

Învăță pentru reușită!

Unitate de conținut 2



SAY:
„BYE, POLARITY“



Co-funded by
the European Union

Cuprins

2	Polarizarea în comunicare	2
2.1	Introducere (dezvoltarea cunoștințelor) - 10min	2
2.2	Tu și eu – Aisberguri în apă (acumularea cunoștințelor) - 25min	2
2.3	Când aisbergurile se ciocnesc (aplicarea cunoștințelor) - 50min	3
2.4	Sinele meu privat și sinele public (acumularea cunoștințelor) - 15min.....	5
2.5	Eu – în public și în privat (aplicarea cunoștințelor) - 50min	5
2.6	Pătratul comunicării (Acumularea cunoștințelor) - 50min	6
2.7	4 urechi, 4 ciocuri (aplicarea cunoștințelor) - 50min	8
2.8	Pătratul comunicării și polarizarea (aplicarea cunoștințelor) - 75min.....	9
2.9	Limbajul corpului (acumularea cunoștințelor) - 50 min.....	10
2.10	Canale de comunicare și polarizarea (aplicarea cunoștințelor) - 50min.....	12
2.11	Dinamica de grup (acumularea cunoștințelor) - 30min	13
2.12	Dinamica de grup și polarizarea (aplicarea cunoștințelor) - 70min	14
2.13	Comunicare non-violentă (acumularea cunoștințelor) - 50min	15
2.14	Comunicarea non-violentă (asigurarea cunoștințelor) - 25min	17
	Surse	18

2 Polarizarea în comunicare

2.1 Introducere (dezvoltarea cunoștințelor) - 10min

Ce este „polarizarea”?

Lumea noastră este un loc divers. Oamenii au idei, nevoi și dorințe diferite, urmăresc scopuri diferite și văd sens în lucruri diferite. Oamenii au idei schimbătoare despre bine și rău, nu toți au avut aceeași creștere și educație, nu au crescut în aceleași circumstanțe și au avut experiențe foarte diverse în viața lor.

Diversitatea poate reprezenta o îmbogățire semnificativă dacă învățăm să o abordăm. Aceasta poate fi o misiune excelentă, mai ales într-o lume în schimbare rapidă, care devine din ce în ce mai apropiată prin tehnologiile moderne. Cu toate acestea, dacă nu învățăm să facem acest lucru, diferitele modele de viață pot duce la mai multe conflicte și dispute. Apariția acestor conflicte se numește *polarizare*. Aceasta înseamnă că printre oameni se dezvoltă *poli* rigizi, care, la fel ca poli nord și sud ai pământului, sunt departe unul de celălalt și pot fi chiar opuși unul față de celălalt. Polarizarea poate apărea în orice situație unde diferite idei, obiceiuri, circumstanțe, atitudini sau așteptări se contrazic și nu sunt mediate între ele. În plus, dacă polarizarea dintre oameni rămâne neabordată, se pot dezvolta multe dificultăți: ignoranță, excludere, ceartă sau chiar violență.

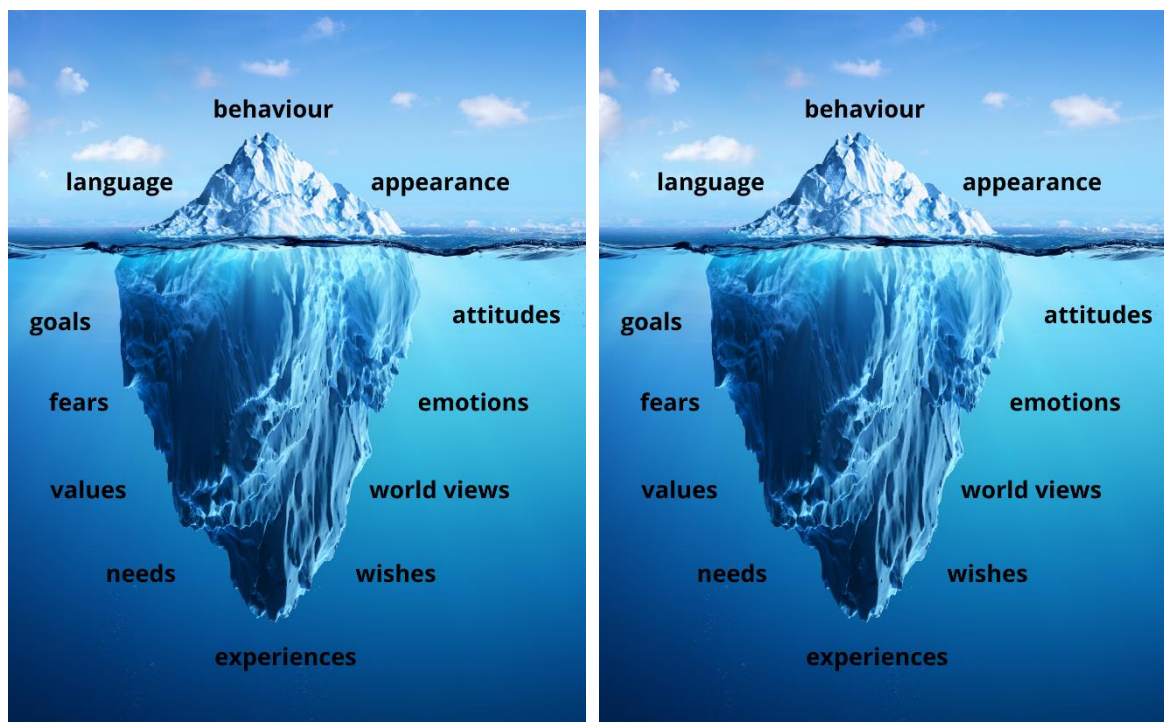
Prin urmare, recunoașterea, abordarea și depășirea polarizării face parte din modelarea unei lumi pașnice, bazate pe comunitate și respect în care toți oamenii își pot găsi locul, atât la scară mică, cât și la scară mare.

Ce este „polarizarea în comunicare”?

Polarizarea apare în multe moduri în formele noastre de comunicare. Fie în conversații interpersonale, în mesageria digitală, în dinamica de grup sau în limbajul corpului. Mai ales atunci când comunicăm, multe aspecte ne influențează într-un mod inconștient și generează anumite sentimente, impresii sau opinii care pot duce la polarizare reciprocă. Prin urmare, este important să se poată reflecta asupra nivelului de comunicare pentru a putea recunoaște, aborda și depăși polarizările care apar într-un stadiu incipient.

2.2 Tu și eu – Aisberguri în apă (acumularea cunoștințelor) - 25min

Privește următoarele două imagini cu aisberguri. Probabil ai avut experiența de a judeca greșit oamenii, poate ai avut prejudecăți asupra lor sau te-au cunoscut într-un context complet diferit decât te-ai fi așteptat. Acest lucru se datorează faptului că avem două niveluri înăuntrul nostru, dintre care doar unul este vizibil. Prin urmare, îi putem judeca greșit pe alții și putem fi judecați greșit de către ei.



Așa-numitul model aisberg este un model simplu care încercă să reprezinte aceste două niveluri. Se presupune că fiecare ființă umană este ca un aisberg care plutește pe ocean.

Relevanță practică

Acum formați perechi sau grupuri mici. Elaborați împreună răspunsurile la următoarele întrebări:

- Ce exemple puteți găsi, din diferitele zone marcate pe aisberg?
- În opinia voastră, ce rol joacă pentru oameni partea aisbergului de deasupra suprafeței apei și ce rol joacă partea de sub suprafața apei? Justificați această opinie.

Apoi. Comparați împreună rezultatele împreună la clasă.

2.3 Când aisbergurile se ciocnesc (aplicarea cunoștințelor) - 50min

Modelul aisberg al comunicării subliniază că observăm doar o mică parte dintr-o persoană imediat când ne întâlnim. Cea mai mare parte se află sub suprafața apei. În același timp, totuși, reprezintă cea mai mare parte a ceea ce face o persoană. Dacă nu acordăm atenție acestui lucru, poate duce la prejudecăți, judecăți greșite, neînțelegeri și în cele din urmă la polarizare între oameni.

Important

Partea vizibilă a aisbergului se mai numește și partea din mine pe care o arăt în mod explicit. Partea invizibilă se numește implicit (adică non-explicit). Partea implicită nu este așadar la fel de vizibilă. Dar asta nu înseamnă că nu există sau nu are nicio influență asupra noastră.

Relevanță practică

Discutați în clasă cum faptul că toți avem o parte explicită (vizibilă) și una implicită (invizibilă) despre noi ar putea duce la polarizare de îndată ce oamenii se întâlnesc. Cum poate acest fapt să ducă la neînțelegeri, concepții greșite, prejudecăți sau chiar conflicte între oameni?

Gândiți-vă la cel puțin trei situații concrete de fiecare și împărtășiți-le cu clasa.

Acum să ne întoarcem și la posibilele soluții la această problemă.

Relevanță practică

Imaginează-ți următoarele: stai pe partea vizibilă a aisbergului tău și privești în jos, sub suprafața apei. Mai întâi, răspundeți la următoarele întrebări personale:

- Pe care dintre zonele de mai sus le puteți vedea sub suprafața apei?
- Cu care dintre domenii ați avut de-a face mai îndeaproape și care aproape sau deloc? - - - Ce puteți spune despre acestea?
- Ce concluzii poți trage legat de cunoștințele tale despre tine? Ai senzația că deja cunoști și înțelegi bine părțile tale vizibile și invizibile din aisberg?

Apoi discutați-vă gândurile în clasă.

După discuție, ne imaginăm un al doilea aisberg plutind pe ocean: ne întâlnim cu altă persoană. Și el încearcă să se privească prin suprafața apei.

Acum să ne întoarcem și la posibilele soluții la această problemă.

Relevanță practică

Cele două aisberguri se apropie din ce în ce mai mult unul de celălalt. Veniți la o distanță destul de apropiată încât să vă auziți strigătele, poate chiar suficient de aproape încât să vă aruncați o frânghie. Cu alte cuvinte, începeți să comunicați unul cu celălalt.

- Ce poate face fiecare dintre voi pentru a-l ajuta pe celălalt să aibă o imagine de ansamblu mai bună asupra propriului aisberg?
- Cum puteți să cunoașteți mai bine aisbergul celuilalt?
- Ce ar trebui să luați în considerare atunci când comunicați?
- Ce efecte ar putea avea dacă ai înțelege mai bine atât propriul tău aisberg, cât și pe cel al celeilalte persoane?

Discutați împreună aceste întrebări în clasă. La sfârșit, încercați să aflați cum ar putea arăta comunicarea dintre cele două aisberguri pentru a evita polarizarea de la început?

Relevanță practică

Modelul aisbergului este, desigur, doar o metaforă. În discuție, aplicați-o situațiilor polarizante pe care le-ați întâlnit în viața de zi cu zi și întrebați-vă cum ați fi putut comunica pentru a evita polarizarea și pentru a întări coeziunea.

2.4 Sinele meu privat și sinele public (acumularea cunoștințelor) - 15min

Modelul de comunicare al „aisbergului” ne arată că fiecare individ conține, în sinea sa, niveluri vizibile și invizibile. Prin urmare, nu putem niciodată să presupunem că ceea ce vedem într-o persoană este tot ceea ce reprezintă aceasta. Cea mai mare parte este invizibilă și ne influențează în multe feluri.

Dacă reducem o persoană doar la partea vizibilă sau direct recognoscibilă, neglijăm mari părți ale personalității sale. Acest lucru poate duce la polarizare între oameni prin mai mulți pași intermediari, creând neînțelegeri, percepții greșite sau prejudecăți.

Dar putem învăța și mai multe din modelul aisbergului. Facem distincție între două dimensiuni centrale ale comunicării noastre, ambele având roluri foarte diferite pentru noi:

- a) Dimensiunea privată
- b) Dimensiunea publică

Dimensiunea publică este tot ceea ce putem în mod explicit (expres) să constatăm, să percepem sau să observăm unul despre celălalt. Sau, opusul acestei afirmații: dimensiunea publică este tot ceea ce le arăt altora sau le dezvălui despre mine.

Dimensiunea privată este tot ceea ce nu putem direct sau doar implicit constata, percepe sau observa unul despre celălalt. Sau invers: dimensiunea privată este tot ceea ce nu arăt direct sau dezvălui despre mine altor persoane.

Relevanță practică

Each person makes two lists, one next to the other. Which topics would you personally consider to be *public*, and which would you consider to be *private*?

2.5 Eu – în public și în privat (aplicarea cunoștințelor) - 50min

Acum ia-ți telefonul mobil sau pixul și hârtia, în funcție de preferințe sau ceea ce ai la îndemână. Apoi retrage-te într-un loc liniștit, de preferință fără alte persoane în preajmă. Apoi, acordă timp următoarei sarcini:

Relevanță practică

Povestește-ți ultima săptămână sau zi de școală. Pregătește două narațiuni:

- Povestește despre săptămâna sau ziua ta din perspectiva dimensiunii tale publice. Ce le-ai dezvăluit altora? Cum și despre ce ai comunicat cu ei? Ce evenimente ai evidențiat în mod special?
- Povestește săptămâna sau ziua din perspectiva dimensiunii private. Ce nu le-ai arătat altora? Cum te-ai simțit și ce gânduri ați ținut pentru tine? Ce ți-ar fi plăcut să comunici dar nu ai îndrăznit?

Fiecare dintre cele două narațiuni poate fi realizată sub forma unei înregistrări audio sau video (min. 3 minute pe înregistrare) sau scrisă sub formă de text (min. trei sferturi de pagină).

În pasul următor, comparați cele două înregistrări sau texte și evidențiați asemănările și diferențele dintre dimensiunea privată și cea publică.

Apoi, reveniți împreună în clasă. Acum toată lumea poate să-și raporteze observațiile. Notă: nimeni nu trebuie să dea detalii despre înregistrările sau textele sale, dar toată lumea poate, dacă dorește. Este destul de important să spuneți, în general, ce observații ați făcut despre asemănările și diferențele dintre cele două narațiuni ale voastre.

Și acum, să trecem la subiectul polarizării.

Relevanță practică

Cu toată clasa, identificați diferențele dintre comunicarea publică și cea privată. În ce comunități intră în joc acestea, online și offline, în afară de școală (de exemplu, familie, cercuri de prieteni, grupuri de Facebook,...). Apoi, întrebați-vă împreună cum ar putea duce acest lucru la polarizare, oare pentru că dezvălui anumite informații despre mine și le ascund pe altele?

Apoi, gândiți-vă cum să preveniți sau să reduceți polarizarea, având în vedere dimensiunile comunicării care nu întotdeauna se potrivesc. Evidențiați descoperirile împreună. (Imaginați-vă o situație în care unul dintre colegii de clasă este într-o dispoziție proastă sau chiar agresiv toată ziua din cauza unui incident stresant în familie. Între voi apar conflicte - cum ar putea fi evitate aceste conflicte prin tratarea mai sensibilă a dimensiunilor private și publice ale comunicării fără a forța elevul să spună totul în privat?)

2.6 Pătratul comunicării (Acumularea cunoștințelor) - 50min

Știați că puteți comunica în mai multe moduri decât public sau privat? În timp, comunicarea devine foarte complicată. De multe ori, nu știm cu ce ureche ar trebui să ascultăm sau cu ce scop comunicăm ceva. De aceea, Friedemann Schulz von Thun s-a întrebat dacă această încurcătură complexă ar putea fi mai explicită.

Rezultatul se numește: *pătratul comunicării*.

Pentru a înțelege acest model, să ne uităm, pe scurt, la următorul exemplu:



imaginați-vă că sunteți pasagerul în această mașină. Vă aflați la un semafor roșu și nu aveți voie să conduceți. Între timp, continui discuția animată și semaforul devine verde. Observați acest aspect și spuneți: „E verde”.

Relevanță practică

În clasă, încercați diferite moduri de a spune propoziția „E verde” în această situație. Accentuați-l în moduri diferite, încorporați diferite dispoziții și sentimente, spuneți propoziția mai încet, mai repede, cu pauze și orice altceva vă vine în minte.

Adunați impresiile despre câte afirmații diferite puteți pune în aceeași propoziție și gândiți-vă cum ar putea reacționa șoferul mașinii în care vă aflați la toate acestea.

Dacă aveți timp, puteți, de asemenea, să jucați unele dintre aceste situații, prin episoade scurte în perechi, și să îi puneți pe alții să le interpreteze.

Pătratul mesajelor încearcă să aducă aceste forme diferite de comunicare într-un model simplu și ușor de înțeles. Prin acest model, multe dintre procesele noastre de comunicare pot fi interpretate și înțelese. Pentru polarizare, acest lucru este deosebit de important, deoarece putem înțelege mai bine cum pot apărea neînțelegeri și concepții greșite care pot duce în cele din urmă la conflicte.

Modelul de bază al pătratului comunicării arată așa:

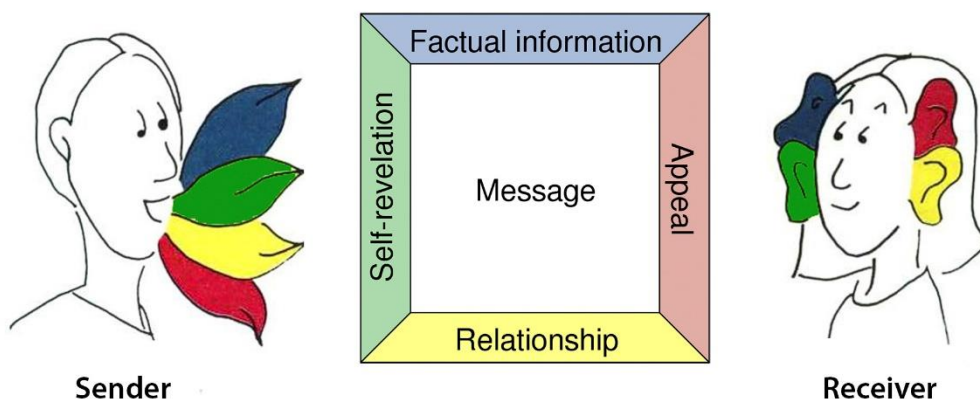


Figura 1: modelul cu patru laturi
Sursa: <https://4eyes-model.com/>

Deci, aveți patru ciocuri ca emițător și patru urechi ca receptor.

Relevanță practică

Acum, în echipe de câte doi, încercați să interpretați acest grafic și să scrieți cât mai multe gânduri. Puneți-vă următoarele întrebări: Cum sunt conectate culorile individuale? Ce ar putea însemna părțile individuale ale pătratului în comunicare?

Dacă nu cunoașteți anumiți termeni din diagramă, îi puteți cerceta.

În al doilea pas, aplicați interpretările la situația din mașină cu „E verde.” Amintiți-vă multele moduri diferite de a spune și a da semnificație din nou aceleiași propoziții. Acum încercați să le interpretați, împreună cu pătratul mesajului.

Dacă aveți vreun blocaj, discutați problema în clasă. Când terminați, comparați rezultatele.

2.7 4 urechi, 4 ciocuri (aplicarea cunoștințelor) - 50min

Pătratul mesajului cuprinde patru perspective centrale care au loc între emițători și receptori. Deci trimitem cu patru ciocuri și primim cu patru urechi. Aceste patru perspective cuprinse în fiecare mesaj sunt numite:

- Perspectiva concretă: Perspectiva concretă înseamnă că conținutul informativ factual, concret, este schimbat continuu între părțile comunicării. În cazul afirmației „E verde” în fața unui semafor, asta înseamnă că semaforul este verde. Aceste informații pot fi transmise cu „ciocul” și primite cu urechea.
- Perspectiva relațională: Fiecare comunicare reflectă o relație între emițător și receptor. Poate afirmația „E verde”. exprimă relația în care un instructor auto îi spune unui șofer în procesul

de învățare să plece acum - este, prin urmare, o relație de învățare. Sau poate exista o ceartă între cele două persoane din vehicul și propoziția „E verde”. este menit să-l pună capăt pentru că întrerupe conflictul sau să-l stimuleze în continuare pentru că are un efect de discurs.

- c) „Perspectiva apelativă: un apel este o cerere. Comunicarea noastră include întotdeauna o solicitare pentru ca ceva să fie făcut sau nu. Acest lucru nu este mereu foarte clar. Declarația „E verde”. poate, în funcție de situație și de relație, să însemne, de exemplu, „Condu mai departe” sau „Concentrează-te!”. Dacă acest recurs se și îndeplinește, depinde în special de destinatar. Dar, desigur, modul în care este trimis un mesaj este, de asemenea, crucial.
- d) Perspectiva auto-revelației: În concluzie, fiecare comunicare implică o așa-numită auto-revelație. Aceasta înseamnă că întotdeauna arătăm (= dezvăluim) ceva din noi înșine atunci când comunicăm. Acest lucru poate avea loc și într-un mod ascuns sau de neînțeles, dar este întotdeauna acolo și se poate interpreta fiecare comunicare în termenii auto-revelației pe care o conține. În exemplul nostru „E verde”. auto-revelația ar putea fi, de exemplu, că expeditorul dorește să indice „mă grăbesc”. sau „cred că trebuie să te ajut”. Auto-revelația depinde în mod principal de emițătorul mesajului, dar este influențată de comportamentul receptorului.

Pătratul comunicării ne învață că emițătorii și receptorii sunt întotdeauna într-o relație extrem de complexă unul cu celălalt. Această relație nu se arată întotdeauna în același mod, dar se poate folosi pătratul comunicării pentru a calcula cele patru laturi ale unui mesaj.

Relevanță practică

Moment de teatru! Acum formați perechi sau grupuri mici. Dezvoltați scene de comunicare scurte individuale în care apar toate cele patru perspective ale unui mesaj și apoi reprezentați aceste scene în clasă. Ceilalți trebuie să elaboreze cele patru perspective. (Dacă nu vă simțiți confortabili în rolul actorului, puteți, de asemenea, să notați scenele de comunicare și să le citiți clasei).

Apoi discutați constatările dvs. și ce ați aflat despre relația complexă dintre emițător și destinatar. Scrieți-le împreună.

2.8 Pătratul comunicării și polarizarea (aplicarea cunoștințelor) - 75min

O mare parte din polarizare începe cu o comunicare neînțeleasă sau deteriorată în mod deliberat. De aceea este întotdeauna important să monitorizăm modul în care comunicăm. Pătratul comunicării ne poate ajuta atât să recunoaștem polarizarea, cât și să o reducem atunci când aceasta are loc deja.

Mai presus de toate, pătratul comunicării ne învață cât de ușor neînțelegerile pot duce la conflicte și la o polarizare reală dacă sunt lăsate nespuse în mod repetat. Dacă este rostită o dată, propoziția „E verde” poate duce la o scurtă neînțelegere sau, cel mult, la o scurtă ceartă. Cu toate acestea, dacă astfel de situații de comunicare apar în mod repetat și oamenii implicați au deja o tensiune între ei, conflictele minore se vor transforma în cele din urmă în situații polarizante greu de redus.

Relevanță practică

Mai întâi, discutați următoarea întrebare cu colegul vostru și notați rezultatele: cum ne pot ajuta părțile individuale ale pătratului comunicării să recunoaștem și să prevenim polarizarea într-un stadiu incipient? Apoi, discutați pe scurt constatările în clasă.

Poate v-ați dat seama că pătratul comunicării este o modalitate deosebit de bună de a înțelege că polarizarea se poate dezvolta atunci când diferite „ciocuri” și urechi se întâlnesc.

De exemplu: „Chiar știi răspunsul la orice”. - Această afirmație poate fi înțeleasă ca o afirmație concretă despre o persoană care știe multe informații. Totuși, dacă nu ascultăm mesajul cu „urechea” concretă, ci cu urechea apelativă, atunci se poate înțelege o invitație în spatele mesajului. În caz că este înțeles ca o auto-revelație, persoana care o rostește poate dori să spună ceva mai mult despre sine decât despre destinatar.

Relevanță practică

Luați exemplul „Chiar știi răspunsul la orice” și combinați diferitele „urechi” și „ciocuri”. Întrebați-vă cum ar putea duce acest lucru la neînțelegeri și chiar la conflicte și polarizare între oameni. Faceți asta mai întâi individual și apoi discutați în clasă.

Nu este întotdeauna ușor să evaluați astfel de neînțelegeri între „cioc” și „urechi” de la început sau să le puteți ameliora ulterior.

Relevanță practică

Acum formați împreună perechi sau în grupuri și scrieți sau spuneți povestea a doi oameni care, printr-o comunicare greșită constantă, intră mai întâi în conflict, apoi într-un conflict continuu și în cele din urmă în polaritate unul cu celălalt.

Prezentați această poveste clasei (puteți să o povestiți sau chiar să o jucați) și apoi gândiți-vă la modul în care această polarizare ar fi putut fi prevenită la început sau cel puțin redusă după aceea, folosind pătratul comunicării pentru a analiza situația.

2.9 Limbajul corpului (acumularea cunoștințelor) - 50 min

Comunicarea nu are loc numai prin limbaj. În întâlnirile interpersonale, este și o chestiune legată de mișcări ale corpului, gesturi, expresii faciale sau tonul vocii. Toate acestea pot fi denumite într-un singur termen sub titlul „limbajul corpului” sau, mai general, drept „comunicare non-verbală”.

Important

Limbajul corpului este un factor central în comunicarea umană. Dacă nu îl avem disponibil, conținutul esențial dispare. Întrebați-vă doar care este diferența între a încheia o relație amoroasă în prezență fizică, față în față, sau doar printr-un mesaj de chat care nu conține nici tonul vocii, nici o formă fizică.

Relevanță practică

În curs de 2 minute, întrebați-vă în ce moduri și situații limbajul corpului a jucat sau ar putea juca un rol esențial în viața voastră. Apoi, comparați rezultatele în clasă.

Acum, puțină teorie! Distingem trei tipuri diferite de gesturi în limbajul corpului nostru. Desigur, nu orice comunicare a limbajului corpului se încadrează exact în aceste trei categorii, dar ele oferă un bun suport pentru o abordare. Distingem următoarele gesturi:

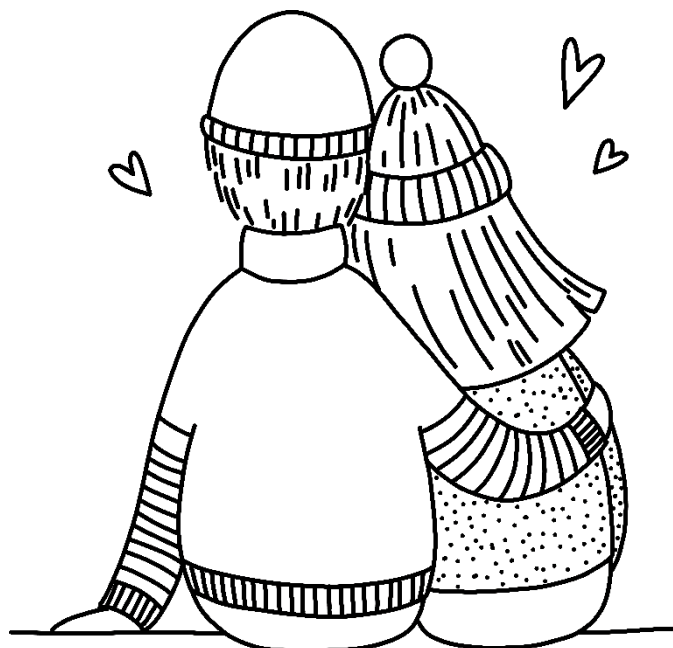
- a) **Ilustratorii:** Ilustratorii sunt gesturi pe care le folosim pentru a susține ceea ce spunem verbal. De exemplu, mulți oameni vorbesc „cu mâinile”, alții sunt mai rezervați cu corpul. Încercați întotdeauna să aflați în ce măsură cineva își folosește corpul atunci când comunică. Nu toată lumea o face în același mod.
- b) **Regulatorii:** Regulatorii sunt gesturi care nu trebuie să fie însoțite de comunicare verbală. Ele servesc la încadrarea sau reglarea situației de comunicare sau la indicarea limitelor. Aceasta poate fi, de exemplu, ridicarea mâinii pentru a calma situația sau privirea spontană în jos pentru a exprima jena.
- c) **Embleme:** Emblemele sunt gesturi care au un sens fix și comunică un conținut fix. Cu toate acestea, aceste gesturi pot avea semnificații diferite în funcție de cultură, regiune sau context și nu trebuie să exprime același lucru peste tot sau în fiecare situație. De exemplu, în această lume există zone în care un semn din cap este gestul pentru „da”, în timp ce în alte zone este gestul pentru „nu”.

Relevanță practică

Acum, încercați să comunicați cu un partener folosind doar regulatorii și embleme și analizează: care anume funcționează în comunicare și care nu? Apoi, adăugați limbaj verbal și ilustratorii și observați cum se schimbă comunicarea voastră. Apoi discutați despre asta în clasă.

Cu siguranță ați observat că doar anumite mesaje pot fi comunicate bine numai cu limbajul corpului. Dar acum imaginați-vă că lăsați corpul în afara comunicării. Gândiți-vă la apeluri telefonice, mesaje SMS, comentarii de pe internet și așa mai departe. Puteți discuta asta în clasă.

2.10 Canale de comunicare și polarizarea (aplicarea cunoștințelor) - 50min



Acum amintiți-vă de povestea lui Romeo și Julieta. Dacă nu știți, cereți profesorului să v-o spună. Apoi imaginați-vă următoarele: Romeo și Julieta nu au murit de fapt la sfârșit, ci au supraviețuit și au început o relație. După câțiva ani, însă, descoperă că nu sunt atât de compatibili pe cât credeau inițial. Așa că vor să se despartă.

Relevanță practică

Acum, jucați rolurile lui Romeo și Julieta. Doriți să încheiați relația. Gândiți-vă la diferite canale de comunicare unde poate avea loc acest lucru și interpretați o scenă de despărțire. Uitați câteva posibilități::

- un dialog
- o scrisoare
- un chat virtual
- un mesaj video
- un apel telefonic
- printr-un prieten bun- ...

După aceea, comparați rezultatele și discutați cum ar putea reacționa cealaltă persoană la despărțire (de exemplu, într-un dialog sau într-un chat virtual). Examinați împreună modul în care alegerea canalului de comunicare afectează comunicarea. La urma urmei, este o diferență între încheierea unei relații printr-un mesaj pe chat virtual sau într-o conversație față în față, mai dezvoltată. Lipsa limbajului corpului, de exemplu, joacă, de asemenea, un rol central. Întrebați-vă de ce este așa.

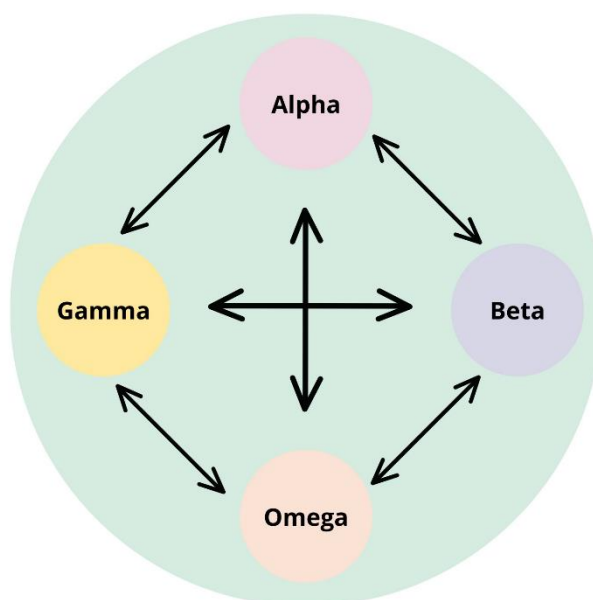
După ce ați notat rezultatele și ați comparat diferitele canale de comunicare, ne întoarcem la subiectul polarizării.

Relevanță practică

Acum discutați în clasă cum alegerea canalului de comunicare poate afecta polarizarea. Cum și în ce situații, un canal de comunicare prost ales (de exemplu, un mesaj SMS în loc de o conversație față în față) poate duce la neînțelegeri, conflicte și chiar polarități între oameni. Notați exemple în clasă și apoi discutați cum ar putea fi reduse prin alegerea unui mediu diferit. Aplicați reflecțiile voastre la rezultatele exercițiului cu Romeo și Julieta.

2.11 Dinamica de grup (acumularea cunoștințelor) - 30min

Oamenii rareori își trăiesc viața singuri. Bineînțeles, întotdeauna interacționăm cu alți oameni. Prin urmare, puteți spune și: oamenii stau întotdeauna în grupuri. De aceea, în domeniul psihologiei s-a



studiat mult timp modul în care funcționează astfel de grupuri și ce legi urmează. Psihologul austriac Raoul Schindler a stabilit unul dintre cele mai cunoscute modele.

Poate ați auzit de această schemă de roluri în cadrul unui grup. Pentru a o înțelege corect, câteva aspecte sunt esențiale:

- Alpha, Beta, Gamma și Omega sunt *roluri*. Acest lucru înseamnă că orice persoană dintr-un grup poate prelua oricare dintre aceste roluri. Ele nu sunt fixe.
- Dimpotrivă, rolurile sunt reatribuite constant în grup.
- Indiferent de câte persoane aparțin unui grup, o persoană sau mai multe persoane pot prelua fiecare rol în parte.

Potrivit lui Schindler, un grup care funcționează bine integrează toate aceste roluri. Aceasta înseamnă că nu este vorba de identificarea inamicilor sau a posibilității de opresiune, ci de a trata în mod rațional existența fiecărui rol.

Cu aceste cunoștințe existente, putem continua acum să explicăm rolurile individuale și funcția lor, pentru a avea o dinamică de grup care funcționează corespunzător:

Rolul Alfa

Cine ocupă poziția alfa într-un grup este cel care a cauzat grupul să ia ființă în primul rând. Membrii alfa stabilesc inițiative prin acțiunile lor și, în general, stabilesc identitatea grupului și obiectivul acestuia. Cu toate acestea, ei nu fac neapărat acest lucru printr-un proces de discuție sau argumentare, ci în principal pur și simplu prin acțiunile lor. Aceasta înseamnă că pozițiile alfa sunt luate prin acționare. Prin urmare, persoanele alfa nu sunt neapărat cele mai puternice sau centrale persoane din grup. Persoanele alfa creează direcția și structura grupului prin acțiunile lor.

Rolul beta

Poziția beta într-un grup este ocupată de aceia care, în timpul predefinirii celor alfa, sunt preocupați în primul rând de stabilizarea și funcționarea grupului. Ei discută, argumentează, justifică și reflectă, critică și infirmă - pe scurt, verifică și calitatea acțiunilor membrilor alfa. Prin urmare, se poate întâmpla ca persoanele beta să devină și ele alfa sau să revendice această poziție. Prin urmare, pozițiile beta sunt luate printr-un proces de argumentare, pentru a stabili grupul.

Rolul gamma

Oamenii care preiau rolul gamma într-un grup servesc în primul rând asertivității dinamicii grupului. Ei sunt cei care își orientează propriile acțiuni către membrii alfa și contribuie astfel la funcționarea grupului prin faptul că, prin orientarea lor către membrii alfa, nu trebuie să existe constant renegocieri și convenții repetate. Pozițiile gamma într-un grup sunt astfel luate prin succesiune sau imitație în raport cu alfa. Deși gamma sunt adesea cei care urmează, ei au, de asemenea, sarcina importantă de a face grupul capabil să acționeze ca grup în primul rând.

Rolul omega

Poziția omega este, într-un fel, opusul poziției de alfa. Acest fapt nu înseamnă că aceștia sunt dușmani ai grupului. Rolul omega este un rol la fel de important pentru funcționarea grupurilor ca și celelalte roluri. Pentru că omega sunt cei care creează alternative, design-uri creative sau alte sugestii despre cum ar trebui să se comporte grupul în general. Prin urmare, ei sunt cei care își asumă ei înșiși rolul alfa, dar nu sunt în prezent în rolul alfa. Rolul omega este preluat prin rezistență, care are o funcție la fel de centrală pentru dinamica grupului.

Relevanță practică

În clasă, găsiți exemple de situații de viață în care aceste distribuții de rol sunt recunoscute și reflectați asupra semnificației lor pentru grupul în cauză. În acest proces, gândiți-vă la ideile inițiale despre modul în care o dinamică de grup care nu funcționează bine poate duce în cele din urmă la polarizare. Notați-vă ideile.

2.12 Dinamica de grup și polarizarea (aplicarea cunoștințelor) - 70min

Acum aveți instrumentele de bază pentru a recunoaște dinamica distribuției rolurilor în grupuri și a le aplica la diferite grupuri. Acum e rândul vostru.

Relevanță practică

Formați grupuri de cel puțin patru persoane și apoi repetați două scenarii scurte, autodescoverite. Una dintre cele două situații ar trebui să arate modul în care grupul poate rezolva în mod corespunzător o problemă prin integrarea adecvată a tuturor celor patru roluri, cealaltă situație ar trebui să arate cum o soluție nu rezolvă problema dacă nu integrează bine unul sau mai multe dintre cele patru roluri (de obicei, rolurile omega sunt cele care nu sunt integrate ci antagonizate).

Apoi, interpretați situațiile în clasă și lăsați-i pe ceilalți să tragă concluzii privind ce a mers prost folosind dinamica Schindler. Notați rezultatele.

Apoi, faceți o listă cu motivele și cauzele pentru care o dinamică de grup eșuată ar putea duce la polarizare în rândul oamenilor. Iată două exemple:

- a) Membrii omega sunt expulzați dintre cei pentru contrapropuneri și sunt declarați dușmani ai grupului.
- b) Membrii beta discută propuneri diferite în cadrul grupului fără să tragă vreo concluzie, încât nu se iau decizii sau execute acțiuni. La sfârșit, toată lumea este nemulțumită de acest lucru.

La ce alte motive vă puteți gândi care ar putea duce în cele din urmă direct la polarizare, adică la consolidarea opoziției, prin conflicte în cadrul grupului?

2.13 Comunicare non-violentă (acumularea cunoștințelor) - 50min

Știm cu toții că cuvintele sau gesturile pot provoca uneori răni mai semnificative decât o palmă peste față. De aceea, este esențial să înțelegem cum apare violența în comunicare și ce se poate face împotriva acesteia. Din cauza faptului că pentru a contracara polarizarea treptată a proceselor de comunicare la nivel general, este important să cunoaștem elementele de bază ale *comunicării non-violente*.

Înainte de a ajunge la asta, urmează un scurt exercițiu.

Relevanță practică

Când comunicarea devine violentă, apar insulte, insinuări, acuzații, generalizări, minciuni, manipulări, reprimarea sentimentelor și așa mai departe. Mai spunem: comunicarea escaladează, adică se încalcă limitele.

Această escaladare nu are loc dintr-o dată, ci are loc în etape. De aceea vorbim despre etapele de escaladare a comunicării violente.

Formați perechi și notați ideile pentru următoarele sarcini:

- Găsiți cel puțin 3 situații de comunicare diferite în care escaladarea are loc din motive diferite.
- Întrebați-vă cum, în exemplele voastre, în diferite etape, această escaladare poate duce la polarizare în rândul participanților, adică până la punctul în care ei se vor vedea și trata ca pe inamici.
- Luați în considerare în ce momente ar fi trebuit să comunicați diferit pentru a preveni escaladarea.

Prezentați clasei câteva dintre ideile notate.

Psihologul Marshall Rosenberg a dezvoltat unul dintre cele mai influente modele de comunicare non-violentă. Potrivit lui Rosenberg, escaladarea are loc în primul rând atunci când:

- a) Nu ne comunicăm nevoile clar și inteligibil într-o situație; ex.: dacă presupunem că ceilalți mereu știu ce avem nevoie la momentul respectiv.
- b) Confundăm „observarea” cu „evaluarea” în comportamentul nostru de comunicare, ex.: dacă ne deranjează un comportament observat, dar răspundem imediat cu acuzații.
- c) Amesecăm sentimentele cu modul în care interpretăm situația, ex.: când suntem frustrați și exprimăm acest lucru în așa fel încât să dăm imediat vina pe comportamentul altora pentru sentimentele noastre.
- d) Ne exprimăm nevoile cu amenințări punitive, ex.: în propoziții precum: dacă mai faci asta, nu mai vorbesc cu tine.

Rosenberg, așadar, recomandă să păstrăm aceste combinații deoparte și să contribuim astfel la *non-violența în comunicare*:

- a) Observația ar trebui comunicată ca o observație cu un mesaj la persoana I și nu la persoana II, ex.: „Am impresia că...”; „Observ că...”.
- b) Nevoile trebuie comunicate clar, ex.: "Am nevoie ..."; "Aș prefera ...".
- c) Interpretarea comportamentului celuilalt trebuie evitată pentru moment și, în schimb, trebuie comunicate propriile sentimente, ex: "Simt că ..."; „Nu mă simt bine cu asta”; „Nu pot acum”.

d) Solicitățile trebuie exprimate ca cereri și invitații de a compromite, nu ca amenințări voalate; ex.: „Hai să încercăm așa...”; „Am nevoie de atenția ta chiar acum...”.

Relevanță practică

Acum întoarceți-vă din nou la situațiile de escaladare pe care le-ați găsit mai devreme. Apoi procesați-le cu recomandările lui Rosenberg și gândiți-vă cum ați putea folosi cele patru metode de comunicare non-violentă într-un mod util. Apoi prezentați rezultatele în clasă și discutați împreună diferitele situații.

2.14 Comunicarea non-violentă (asigurarea cunoștințelor) - 25min

Acum, v-ați familiarizat cu câteva aspecte centrale ale modului în care polarizarea și diviziunea între oameni pot apărea în comunicare.

Relevanță practică

În cele din urmă, formați perechi și imaginați-vă următoarele: doriți să dezvoltați un atelier pentru un grup de oameni care să îi ajute să-și îmbunătățească comportamentul de comunicare și să prevină polarizarea.

Creați o schiță pentru acest atelier:

- Cât durează atelierul?
- Ce pași și exerciții include și de ce?
- Care este exact scopul vostru și cum îl veți atinge?

Notați și adunați schițele în clasă, astfel încât să puteți reveni la ele mai târziu.

Surse

Argyle, M.: Körpersprache & Kommunikation, Junfermann, 2013.

Fischer, M.: Die neue Gewaltfreie Kommunikation: Empathie und Eigenverantwortung ohne Selbstzensur, BusinessVillage, 2020.

Krauss, R. M., & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication. In E. T. Higgins (Hrsg.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (S. 655–701). New York: Guilford.

Luft J., Ingham, Harry: The Johari window, a graphic model of interpersonal awareness. In: *Proceedings of the western training laboratory in group development*, UCLA, 1955.

Rosenberg, M.: *Gewaltfreie Kommunikation*, Junfermann, 2013.

Schulz von Thun, F.: *Miteinander reden. Menschliche Kommunikation*, Huber, 2000.

Sahyoun, K. et al.: Inclusivity Tool: Iceberg Tool, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PBAAJ844.pdf

Schindler, R.: *Das lebendige Gefüge der Gruppe*, Psychosozial Verlag, 2017.

Zurmühle, Martin: Four-eyes Model. In: <https://4eyes-model.com/index.html> [27.07.2023].



www.byepolarity.eu



<https://www.facebook.com/bye-Polarity-103509115621549>



https://www.instagram.com/bye_polarity/



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin doar autorilor și nu reflectă neapărat opinia Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Număr proiect: 2021-1-AT01-KA220-SCH-000032621