

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**



**Projekt finansowany przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię
z Funduszy EOG w ramach Programu Aktywni Obywatele –
Fundusz Regionalny**

Projekt realizowany przez:



Patronat medialny:



Wystąpienia publiczne
i autoprezentacja
w sytuacjach zawodowych

Co jest, a co nie jest
wystąpieniem publicznym?

publiczny

1. dotyczący całego społeczeństwa lub jakiejś zbiorowości
2. dostępny lub przeznaczony dla wszystkich
3. związany z jakimś urzędem lub z jakąś instytucją nieprywatną
4. odbywający się przy świadkach, w sposób jawny

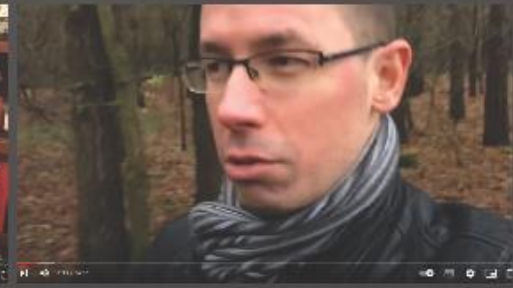


**Autoprezentacja:
o sobie czy sobą?**

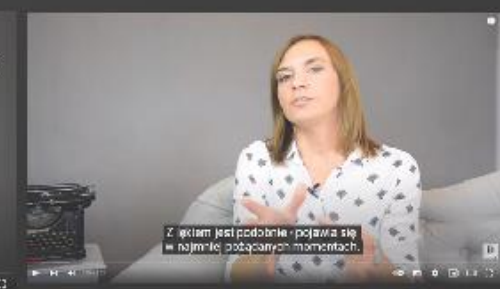
Autoprezentacja - kreowanie własnego
wizerunku poprzez komunikowanie
na zewnątrz tego,
kim jesteśmy
lub tego,
za kogo chcielibyśmy być uważani

Nasz wizerunek

- to wyobrażenie o nas
zbudowane z tego, co inni o nas wiedzą
(lub im się wydaje, że wiedzą)
i jaką mają o nas opinię
wytworzoną na podstawie własnych,
albo cudzych doświadczeń



WYSTĄPIENIA NA TEMAT WYSTĄPIEŃ...



Komunikacja

communicare

„uczynić wspólnym, połączyć lub naradzić się”

communio

„wspólność, zespolenie i poczucie łączności”

communis

„wspólny, powszechny lub ogólny”

Komunikacja

do czego jest potrzebna?

transmisja

rozumienie

oddziaływanie i interakcja

łączenie

składnik procesu społecznego

Komunikacja

Z kim się komunikujemy?

komunikacja intrapersonalna

komunikacja interpersonalna

- komunikacja grupowa

- komunikacja masowa

komunikacja ekstrapersonalna

Komunikacja

Jak się komunikujemy?

model komunikacji wg. Roberta Jakobsona:



Co sprawia, że kogoś
„dobrze się słucha”?

Od czego zależy zapamiętywanie
treści?

Kto i dlaczego nas przekona?

Czy stres to nasz wróg?...

Dzień dobry... Dziękuję bardzo!



KOMUNIKACJA



niewerbalna ↔ werbalna

KOMUNIKACJA

Od czego zależy skuteczność w komunikacji?

10% słowa (treść)

25% dźwięk

65% mowa ciała

KOMUNIKACJA niewerbalna

MIMIKA

KINEZJETYKA

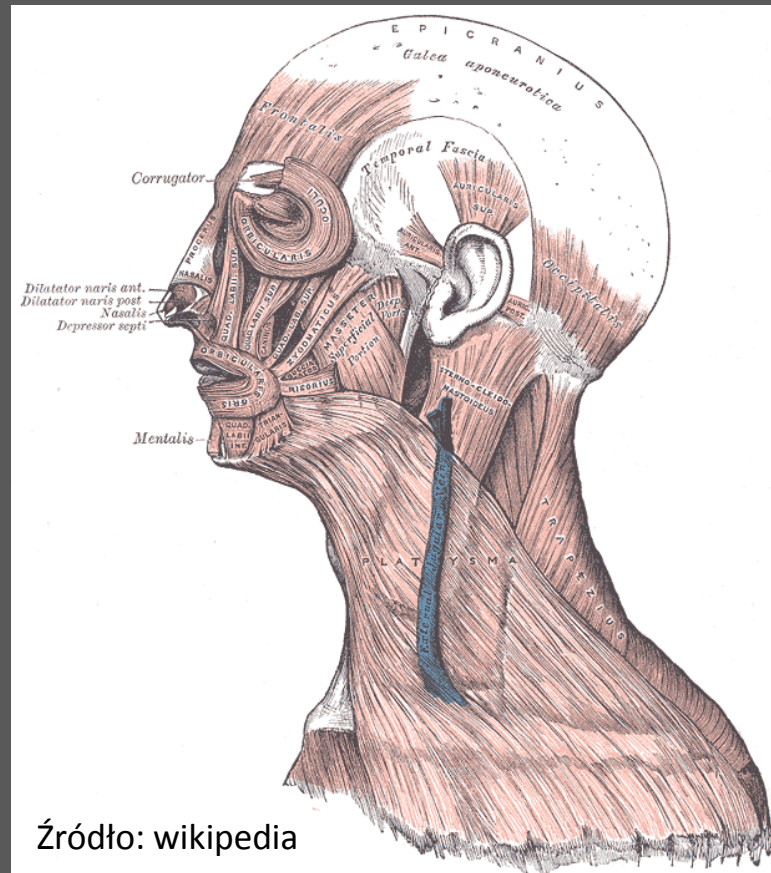
gesty i postawa ciała

PROKSEMIKA

relacje przestrzenne

GŁOS I PARAJĘZYK

MIMIKA



Mamy ok. 70 mięśni mimicznych

7 obszarów:

czoło

brwi

oczy

nos

górną wargą

dolną wargą

szczeliną ust

dolną szczęką

brodą



KINEZJETYKA

rola gestów:

emblematy

ilustratory

wskaźniki emocji

regulatory konwersacji

adaptatory

KINEZJETYKA

co pokazuje postawa ciała?

naszą kondycję fizyczną?

cechy charakteru i osobowości?

znajomość norm i stosunek do nich?

PROKSEMIKA

Relacje przestrzenne:

strefa intymna (prywatna) 15 - 45 cm

strefa osobista 45 - 120 cm

strefa społeczna 120 - 350 cm

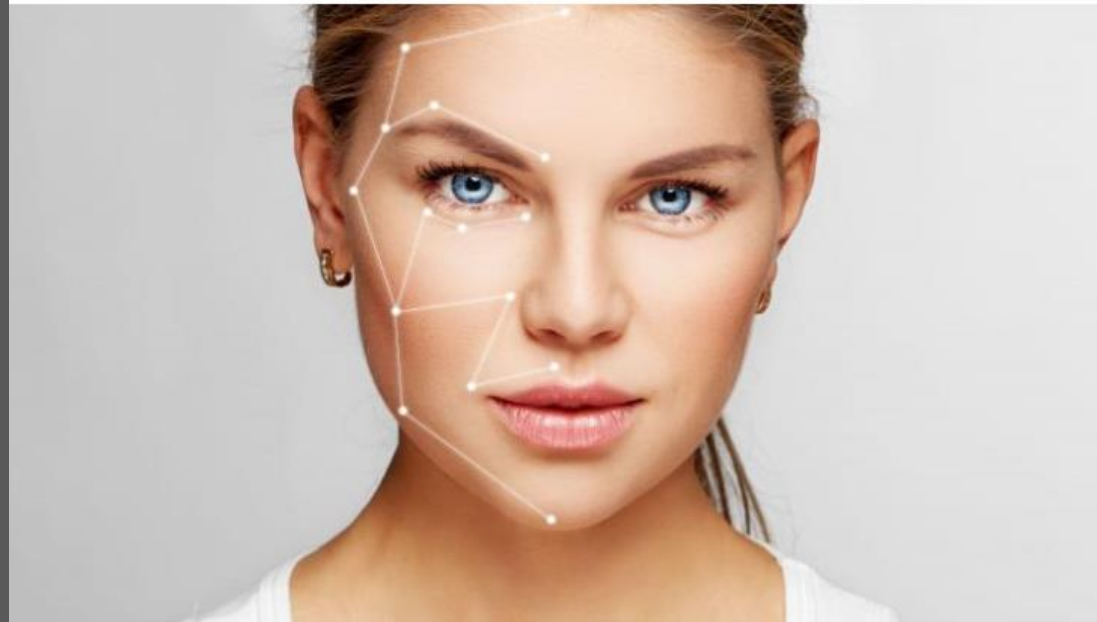
strefa publiczna powyżej 3,5 m

KOMUNIKACJA niewerbalna

ostra
czy
nieostra?

MIMIKA

**Różni ludzie inaczej postrzegają
wyraży twarzy**

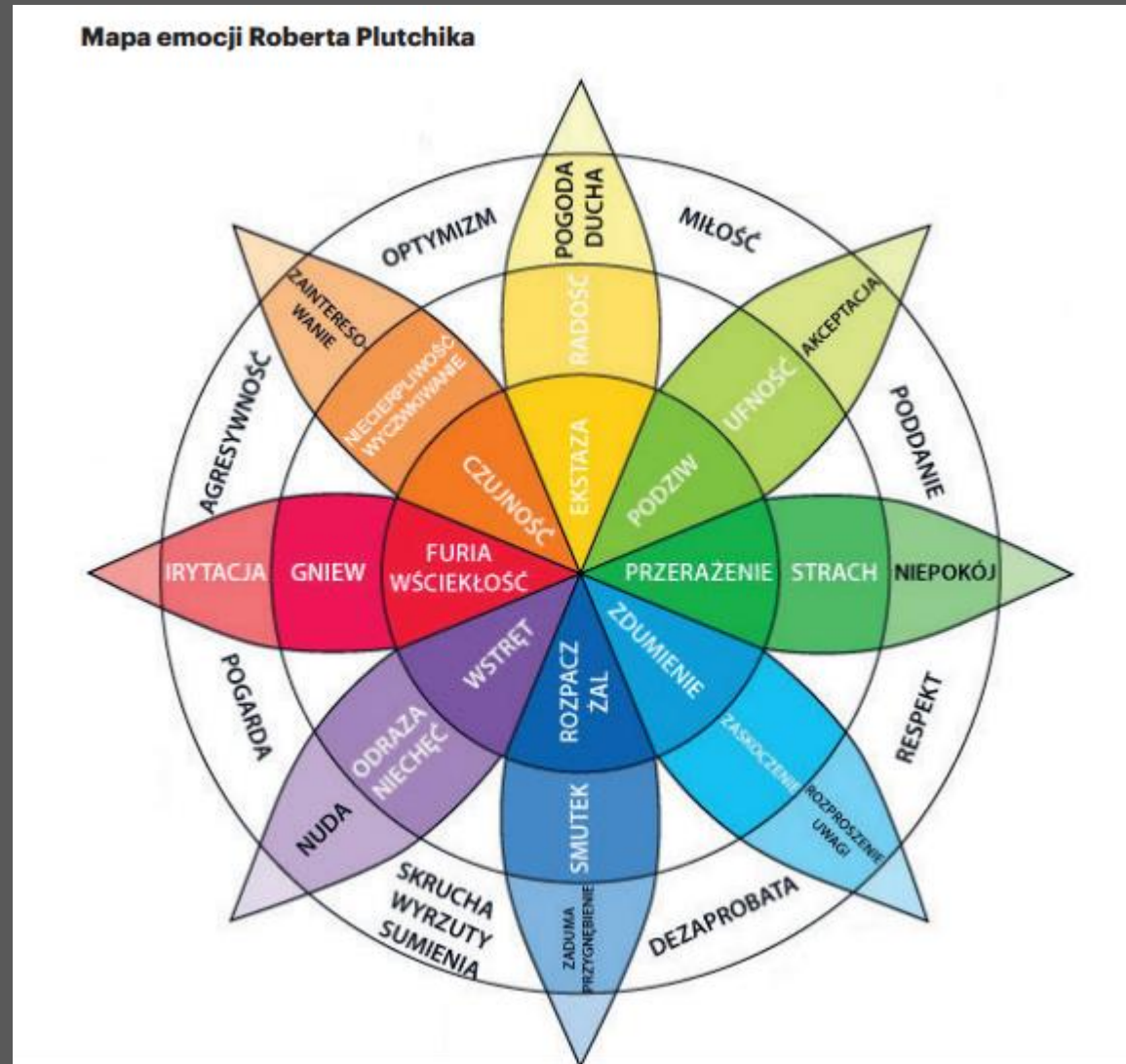


Fot. Adobe Stock

Ludzie czasami kolosalnie różnią się w tym, jakie emocje przypisują mimice innych. To wynik pomysłowego badania z komputerowymi awatarami.

Źródło: naukawpolsce.pl

MAPA EMOCJI



KOMUNIKACJA niewerbalna

MIMIKA

KINEZJETYKA

gesty i postawa ciała

PROKSEMIKA

relacje przestrzenne

GŁOS I PARAJĘZYK



KOMUNIKACJA werbalna

Język - to system znaków oraz reguł (relacji między nimi) służący do porozumiewania się w danej społeczności.

Jest tworem społecznym, bo wspólnym członkom danej społeczności.

Funkcje komunikatów werbalnych:

POZNAWCZA (KOMUNIKATYWNA, INFORMACYJNA)

POETYCKA

EMOTYWNA (EKSPRESYWNA)

IMPRESYWNA

FATYCZNA

MATEALINGWISTYCZNA (METAJĘZYKOWA)

cechy języka mówionego:

- zwykle bezpośredni kontakt z odbiorcą;
- bliższy stylowi potocznemu - słowa nacechowane emocjami; częściej spontaniczne niż przygotowane;
- mówienie i rozumienie odbywa się jednocześnie; zwykle tekst mówiony jest wypowiedziany tylko raz;
- można zrezygnować z komunikowania tego, co wynika z sytuacji - miejsca, czasu, otoczenia, wiedzy rozmówcy;
- język mówiony łatwiej dostosować do możliwości odbiorcy, ma prostszą gramatykę, mniej w nim słownictwa specjalistycznego i profesjonalnego;
- zdania krótsze, bo brak możliwości podziałów i wyliczeń graficznych;

cechy języka pisanego:

- pisanie i czytanie zwykle nie odbywa się jednocześnie, zwykle brak bezpośredniego kontaktu z odbiorcą,
- tekst można odczytywać wielokrotnie - jest trwały;
- od piszącego wymagana jest lepsza znajomość kodu - różnorodność znaków, zasad ich łączenia;
- tylko w wyjątkowych sytuacjach sięga po regionalizmy, archaizmy, słownictwo kolokwialne;
- wymusza konwencjonalne rozwiązania formalne - tytułowanie, powitanie;
- zdania mogą być dłuższe, wielokrotnie złożone, można zamieszczać odnośniki, wtręty, cytaty.

Odmiany języka mówionego:

odmiana potoczna - tak rozmawiamy zwykle z rodziną, między znajomymi, gdy nie obowiązują sztywne normy poprawności, konwenanse, gdy operujemy umownymi znakami, gwarami, żargonem itd.

odmiana oficjalna - gdy rozmawiamy z obcymi, petentami, zwierzchnikami, w sytuacjach oficjalnych, na odczytach, szkoleniach; w zależności od sytuacji i potrzeby używamy stylu artystycznego, publicystycznego, naukowego, urzędowego.

Zasada stosowności językowej

polega na tym, by dobrać język do sytuacji i odbiorcy.

Rozszerzając tę zasadę na każdy akt komunikacji trzeba dobrać kod, kanał i kontekst komunikatu do możliwości odbiorcy.

Dziękuję za uwagę