczucie własnej wartości 319

Rozdział 2

Język proaktywny 329

Rozdział 3

Język pozytywny, język nadziei 337

Rozdział 4

Język poczucia obfitości, język współpracy 346

Rozdział 5

Język spójności wewnętrznej 352

Zakończenie 356

Bibliografia 358

Siedem procent, czyli po co piszę tę książkę

*Świat jest zrobiony ze słów,
jeśli znasz słowa, z których składa się świat,
możesz zrobić z niego cokolwiek sobie życzysz.*

Richard Branson

Przy okazji jednej z konferencji podeszła do mnie młoda kobieta. „Widziałam, że pani tu idzie, i nie mogłam sobie odmówić przyjemności porozmawiania z panią. Jestem w sali obok, ale poznałam panią i chciałam się osobiście przedstawić. Znamy się z Facebooka” – powiedziała. Podała nazwisko i natychmiast ją skojarzyłam: nie chciałam polubić proponowanej mi przez nią do polubienia strony, ponieważ niezbyt odpowiadał mi język, jakim wyrażano na niej myśli, istotnie – ważne. „Jestem pewna, że mogłybyśmy coś razem zrobić, w sumie przyświeca nam ta sama idea, chcemy, aby edukacja była na wyższym poziomie” – dodała szybko, wręczając mi wizytówkę. „Ja chcę, żeby w szkołach wychowywano mądrych i szczęśliwych ludzi, nie o poziom edukacji mi chodzi” – odpowiedziałam i podzieliłam się wątpliwościami co do języka używanego na stronie internetowej tej pani. Powiedziałam, że pamiętam, iż było w nim zbyt wiele słów niosących negatywne emocje. I na to ta przedsiębiorcza, młoda (jej zdaniem: już nie taka młoda) kobieta przed czterdziestką powiedziała: „Pani Iwono, przecież to tylko siedem procent”.

Tymi słowami trafiła w mój czuły punkt w obszarze pracy nad lepszą komunikacją – chodzi o niewłaściwą interpretację badań Alberta Mehrabiana i wnioski, jakie się z nich wyciąga¹. Szybko, na ile pozwalał na to czas, wyjaśniłam tej pani, iż nieprawdą jest, jakoby znaczenie słów miało zaledwie 7% wpływu na odbieranie przekazu informacyjnego, jakoby główny wpływ – 55% – wywierało wrażenie, jakie sprawiamy, a w tym mowa ciała, w 38% zaś decydujący był ton głosu. Tak może się dziać jedynie wtedy, kiedy słowna treść komunikatu jest rozbieżna z tym, co niewerbalne, ale i wówczas chodzi raczej o wiarę, zaufanie, a nie o siłę przekazu czy jego rozumienie. Często prostuję interpretację tych badań, tym bardziej że zmienia się ona w zależności od tego, kto się posługuje diagramem Mehrabiana. Słyszałam już nawet, że to, jak odbiera się komunikat słowny, zależy przede wszystkim (55%) od wyglądu zewnętrznego, z naciskiem na strój. Łatwo się domyśleć, kto tak interpretował wyniki tych badań. Sam Mehrabian napisał w liście do Maksa Atkinsona z 31 października 2002 roku: „Czuję się w oczywisty sposób niezręcznie w związku z niewłaściwym cytowaniem moich badań. Od samego początku starałem się nakreślać granice moich wniosków. Niestety wśród konsultantów zajmujących się wizerunkiem korporacji czy przywództwem jest wielu praktyków działających we własnym stylu i z niewielką wiedzą psychologiczną”². Od siebie dodam, że dotyczy to nie tylko tego tematu. Nie ma szkolenia, abym nie prostowała nieprawdziwych informacji, jakie podają uczestnikom trenerzy. Kiedy te informacje służą czemuś dobremu, jestem w stanie jeszcze to zrozumieć, zupełnie natomiast nie mogę pojąć, po co przekazują je wówczas, gdy dane te nawet nie dają szkolonym żadnej korzyści.

¹ Z przykrością stwierdzam, że wśród osób zniekształcających te badania jest również Brian Tracy (zob. Tracy, 2010, s. 16–17).

² Zob. <http://www.speakingaboutpresenting.com/presentation-myths/mehrabian-nonverbal-communication-research/> (dostęp: 16.07.2014).

Nie jest łatwo w ciągu minuty wyjaśnić olbrzymią i złożoną rolę słów, języka w ogóle. Po oczach mojej rozmówczynie widziałam, że nie wszystko rozumie, jednak obie chciałyśmy wrócić do swoich zajęć. Idąc wówczas do moich słuchaczy, wiedziałam już, że napiszę książkę o słowie i że rozpocznę ją właśnie od opowiedzenia tej historii. Nie tylko owa pani nie rozumie bowiem mojego nieco ortodoksyjnego stosunku do słów, do używania języka pozytywnego, polskiego, pięknego i prostego. Niemal codziennie spotykam się z podobnymi spojrzeniami lub komentarzami. Stwierdzenia typu: „Nie przesadzaj”, „Wyluzuj, to tylko semantyka” czy czasem nawet „Wszelaka ortodoksja jest niewskazana” towarzyszą mojej pracy w tym zakresie. Często także ludzie zwyczajnie pytają: „A co to znaczy ten pozytywny język?” albo „A dlaczego to jest takie ważne?”

Książka daje sporą możliwość ekspresji, tłumaczenia, powracania do pewnych wątków w różny sposób, co prowadzi w końcu do zrozumienia tematu. I właśnie po to piszę tę książkę. Chociaż tytuł może sugerować, że chodzi w niej o język mówiony, to chodzi również o język pisany. W czasie czytania proces skojarzeniowy przebiega dokładnie tak samo, choć możliwe, że podświadomość nie programuje się tak silnie jak wtedy, gdy wypowiadamy słowa lub ich słuchamy.

Napisałam tę książkę po to, żeby było lepiej... w Polsce, na świecie. W ogóle po to piszę książki, blog, a nawet komentarze na Facebooku. Wierzę bowiem w moc słów, w ich siłę sprawczą. Nie tylko w nią wierzę, ale wiem, że istnieje, są wszakże na to dowody. Płyną one zarówno z obszaru mojej działalności, czyli z różnorodnych form wspierania rozwoju ludzi, zespołów i organizacji, jak i z nauki, z badań psychologii pozytywnej – ale nie tylko. Również inne eksperymenty, czasem z pogranicza fizyki kwantowej, biologii i parapsychologii, dają dowody na siłę słowa. Wiem też, jak bardzo słowa działają na mnie, jak potrafią wzruszać, dodawać skrzydeł, ale i zniechęcać, blokować, a nawet doprowadzać do łez. Wiem również, jak ja sama za sprawą słów oddziałuję na ludzkie nastroje, na motywację do działania, energię. Przeważnie efekt jest pozytywny, jako że wypracowałam pozytywny język, a wyćwiczona

proaktywność i nawykowy sposób pozytywnego myślenia powodują, iż zwykle wypowiadam się pozytywnie. Widzę, jak zmienia się poziom energetyczny ludzi w zależności od sposobu, w jaki mówię. Zdarza się jednak i tak, że nieopatrznie użyję słowa, które wyzwala w ludziach nie najlepsze emocje albo gasi zapał do pracy, czasem nawet chęć współpracy. Zastanawiam się potem zawsze nad tym, **co** powiedziałam, i próbuję dociec, **dłaczego** powiedziałam to właśnie w taki sposób, czy mogłabym powiedzieć to inaczej i co się kryje za instynktownym wyborem takiej wypowiedzi. Przeważnie znajduję odpowiedź, wiem, jak należało to powiedzieć i dlaczego użyłam określonych słów; często to naprawiam. Bywa jednak i tak, że dochodzę do wniosku, iż użyłabym ponownie tych samych słów, a przyczyna zachowania konkretnej osoby leży w niej samej. Nasze słowa przekształcane są bowiem przez schematy poznawcze odbiorcy i czasami cokolwiek powiemy, tłumaczone jest niezgodnie z naszą intencją.

Dlatego tak naprawdę nie możemy wziąć do końca odpowiedzialności za to, jak rozumiane są nasze słowa, możemy jednak starać się wypowiadać jak najbardziej adekwatnie w stosunku do tego, co chcemy przekazać, i wiedzieć, jaki cel przyświeca naszej komunikacji. Starajmy się minimalizować możliwość niewłaściwej interpretacji czy zranienia czyichś uczuć.

Właśnie po to napisałam tę książkę. Wierzę, że jej lektura oraz wprowadzenie w codziennym życiu sugerowanych w niej zmian, które zaowocują pozytywnym językiem, spowodują efekt uświadomionej, skutecznej komunikacji. To zaś nie tylko usprawni działanie, ale również wprowadzi do świata więcej dobrej energii, podniesie nastroje współpracujących ze sobą ludzi, złagodzi wywoływane słowami konflikty.

Niektórzy uważają, że każdemu wolno mówić i pisać, jak chce. Czy rzeczywiście? Nawet prawo nie do końca na to pozwala. Wiadomo

bowiem, że niektóre słowa są odczytywane jako obraźliwe czy uwłaczające godności i zgodnie z prawem określona za ich pomocą osoba może żądać przeprosin czy zadośćuczynienia. Pewne wypowiedzi mogą być nawet rozpatrywane przez prokuraturę niejako z urzędu. Wiadomo, że nie można używać słów, które obrażają uczucia religijne, narodowe lub rasowe. Wulgaryzmy, choć niezwykle powszechne, nie tylko wśród Polaków (a w społeczeństwie istnieje pewne przyzwolenie na ich stosowanie), oficjalnie również nie są akceptowane.

Poza tym, nawet jeśli jest swoboda wypowiedzi i prawo nie zabrania używania słów, które zachwaszczają nam podświadomość i świadomość, nie zmienia to wciąż faktu, że niektóre słowa są dla nas niedobre, wręcz szkodliwe. Prawo nie zabrania palić papierosów (choć, jak wiadomo, są na to wyznaczone miejsca), a jednak wszyscy wiedzą, że jest to niezdrowe. Podobnie jest z piciem niektórych napojów czy spożywaniem pewnych produktów – nikt nie zabrania jeść cukru, choć powszechnie wiadomo, jak poważne konsekwencje niesie jego nadmierne spożywanie.

Bardzo chciałabym, aby ludzie mieli podobną świadomość co do używania niektórych słów. To pierwszy krok w zmienianiu nawyków. Chciałabym również, aby prowadzono kampanie uświadamiające wpływ słów na jakość życia, a także na skuteczność działania. Zarówno w mojej firmie, jak i w założonej przeze mnie Fundacji Wychowanie do Szczęścia staramy się prowadzić takie uświadamiające akcje. Jest Dzień Dobrego Słowa, są wpisy na blogu, na Facebooku, są happeningi dotyczące roli słowa. Wszystko po to, aby zwracać uwagę na związek pomiędzy używanymi słowami a jakością życia. Moja książka również jest elementem tej kampanii. Liczba palaczy stale zmniejsza się w krajach, w których pracuje się nad zmianą świadomości. Ci, którzy wciąż palą, wiedzą, że dokonują niewłaściwego wyboru. Podobnie może być z pozytywnym językiem. Będą oczywiście ludzie, którzy pomimo wiedzy na ten temat nie zechcą się podjąć zdyscyplinowania własnego języka, wierzę jednak, że z czasem będzie systematycznie przybywać zwolenników dobrego słowa.

Dla części czytelników, szczególnie tych o wyłącznie pragmatycznym stosunku do życia, przekonujący może być fakt, że proponowane w tej książce podejście do języka zwiększa skuteczność działań, także biznesowych. Richard Branson, doskonały przykład skutecznego biznesmena, którego słowa posłużyły mi jako motto tego wstępu, może być dla nich większym autorytetem niż ja. Wprawdzie jestem kobietą biznesu, osiągam kolejne stawiane przed sobą cele i jestem skuteczna we wszelkich swoich działaniach, jednakże moje sukcesy nie są tak spektakularne, a życie tak kolorowe. No i nie jestem mężczyzną, co w tym wypadku nie jest bez znaczenia. Jednak Branson i wielu innych ludzi sukcesu podobnie jak ja rozumieją, że to słowa budują naszą rzeczywistość, to one wpływają zatem na sposób, w jaki ją postrzegamy, oceniamy i czujemy, co z kolei rodzi określone postawy, które motywują lub nie, inspirują lub nie, popychają do działania i je ułatwiają lub nie, zjednują nam innych... lub nie.

Często się słyszy, że sprzedaż – czy działalność w biznesie w ogóle – jest dziś oparta coraz bardziej na relacjach. Wielu ludzi to powtarza, rzadko kto naprawdę właściwie rozumie. Podstawowym elementem relacji międzyludzkich jest komunikacja, a w niej to słowa wciąż odgrywają doniosłą rolę, choć oczywiście przekazywane są za pomocą różnych kanałów.

Komunikacja musi być skuteczna, czyli ma prowadzić do osiągnięcia zamierzonego celu, ale w sposób, który optymalizuje wszelkie koszty; w tym wypadku chodzi również o koszty emocjonalne.

Trzeba zatem porozumiewać się tak, aby budować w ludziach emocje, które są potrzebne do konkretnych działań. Trzeba to jednak robić wiarygodnie, jako że kolejny istotny element dobrych relacji to zaufanie. Nie o manipulację zatem chodzi i nie o posługiwanie się właściwymi słowami w konkretnych sytuacjach, ale o zbudowanie

prawdziwie pozytywnego, dobrego języka, który w sposób naturalny wspierać będzie wszelkie nasze działania. Zapewnić może to jedynie zrozumienie, czym tak naprawdę jest język, jaka jest jego rola, i poznanie sposobu panowania nad nim po to, by potem on panował nad nami. Właśnie w tym celu napisałam tę książkę.

CZĘŚĆ 1

KOMUNIKACJA

*Choć język nie jest doskonałym nośnikiem myśli,
jest wspinałym narzędziem.
Dzięki niemu wykonujemy codzienne czynności
składające się na nasze cywilizowane życie.
Język jest podstawą osobistych relacji oraz środkiem do rozumienia
i wyrażania duchowej natury człowieka.
Nie informujemy kogoś, lecz porozumiewamy się z kimś.*

Ronald B. Adler, Lawrence B. Rosenfeld i Russell F. Proctor II

Przerwałam pisanie, aby poszukać w mądrych dziełach, stojących rzędem na półkach mojego gabinetu, odpowiedzi na pytanie, dlaczego się komunikujemy. To, co znalazłam, nie wniosło niczego nowego do mojej wiedzy, jako że już kiedyś te książki przeczytałam, jednakże swoje wypowiedzi mogę podeprzeć pozycjami bibliograficznymi... od Biblii począwszy.

„Wszystko, co robimy z innymi ludźmi, daje się sprowadzić do czterech podstawowych aktywności: pracy, zabawy, walki i spełniania rytuału” – napisał Jerzy Bralczyk (2000, s. 166), wyjaśniając jednocześnie, czym jest każda z tych czterech czynności. Jako psycholog, a także orędownik świadomego życia, dodałabym jeszcze jedną formę: **bycie**;

bycie z drugim człowiekiem, czasami zamierzone i odrębne od wszystkiego innego, ale występujące także w czasie wspomnianych czterech aktywności. Wszak nie cały czas pracujemy, bawimy się, walczymy o coś czy uczestniczymy w rytuałach, akcjach i ceremoniach.

Człowiek także po prostu jest. Najczęściej to bycie „odbywa się” w asyście innych ludzi.

Bez względu na to, w jakich okolicznościach ewolucyjnych rozwinęła się mowa, dziś jest nam ona niezbędna nie tylko do pracy, do porozumienia organizacyjnego, ale także do rozwoju społecznego i emocjonalnego oraz do... szczęścia. Badania pokazują, że ludzie nie mogą dłużej żyć bez wymiany myśli z innymi, bez relacji. Eksperyment polegający na przebywaniu w izolacji wykazał, że najbardziej wytrzymały uczestnik wytrzymał osiem dni, najmniej wytrzymały – dwie godziny. Wszyscy deklarowali, że nigdy więcej nie zgodzą się na coś podobnego (Schachter, 1959, s. 9–10). Wiadomo, że najpoważniejszym wyzwaniem wszelkich organizacji są rozmaite niedostatki w komunikacji, a przyczyna wygasania relacji w związkach również da się ostatecznie w większości sprowadzić do braku komunikowania się. Dlatego komunikacja, zarówno ta w wymiarze osobistym, jak i zawodowym, znajduje się w centrum zainteresowania mądrych ludzi. Nie można też zrozumieć istoty używania właściwego języka, jeśli nie zrozumie się istoty komunikacji, czyli nie odpowie sobie na dwa kluczowe pytania: „Dlaczego?” i „Po co?”. Pytania te można stawiać zarówno w stosunku do komunikacji w ogóle, jak i tej w konkretnych sytuacjach, w których mówimy, piszemy czy w inny sposób staramy się przekazać innym ludziom (a także sobie) jakieś informacje.

W tej książce nie będziemy się zajmować sprawami ogólnymi – odsyłam do wszelkich mądrych publikacji na temat komunikacji. Zajmie-

my się zaś konkretnymi, życiowymi sytuacjami – rzeczywistością człowieka XXI wieku.

Życie to komunikacja. Komunikujemy się przez cały czas – z samym sobą, z innymi. Przeważnie myślimy o komunikacji jak o mówieniu i słuchaniu, o świadomym korzystaniu z języka. Jednakże komunikacja to proces nieustający i dotyczący wielu mediów, wielu wymiarów, można powiedzieć: całości człowieka jako formy istnienia. Komunikujemy się wszak myślami, gestami, własnym wyglądem, a nawet wyglądem naszych domów czy samochodów, oraz obecnością – lub jej brakiem – w różnych miejscach. Pisząc „komunikujemy się”, nie mam na myśli wyłącznie świadomych oddziaływań.

Komunikacja ma miejsce wtedy, kiedy pomiędzy osobami zostanie przesłany i/lub odebrany jakiś komunikat.

Dwa spójniki oddzielone ukośnikiem – i/lub – podkreślają istotny element komunikacji. Sprawą niezwykle wagi jest zrozumienie, że nie zawsze komunikat musi być wysyłany w sposób celowy, a nawet świadomy. Komunikaty wysyłamy bowiem przez cały czas, najczęściej nieświadomie. Nie zawsze też jesteśmy świadomi, jak odbierają je inni ludzie, ani że w ogóle je odbierają. Często dzieje się tak, że jakiś komunikat trafia do innych, choć wcale nie był dla nich przeznaczony. Krótko mówiąc, ludzie interpretują nasze słowa lub – szerzej – zachowania także wtedy, gdy świadomie ich do nich nie kierujemy, a nawet nie wiemy o istnieniu odbiorców. Oddzielną formą komunikacji jest wyrażanie swoich opinii wobec większych grup czy też pokazywanie siebie w internecie lub w innych mediach. Piszę o tym więcej w dalszych rozdziałach³.

³ Na przykład w części 5 *Komunikacja jako wpływ*.

Ponieważ ta książka dotyczy słowa, będziemy się w niej zajmować komunikowaniem za pomocą języka, czyli mówieniem i pisaniem. Będziemy patrzeć na komunikację z punktu widzenia świadomego komunikatora, czyli przede wszystkim nadawcy, a jeśli odbiorcy, to po to, by umieć się chronić przed niepożądanymi komunikatami i nie-dobrymi słowami.

Nie bardzo lubię cybernetyczne podejście do komunikacji, jednak warto napisać o tym kilka słów, jako że model ten obowiązuje w obszarze szkoleń i byłoby dobrze, gdyby wszyscy jednakowo rozumieli mój przekaz i mogli go dołączyć do swojej wiedzy na ten temat. W modelu tym występują: **nadawca** komunikatu, czyli osoba, która mówi, **odbiorca** komunikatu, czyli osoba, która odbiera przekaz (albo do której jest on kierowany), **kanał**, czyli sposób, w jaki przekazuje się komunikat (na przykład bezpośrednio, słownie w czasie rozmowy albo za pomocą listu elektronicznego), i wreszcie **szumy**, czyli wszystkie bodźce i okoliczności, które towarzyszą zarówno nadawcy, jak i odbiorcy. Szumy mają kolosalny wpływ na szybkość komunikacji i na rozumienie komunikatu. Hamują przekaz, utrudniają odbiór lub zrozumienie, zmieniają treść. Mogą pochodzić zarówno z zewnątrz, jak i z wnętrza. Szumy zewnętrzne są oczywiste, na przykład hałas, dyskomfort wynikający z warunków otoczenia (zimno, gorąco, duszno) albo zachowania nadawcy czy innych osób. To w tym kontekście można mówić o wnioskach płynących z badań Alberta Mehrabiana: jeśli ciało nadawcy sprawia inne wrażenie niż jego słowa, nie wydaje się z nimi zgodne, możemy mu nie uwierzyć. Natomiast szumy pochodzące z wnętrza mogą dotyczyć samopoczucia (ból, senność, zmęczenie) albo nastroju odbiorcy. Nawet myśli są szumami – i nasze, i odbiorcy. Niestety na te drugie nie mamy wpływu. Możemy jednak próbować wpływać na nie swoim zachowaniem, a także odpowiednimi słowami, zwiększając prawdopodobieństwo tego, że będą korespondowały z ideą naszego komunikatu. Nasze myśli też mogą się pojawiać samoistnie, być szumem, ale na nie mamy już większy wpływ. To my decydujemy, co z nimi

zrobimy. Mnie samej zdarza się ulegać szumom emocjonalnym. Kiedy mój rozmówca użyje słowa, które wydaje mi się nie tylko nieadekwatne, ale i obraźliwe dla jakiejś grupy czy dla mnie, czasem staje się to bardziej istotne niż treść, którą przekazuje, a na pewno modyfikuje mój odbiór tej treści. Ostatnio w czasie prowadzonego przeze mnie szkolenia współprowadzący je trener użył słowa „frajer” w odniesieniu do osoby, która nie ulegnie jego manipulacji poznawczej, a o handlowcach powiedział, że to ludzie bezwzględni, oszuści. Uległam emocjom na tyle, że nie byłam w stanie spokojnie prowadzić dalej tego spotkania. A przecież mogłam skoncentrować się wyłącznie na treści, która nie była wywrotowa. Ot, po prostu mój interlokutor miał wielką swobodę językową. Aż dziwne, bo jako specjalista od manipulacji powinien wiedzieć, jak działają słowa. Staram się nad tym panować, jednak emocje mają wielką zdolność modyfikowania komunikacji.

Przykład 1 (nie case)⁴

Oto fragment felietonu napisanego przez psychologa, którego celem miało być zachęcenie do współpracy (czy jej spowodowanie) rodziców ze szkołą: „Rodzice wyraźnie nie potrafią współpracować z nauczycielami. Kiedy przychodzą na wezwanie nauczyciela, zwykle opancerzają się mechanizmami obronnymi i nie są skłonni do rzeczowej rozmowy. Bronią siebie lub dzieci. Kiedy przychodzą do nauczycieli z własnej inicjatywy, najczęściej z jawną lub tłumioną agresją. Generalnie można też zauważyć u większości opór przed partycypowaniem w pracach szkoły”.

⁴ Wszystkie przykłady są prawdziwe. Pochodzą z osobistych doświadczeń moich albo moich klientów i współpracowników. Nie uważam za wskazane posługiwać się angielskim słowem *case*, określającym przykład lub studium przypadku. Polskie odpowiedniki istnieją od dawna, więc sięganie po zapożyczenia z obcego języka jest przykładem pewnej niefrasobliwości.

Sformułowania typu „nie potrafią”, „opancerzają się mechanizmami obronnymi”, „jawna lub tłumiona agresja” wprowadzają szum do zamierzonego komunikatu – jest to szum emocjonalny. Może nawet nie są to myśli, ale nastrój, jaki dzięki nim powstaje, nie skłania do współpracy. Komunikat może być zaburzony tak dalece, że nie będzie w nim widoczna idea współpracy. To pokazuje, jak niedobre słowa wpływają na naszą komunikację, na jej skuteczność. A skąd to się bierze? Dlaczego właśnie tak pisze ekspert? Niniejsza książka powinna to wyjaśnić⁵.

To oczywiście, że komunikując się, trzeba cały czas dbać z jednej strony o czystość własnego komunikatu, z drugiej zaś o eliminowanie wszelkich szumów, które mogą powodować nieporozumienie.

Komunikacja to w istocie dochodzenie do porozumienia, do wspólnej części postrzeganego świata.

Mój niecybernetyczny model komunikacji tworzą ludzie: osoba, która mówi, osoba, do której kierowane są słowa czy która na nie reaguje, a także sposób, w jaki przekazuje się informacje, i wszelkie formy wpływu na wszystkich uczestników procesu komunikacji. Komunikacja to nie element naszych zachowań sprowadzony do schematycznego zapisu, to treść ludzkiego życia.

Dlatego żeby prawdziwie nad tym zapanować, trzeba zrozumieć wiele procesów składających się na komunikację oraz jej różnorodne formy. I tak nie wyczerpiemy całego wachlarza możliwości, ale poznamy przynajmniej to, co wiąże się z tematem książki. Zajmijmy się nieco tym, co warto uświadomić, jako że najczęściej jest nieświadome.

⁵ Więcej na ten temat piszę w rozdziale *Co stoi za dobrym słowem, a co za tym nie-dobrym* (por. część 6).

Rozdział 1

Dlaczego się komunikujemy?

*Człowiek jest istotą, której atrybutami są przynależność i więź,
bycie w łączności.*

François J. Paul-Cavallier

To motto w najbardziej ogólny sposób odpowiada na pytanie zadane w tytule tego rozdziału. Komunikacja ma nam zapewnić łączność i jest sposobem na budowanie więzi. Komunikujemy się nie tylko dlatego, że to pozwala nam na pozostawanie we względnej równowadze emocjonalnej i duchowej jako jednostkom, ale że reguluje również w podobny sposób procesy grupowe. Język, wspólna wiedza, dzielone informacje i idee zapewniają nam też przynależność do określonych grup czy narodów.

Komunikujemy się także dlatego, że za sprawą mówienia czy innej formy komunikacji albo zaspokajamy jakąś swoją potrzebę, albo przynajmniej dążymy do jej zaspokojenia. Czyli mówimy dlatego, że chcemy się podzielić dobrym uczuciem, jakie nas wypełnia, bądź zlikwidować napięcie, które w nas tkwi. Mówimy też pewne rzeczy dlatego, iż wydaje nam się, że właśnie tego oczekuje od nas jakiś człowiek czy grupa, że tak trzeba. Mówimy również nieco z przyzwyczajenia,

nawykowo, czasem dlatego, że mamy coś, czym chcemy się podzielić, na przykład informacje, wiedzę, uczucia, wątpliwości. Jakby jakaś wewnętrzna siła popychała nas do mówienia... Bywa, że kiedy coś powiemy, dziwimy się, a czasem żałujemy.

Przykład 2

Matka się dowiaduje, że sąsiadka widziała jej syna na mieście w godzinach, w których ten powinien był być w szkole. Natychmiast się denerwuje: „Ja mu dam, smarkaczowi jednemu. Koniec z kieszonkowym. Jak nie będzie miał pieniędzy, nie będzie miał po co łązić po mieście. Dwója z matmy, a on opuszcza lekcje. I kłamie. Pierwszy dzień po feriach, a on już wagaruje”. Uspokaja się: „Dowiem się, co się stało, zapytam, dlaczego był na mieście... A może porozmawiam z nim tak, że sam powie mi, że nie poszedł do szkoły. Tak, tak zrobię. Przecież chcę mu ufać. Ufam mu”. Każdy z tych pomysłów jest lepszy niż krzyczenie na syna. W drodze do domu kobiecie przypomina się jednak twarz sąsiadki, na której malowała się jakby satysfakcja, więc już od drzwi woła: „Dlaczego nie byłeś w szkole? Zaczynasz już wagarować. Koniec z...”. „Mamo, uspokój się. Byłem w szpitalu” – odpowiada chłopak.

„W szpitalu? Co ci się stało?” – znowu zwycięża słowo-sygnal, przenosząc uwagę matki na to, co dla niej najważniejsze, czyli na zdrowie jej syna. „Mnie nic. Matematyk jest chory i poszliśmy go odwiedzić. I tak nie było ostatniej lekcji” – wyjaśnia chłopak.

To nie był koniec rozmowy. Syn miał słuszny żal, że matka mu nie ufa.

Przykład pokazuje, jak napięcie czy potrzeba jego redukcji wygrywają czasem z chęciami. Najpierw łagodzimy gniew, ale przypominając sobie to, czego przypominać nie warto, oraz używając zdań i słów eskalujących napięcie, nie zastanawiamy się nawet, co chcemy

osiągnąć poprzez rozmowę, tylko eksplodujemy. I co potem? Każdy z nas zapewne albo sam powiedział, albo słyszał zdanie: „Po co ja to mówiłam?” czy „Po co ja to powiedziałem?”. Lepsze byłoby pytanie zaczynające się od „dlaczego”. Dlatego, że czuliśmy pewien nacisk, dlatego, że byliśmy pod presją, że coś w naszym wnętrzu domagało się w tym momencie uwolnienia, wyjścia... że poczuliśmy pewien impuls, bodziec. Jakże inaczej mogłaby wyglądać opisana w przykładzie scena, gdyby matka pozostała przy spokojnym w tonie racjonalizowaniu całej sytuacji, gdyby używała dobrych, właściwych słów...

Czy w ogóle było jakieś „po co” w tym, co powiedziała owa matka? Tylko domniemane: po to, aby syn się uczył, chodził do szkoły, *de facto* po to, aby jego życie było udane... Czy to wynika z komunikatu kobiety i czy daje szansę na przyczynienie się do tych pożądanых aktów? Raczej nie.

Bardzo często przez naszą niefrasobliwość psychologiczną⁶ pozwalamy sobie właśnie nawykowo myśleć czy mówić tak, że nie wynikają z tego żadne dobre skutki. Sama wielokrotnie ulegałam temu „nakręcaniu się” w relacjach ze swoimi dziećmi, a także z niektórymi dorosłymi. To dlatego jednym z warunków uczenia się pozytywnego języka i proaktywnych odpowiedzi na zachowania, w tym słowa, innych ludzi jest zwolnienie nieco tempa życia – po to, by móc świadomie zapanować nad swoją komunikacją. Może dalsze rozważania skłonią kogoś do tej nowej postawy.

— koniec darmowego fragmentu —
zapraszamy do zakupu pełnej wersji

⁶ W ramach budowania pozytywnego języka zastąpiłam tym sformułowaniem niegdyś używane przeze mnie, a zapożyczone z tekstu Krystyny Kofty, określenie „niechlujność psychologiczna”. Ja również przez cały czas staram się doskonalić pozytywny wydźwięk swojego języka.



Mówienie dobrym słowem przekłada się na lepsze słuchanie. To szansa dla wielu mądrych ludzi, którzy są cisi i mniej elokwentni. to szansa na cichszy świat. Często się zdarza, że nasze wypowiedzi odnoszą skutek odwrotny do zamierzonego. Zamiast zmotywować – zniechęcają. Zamiast pocieszyć – doprowadzają do łez. Jakich słów użyć, aby precyzyjnie wyrazić swoją myśl? Aby zostać zrozumianym zgodnie z intencjami? Co zrobić, żeby nasz przekaz wyrażał dokładnie to, co chcemy wyrazić, by nie został źle odebrany?

Jeśli potraktujemy właściwe mówienie, posługiwanie się dobrym słowem tak, jak to proponuję w tej książce, nieuchronnie pójdą za tym osobisty rozwój i zmiana sposobu myślenia. Mówienie dobrym słowem zwiększa poczucie własnej wartości [...], wzmacnia pozytywne myślenie i poczucie obfitości. Jest kwintesencją proaktywności i towarzyszy mu spójność wewnętrzna. Kiedy proszę: „Powiedz to dobrym słowem”, tak naprawdę namawiam do samodoskonalenia.

Napisałam tę książkę po to, żeby było lepiej... w Polsce, na świecie. W ogóle po to piszę książki, blog, a nawet komentarze na Facebooku. Wierzę bowiem w moc słów, w ich siłę sprawczą. Nie tylko w nią wierzę, ale wiem, że istnieje, są wszakże na to dowody. Płyną one zarówno z obszaru mojej działalności, czyli z różnorodnych form wspierania rozwoju ludzi, zespołów i organizacji, jak i z nauki – z badań psychologii pozytywnej, ale nie tylko. Również inne eksperymenty, czasem z pogranicza fizyki kwantowej, biologii i parapsychologii, dają dowody na siłę słowa.

IMO