



PORADNIK DLA

**PARAFIALNYCH
ZESPOŁÓW
CARITAS**



**SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030**



SPIS TREŚCI

1. Misja Caritas
2. Caritas Archidiecezji Gdańskiej
3. Czym są Parafialne Zespoły Caritas?
4. Scenariusze warsztatów dla Parafialnych Zespołów Caritas
 - 4.1. Czy warto otworzyć się na nowości i rozwój?
 - 4.2. Znajdź dla siebie miejsce w mediach społecznościowych
 - 4.3. Sylwetka wolontariusza - jak działać efektywnie i dbać o siebie, aby uchronić się przed wypaleniem?
 - 4.4. Efektywna komunikacja według teorii Friedmanna Schultza von Thuna
 - 4.5. Jak postrzegamy innych? Stereotypy, uprzedzenia, dyskryminacja
5. Definicja siebie – pytania do wolontariusza

Załącznik:

Raport z ogólnopolskiego badania Parafialnych Zespołów Caritas

MISJA CARITAS

Caritas Polska jest duszpasterską instytucją charytatywną Kościoła katolickiego i największą organizacją społeczno-charytatywną w Polsce, która niesie profesjonalną, wielowymiarową pomoc osobom wykluczonym, ubogim, idącym przez życie z różnego rodzaju deficytami. Caritas Polska, będąc ich głosem i rzecznikiem, odwołuje się do wyraźnie zdefiniowanych wartości ewangelicznych, które wyznaczają kryteria oceny rzeczywistości społecznej i odpowiednie zasady działania: zasadę dobra wspólnego, pomocniczości, solidarności i miłości społecznej.

Zasada dobra wspólnego zobowiązuje jednostki do współpracy na rzecz urzeczywistnienia tego dobra we wszystkich społecznościach, określa uprawnienia i obowiązki, których celem jest dobro wspólne. Zasada ta nakłada także obowiązek uznawania, szanowania, regulowania i popierania praw człowieka.

Zasada pomocniczości postuluje „uzupełniającą pomoc” większych społeczności na rzecz mniejszych. Zasadę pomocniczości ująć można w dwóch hasłach. Pierwsze: tyle wolności, ile można, tyle uspołecznienia, ile koniecznie potrzeba. Drugie: tyle społeczeństwa, ile można, tyle państwa, ile koniecznie trzeba.

Zasada solidarności społecznej jest zasadą porządkującą działalność jednostek, ukierunkowując ją na dobro społeczne, działania mniejszych społeczności ku dobru społeczności większych. W myśl zasady solidarności w każdej dziedzinie życia społecznego konieczne jest odrzucenie postaw indywidualistycznych na rzecz współpracy i współodpowiedzialności w dążeniu do dobra wspólnego.

Zasada miłości społecznej – to podstawowa wartość moralna, fundamentalna zasada życia społecznego oraz istota więzi społecznej. Jej potrzeba w życiu społecznym podyktowana jest funkcjonowaniem niesprawiedliwych struktur społecznych, których skutkiem jest pogwałcenie ludzkich praw do życia, godnych warunków egzystencji, wolności samostanowienia, realizacji potrzeb materialnych, religijnych i duchowych.

Podstawowym kryterium wymienionych zasad społecznych jest zasada personalizmu chrześcijańskiego, podkreślająca godność i dobro każdej osoby ludzkiej i promująca równe szanse rozwoju dla wszystkich ludzi. Oznacza ona, że każda osoba ludzka jest niepowtarzalna



oraz nadrzędna wobec wartości materialnych, struktur społecznych i ekonomicznych, które pozostając w stosunku do niej w relacji podrzędności, powinny jej służyć.

Misja Caritas Polska to jednak nie tylko praktykowanie miłosierdzia w stosunku do jednostek zagrożonych wykluczeniem społecznym, ubogich, chorych, bezdomnych, ale również duszpasterstwa społecznego, co w odniesieniu do celów Caritas Polska oznacza zarówno potrzebę niesienia pomocy charytatywnej jak i wpływania na zmiany strukturalne w społeczeństwie polskim i w społecznościach poza granicami kraju, aby nie generowały one ubóstwa i nie naruszały zasad współżycia społecznego oraz umożliwiały integralny rozwój człowieka.

W obszarze działań Caritas Polska znajdują się różne kategorie osób potrzebujących pomocy i wsparcia, do których kierowana jest pomoc materialna, psychiczna i duchowa. W sposób szczególny organizacja ta, jako instytucja wsparcia społecznego, działa na rzecz: rodzin, dzieci i młodzieży, seniorów, bezdomnych, uzależnionych, osób opuszczających zakłady penitencjarne, migrantów i uchodźców, a także wsparcia Caritas diecezjalnych prowadzących ośrodki dla osób z niepełnosprawnością, promocji i koordynacji działań wolontariackich, ekologii integralnej oraz pomocy humanitarnej i rozwojowej dla krajów biednych oraz borykających się ze skutkami konfliktów i katastrof naturalnych.

Caritas Polska współpracuje i reprezentuje 45 Caritas diecezjalne w Polsce, wspierając je w wykonywaniu ich zadań oraz świadczy pomoc humanitarną i rozwojową na wszystkich kontynentach. Prowadzi także działalność w obszarze edukacji, podnoszenia świadomości społecznej, dąży do roli mentora podejmującego ważne kwestie integralnego rozwoju człowieka, budząc w społeczeństwie postawy dobroczynności oraz angażowania się w działania charytatywne.

Caritas Polska jest członkiem konfederacji (170 państw członkowskich) Caritas Internationalis z siedzibą w Watykanie i zrzeszeniem regionalnym Caritas Europa (46 państw członkowskich) z sekretariatem w Brukseli oraz współpracuje z watykańską Dykasterią ds. Integralnego Rozwoju Człowieka, zgromadzeniami zakonnymi, administracją państwową i samorządową, organizacjami społecznymi i wyznaniowymi, sektorem biznesowym oraz wszystkimi ludźmi dobrej woli.



CARITAS ARCHIDIECEZJI GDAŃSKIEJ

Caritas Archidiecezji Gdańskiej jest kościelną organizacją charytatywną Archidiecezji Gdańskiej powołaną dekretem Biskupa Gdańskiego w dniu 25 kwietnia 1990 roku. Caritas służy pomocą Kościołowi diecezjalnemu w wypełnianiu posłannictwa dobroczynności chrześcijańskiej poprzez działalność charytatywną i humanitarną dla zrealizowania potrzeb duchowych i materialnych człowieka, wypływającą z ewangelicznego przykazania miłości i mającą na uwadze godność każdej osoby ludzkiej bez względu na jej wyznanie, światopogląd, narodowość, rasę i przekonania. Wypełniając swą misję Caritas realizuje zadania w obszarze pożytku publicznego. Caritas posiada osobowość prawną i działa w oparciu o przepisy prawa kościelnego, odpowiednie przepisy prawa państwowego oraz w oparciu o postanowienia własnego statutu.

„Być głosem ludzi ubogich”

Celem działań Caritas Archidiecezji Gdańskiej jest działalność charytatywna i humanitarna w zakresie potrzeb duchowych i materialnych człowieka, wypływająca z ewangelicznego przykazania miłości i mająca na uwadze godność każdej osoby ludzkiej. Idea Caritas: Caritas to miłość – określony rodzaj miłości – miłość bratnia, podnosząca, wspierająca, akceptująca. Do takiej miłości -pomocy względem wszystkich potrzebujących, ubogich i słabych – bez oglądania się na rasę, wyznanie, narodowość czy stopień winy – wzywa i uzdalnia chrześcijan Jezus Chrystus. Miłość tak pojęta nie może nie stawiać wspieranemu nieodzownych wymagań, a nierzadko też obywać się bez profesjonalnych umiejętności. Jednak w pierwszej kolejności i hierarchii pozostaje proste otwarcie na zgnębioną siostrę lub brata. To jest Caritas Kościoła w najistotniejszym sensie i ona jest racją bytu organizacji, której na imię Caritas.



CZYM SĄ PARAFIALNE ZESPOŁY CARITAS?

Parafialne Zespoły Caritas, to działające przy parafiach grupy charytatywne, które zrzeszają osoby pragnące nieść pomoc i wsparcie najuboższym i najbardziej potrzebującym członkom parafii. Są one nieocenionym wsparciem zwłaszcza dla proboszczów parafii. To z ich pomocy w lokalnych społecznościach, w przypadku jakiegokolwiek losowej sytuacji, mogą korzystać potrzebujący. Do Parafialnych Zespołów Caritas przynależć mogą członkowie innych grup działających w lokalnej wspólnoty. Ważne, aby proboszczowie parafii w nagłych losowych zdarzeniach, mieli ludzi, na których mogliby się wesprzeć w organizowaniu pomocy i przeprowadzaniu różnych akcji.

Cele i zadania PZC:

- wspieranie działalności charytatywnej modlitwą, ofiarami i czynem;
- zachęcanie wiernych do modlitwy za żywych i umarłych, do praktykowania wzajemnego przebaczenia oraz pełnienia innych uczynków miłosierdzia;
- gromadzenie informacji o osobach potrzebujących wsparcia i rozpoznawanie zasadności zgłoszeń;
- udzielanie ze zgromadzonych środków bezpośredniej pomocy potrzebującym;
- pozyskiwanie wsparcia od innych instytucji.

Komu świadczą pomoc Parafialne Zespoły?

- osobom starszym, chorym i niepełnosprawnym;
- rodzinom wielodzietnym żyjącym w ubóstwie;
- osobom ubogim;
- matkom samotnie wychowującym dzieci;
- ludziom uzależnionym, którzy tej pomocy potrzebują i jej pragną;
- osobom samotnym potrzebującym opieki.

Działalność charytatywną Zespół organizuje przez:

- wsparcie duchowe
- odwiedziny



- nawiązanie rozmowy
- wspólną modlitwę
- ewangelizację
- pomoc w dotarciu do kościoła itp.
- pomoc materialną
- przekazywanie darów rzeczowych
- pomoc opiekuńczo-usługową
- odwiedzanie osób będących w potrzebie
- wykonywanie różnych czynności domowych
- poprzez włączenie potrzebujących w różne akcje Caritasu.

**SCENARIUSZE
WARSZTATÓW
DLA PARAFIALNYCH
ZESPOŁÓW CARITAS**

Czy warto otworzyć się na nowości i rozwój? – w kontekście działań wolontariackich w Parafialnych Zespołach Caritas

Autorka: Magdalena Walczak

Cel ogólny:

- wzbudzenie otwartości na nowości i chęci rozwoju wolontariuszy Parafialnych Zespołów Caritas,

Cele szczegółowe:

- pogłębienie refleksji na temat elastyczności, otwartości na zmiany i rozwoju, wzbudzenie kreatywności,
- wzmocnienie zasobów indywidualnych
- wzmocnienie zasobów grupowych,
- odkrywanie kompetencji, które będą użyteczne w działaniach w PZC,
- przenoszenie nabytych doświadczeń na przyszłe działania,
- integracja grupy poprzez wspólne ćwiczenia, dyskusje i poszukiwania rozwiązań,
- wymiana opinii i doświadczeń z obszaru działań wolontariackich,
- ćwiczenia skłaniające do nowych przemyśleń na temat wolontariatu.

Czas trwania warsztatu:

2,5 godziny - 5 kroków

(Czas realizacji każdego kroku jest orientacyjny i należy go dostosować do możliwości i potrzeb grupy).

Metody:

rozmowa, dyskusja, burza mózgów, praca w grupach, gra pytanie-odpowiedź, praca z materiałem własnym, prezentacja.

Potrzebne materiały:

flipchart, marker, kartki, kostki do gry, długopisy, projektor/komputer/telewizor, tablica



Materiały do opracowania treści teoretycznych:

- literatura poruszająca tematy: rozwoju, otwartości na zmiany, elastyczności,
- książki poruszające temat wolontariatu w różnych obszarach (podręczniki i poradniki),
- strony internetowe lokalnych centrów wolontariatu.

Krok 1. Nietypowe spojrzenie:

Czas trwania: 20 minut

Materiały: karton np. po butach, flipchart, marker

Ćwiczenie, które budzi kreatywność i otwartość na nowości. **Możemy szukać nowych rozwiązań, a nie działać jedynie korzystając z utartych schematów.** Celem ćwiczenia jest zachęcenie do myślenia nieszablonowego.

Przebieg: Prowadzący pokazuje uczestnikom karton. Prosi, aby przez 5 minut każdy z nich zastanowił się nad nietypowym zastosowaniem kartonu. Do czego można go użyć? Jak można go wykorzystać? Gdzie może okazać się pomocny? Następnie zapisuje na flipcharcie wszystkie pomysły, które podadzą uczestnicy. Prowadzący wyjaśnia cel ćwiczenia.

** Warto również zachęcić do wykonywania tego prostego ćwiczenia w swojej codzienności, wykorzystując inne przedmioty.*

Krok 2. Rozwój jednostki a rozwój grupy:

Czas trwania: 20 minut

Materiały: flipchart, marker

Warto wspólnie przedyskutować, jak postrzegamy **rozwój wolontariusza – jako odrębnej jednostki działającej w PZC** oraz jak **postrzegamy rozwój danego PZC – jako całości/grupy ludzi?**

Przebieg: Prowadzący zadaje uczestnikom pytanie:

- W jaki sposób wolontariusz może rozwijać się w Parafialnym Zespole Caritas? – *rozmawiamy o jednej osobie.*

Zachęca do burzy mózgów, a odpowiedzi w formie skojarzeń/ mapy myśli zapisuje na flipcharcie.

Następnie zadaje pytanie:

- W jaki sposób Parafialny Zespół Caritas może się rozwijać? – *rozmawiamy o PZC jako całości/ grupie osób.*

Odpowiedzi zapisuje na osobnym flipcharcie również w formie skojarzeń/ mapy myśli. Na koniec czyta jeszcze raz wszystkie odpowiedzi, podsumowuje ćwiczenie.

** Jeśli prowadzący zauważy, że pytania nie są jasne dla uczestników, doprecyzowuje je tak, aby zostały zrozumiane.*

Krok 3. Droga do zmiany - refleksja własna

Czas trwania: 50 minut

Materiały: wydrukowany załącznik 1, kostki do gry (standardowe z oczkami od 1 do 6)

Zanim rozpoczniemy teoretyczne rozważania nad rozwojem i otwartością na nowości, warto pochylić się nad własnym podejściem do tych kwestii. Być może uczestnicy nigdy się nad tym nie zastanawiali. Być może nigdy nie rozmawiali o tym z innymi członkami PZC. Być może to ćwiczenie w przyszłości zaowocuje jakąś zmianą i otwartością. Warto pomyśleć **jaki jest twój stosunek do zmian i rozwoju - ogólnie w życiu, jak i w obszarze działań wolontariackich w ramach PZC?** Pomogą w tym specjalnie skonstruowane i dobrane pytania.

Przebieg: Prowadzący dzieli uczestników na grupy 3-osobowe. Każda grupa otrzymuje kartę z pytaniami (załącznik 1) oraz kostkę do gry. Uczestnicy pracują w grupach i odpowiadają na pytania, które wylosują. Instrukcja losowania: podczas kolejki każdy rzuca kostką 2 razy – pierwszy rzut to „oczka” zapisane w poziomie, drugi rzut to „oczka” zapisane w pionie, następnie uczestnik odszukuje pole, na którym krzyżują się wyrzucone oczka, odczytuje pytanie i udziela na nie odpowiedzi. Czynność powtarza każda osoba z grupy. Warto, aby grupa zrealizowała przynajmniej 5 kolejek. Prowadzący zachęca, by odpowiedzi były wyczerpujące, nie należy spieszyć w udzielaniu odpowiedzi, gdyż niektóre pytania wymagają zastanowienia, mogą być zaskakujące albo trudne. Po zakończonym ćwiczeniu prowadzący pyta wszystkich uczestników, czy któreś pytania były dla nich zaskakujące lub odkrywcze? Zachęca do dzielenia się refleksją po ćwiczeniu.

Krok 4. Informacje teoretyczne i dyskusja

Czas trwania: 30 minut

Materiały: projektor/komputer/ telewizor do odtworzenia prezentacji

Po refleksji własnej, warto usystematyzować wiedzę i zachęcić wolontariuszy do odkrycia zalet bycia otwartym i elastycznym. **Poprzez przywołanie konkretnych sytuacji będą mogli odkryć, że powyższe cechy były wykorzystywane w działaniach w przeszłości.** Dlaczego warto, aby wolontariusz chciał angażować się w nowe inicjatywy i był otwarty na zmiany?

Przebieg: Prowadzący przedstawia krótką prezentację. Warto, aby w prezentacji znalazły się precyzyjne i użyteczne informacje poruszające poniższe kwestie:

- czym jest rozwój – krótko o czynnikach warunkujących rozwój, ważne podkreślenie, że rozwijamy się całe życie,
- czym jest elastyczność i otwartość na zmiany (warto odnieść te kwestie do działania wolontariackiego, podkreślić korzystne skutki),
- podanie konkretnych sytuacji, kiedy wielu wolontariuszy i grup wolontariuszy dostosowało działania wolontariackie do otaczającej rzeczywistości lub nagłych zdarzeń losowych (sytuacje lokalne, ogólnopolskie lub międzynarodowe, które powodowały zaangażowanie i różnorodne działania w ramach PZC; przykład: pandemia, wybuch wojny na Ukrainie lub inne). Przy tym punkcie szczególnie włączamy do rozmowy uczestników, aby podzielili się własnymi doświadczeniami, jak radzili sobie z organizacją nowych działań w ramach PZC.
- zauważenie pozytywnych skutków tych działań / co by było, gdyby nie byli elastyczni i otwarci.

Krok 5. Otwartość i rozwój – podsumowanie

Czas trwania: 30 minut

Materiały: wydrukowane kartki (załącznik 2.), długopisy

Jakie refleksje obudziły się w wolontariuszach po realizacji wszystkich ćwiczeń? Celem kroku 5 jest podsumowanie wszystkich informacji z poprzednich kroków. **Czego nauczyłem się indywidualnie, a co zyskałiśmy jako grupa?**



Przebieg: Prowadzący prosi uczestników o dokończenie zdań, które znajdują się, na kartkach (załącznik 2.). Zdania każdy uzupełnia indywidualnie - tak jak czuje, jak myśli. Następnie prowadzący zaprasza osoby chętne do dzielenia się na forum swoimi pomysłami. Moderuje dyskusję. Zachęca do zadawania pytań.

Załącznik 2.

Otwartość wolontariuszy z naszego Parafialnego Zespołu Caritas:

.....

.....

.....

.....

Chęć rozwoju wolontariuszy:

.....

.....

.....

.....

Pozytywne skutki elastycznego działania w Parafialnym Zespole Caritas:

.....

.....

.....

.....

Jako grupa możemy:

.....

.....

.....

.....

Nauczyłem/am się dziś o sobie:

.....














.....

.....

.....



Załącznik 1.

						
	Czego potrzebujesz, aby otworzyć się na nowe działanie?	Dlaczego możemy lubić brak zmian?	Podjęcie nowych działań w PZC – dlaczego warto?	Po co wolontariuszowi z PZC rozwój?	Czy boisz się zmian w Twoim życiu? Dlaczego tak/nie?	Kiedy ostatnio robiłeś/aś coś po raz pierwszy?
	Jakie korzyści płyną ze zmian w życiu? Wymień przynajmniej 2.	Dlaczego możemy lubić zmiany?	W jakim kierunku Twoim zdaniem powinny rozwijać się PZC?	Czy rozwój wolontariusza może chronić przed wypaleniem?	Otwartość na nowości – czym dla Ciebie jest?	Czy cieszą Cię zmiany w Twoim życiu? Dlaczego tak/nie?
	Czy działania Waszego PZC są wystarczające? Dlaczego tak/nie?	Po co wprowadzać nowe działania w PZC?	Czego uczą zwycięstwa?	Czy zmieniają się potrzeby odbiorców działań PZC? Dlaczego tak/nie?	Czy cieszą Cię małe zmiany? Dlaczego tak/nie?	Co by Ci pomogło, aby podjąć nowe działania w ramach PZC?
	Czy często myślisz „damy radę, na pewno się uda”? Dlaczego tak/nie?	Czy chętnie coś zmieniasz, czy wolisz brak zmian i stabilizację?	Czy często myślisz „to się nie uda”? Dlaczego tak/nie?	Czego uczą porażki?	Kiedy ostatnio wprowadziliście w Waszym PZC nowe działanie?	Czy Twoim zdaniem człowiek rozwija się całe życie? Dlaczego tak/nie?
	Kto w Waszym PZC proponuje nowe działania?	Co Twoim zdaniem znaczy „być elastycznym“?	Czy szkolenia są potrzebne wolontariuszom? Dlaczego tak/nie?	Jakie emocje mogą towarzyszyć nowym działaniom?	Czego możesz się nauczyć, działając w PZC?	Co Ci pomaga w radzeniu sobie z porażką?
	Kto może Cię zmotywować do zmian?	Jak członkowie Twojego PZC reagują na nowe działania?	Jakie emocje mogą towarzyszyć sukcesom?	Kto Cię wspiera w działaniach w ramach PZC?	Jakie emocje mogą towarzyszyć porażkom?	Czy wykorzystujesz doświadczenie do wprowadzania nowych pomysłów?

Znajdź dla siebie miejsce w mediach społecznościowych.

Scenariusz warsztatów dla Parafialnych Zespołów Caritas

Autorka: Nicola Regosz

Cel główny:

- poznanie działania najpopularniejszych social mediów.

Cele operacyjne:

- poznanie pojęcia: media społecznościowe,
- rozwój kreatywność,
- kategoryzacja zainteresowań,
- trening aktywnej oceny sytuacji

Czas trwania:

2 godz. 30 min.

Metody pracy:

burza mózgów, dyskusja, praca własna, ćwiczenia

Formy pracy:

indywidualna oraz grupowa

Środki dydaktyczne:

długopisy, kartki, flipchart, markery, magnesy, wydrukowane karty pracy, wydrukowane plansze z ikonami social mediów.

Przebieg warsztatów:

1. Zagadkowe pojęcie, czyli czym właściwe są social media?

Zadaniem uczestników jest zapisanie na kartkach, jak rozumieją pojęcie SOCIAL MEDIA. Uczestnicy czytają swoje odpowiedzi i na tej podstawie tworzą własną definicję, która zapisują na tablicy.

Osoba prowadząca odczytuje definicję słownikową:

Social media, czyli media społecznościowe, to serwisy internetowe i aplikacje mobilne, dzięki którym użytkownicy mogą wchodzić w interakcję między sobą. W zależności od ich rodzaju pozwalają one na komunikację, publikację zdjęć, materiałów wideo czy wpisów.

2. Ja w mediach społecznościowych- czy znajdę coś dla siebie?

Prowadzący przedstawia do czego mogą przydać się media społecznościowe pojedynczej jednostce. Do podstawowych zastosowań social mediów należą:

- komunikacja z przyjaciółmi i rodziną,
- udostępnianie zdjęć i filmów,
- śledzenie wiadomości i aktualności,
- uczestnictwo w grupach o wspólnych zainteresowaniach,
- pozyskiwanie opinii i recenzji,
- udział w konkursach.

Prowadzący daje możliwość, aby grupa zgodziła się lub nie z powyższymi zastosowaniami oraz dodała własne.

3. Karta pracy - czego poszukuję w Internecie?

Zadaniem uczestników jest wypisane czego najczęściej szukają w Internecie (np.: wiadomości, inspiracji, doniesień politycznych, robią zakupy...).

4. Social media, które mogą Cię zainteresować.

Prowadzący przedstawia najpopularniejsze social media, które mogą sprostać zainteresowania i najczęściej odwiedzanym stroną Internetowym przez uczestników (nawiązanie do karty pracy). Prowadzący przedstawia uczestnikom plansze (przyczepia je na magnesy do tablicy) z dostępnymi mediami oraz ich celowością.

Facebook - najpopularniejszy serwis społecznościowy na całym świecie, w ramach którego zarejestrowani użytkownicy mogą tworzyć sieci i grupy, dzielić się wiadomościami i zdjęciami.

Instagram - fotograficzny serwis społecznościowy. Daje możliwość zmiany przerabiania, upiększania zdjęć oraz tworzenia krótkich filmików.



Twitter - serwis działający jak mały blog. Zapisywane tweety to krótkie wiadomości tekstowe wyświetlane na profilu autora. Z języka angielskiego oznacza ćwierkanie.

Messenger - komunikator Facebooka, służy do wysyłania wiadomości, zdjęć, filmów, naklejek i innych plików. Usługa umożliwia również połączenia głosowe (w tym grupowe) oraz wideo-rozmowy.

WhatsApp - komunikator, dzięki któremu można przysyłać wiadomości i pliki multimedialne. Wymagana jest instalacja aplikacji na telefonie. Możliwe jest tworzenie czatów grupowych.

YouTube - umożliwia bezpłatne udostępnianie, edycję, nadawanie na żywo i komentowanie filmów. Niezarejestrowani użytkownicy mogą oglądać filmy, podczas gdy zarejestrowani mają możliwość umieszczenia nieograniczonej liczby filmów.

TikTok - serwis internetowy, którego główna funkcja polega na możliwości publikowania krótkich materiałów wideo, z wykorzystaniem muzyki aplikacji oraz z możliwością samego oglądania stworzonych już materiałów.

Pinterest - serwis umożliwiający dzielenie się materiałami wizualnymi (obrazami, GIF-ami, filmami). W odróżnieniu od innych mediów społecznościowych, których główną funkcją jest publikowanie własnej treści, Pinterest pozwala na zapisywanie treści uznanych przez użytkownika za wartościowe, głównie w celu inspirowania się lub motywowania.

Snapchat - aplikacja służąca do wysyłania filmów i zdjęć, które można oglądać przez krótki, określony czas.

Wszystkie powyżej wymienione aplikacje są bezpłatne. Do korzystania z nich potrzebny jest dostęp do Internetu oraz posiadanie własnego adresu e-mail.

KARTA PRACY 1

Czego szukam w Internecie?



5. Instrukcje dla chętnych jak założyć konto na poszczególnych mediach społecznościowych:

FACEBOOK

1. Przejdź do strony facebook.com.
2. Wprowadź imię i nazwisko, którym posługujesz się na co dzień.
3. Wprowadź datę urodzenia.
4. Wprowadź swój numer telefonu komórkowego.
5. Dotknij przycisku: kobieta, mężczyzna, aby wybrać płeć.
6. Wybierz hasło i dotknij opcji: zarejestruj się.

INSTAGRAM

Założenie na telefonie:

1. Ściągnij aplikację Instagram z Google Play lub AppStore.
2. Po zainstalowaniu aplikacji kliknij ikonę Instagrama, aby ją otworzyć.
3. Kliknij przycisk „Zarejestruj się przy użyciu adresu e-mail lub numeru telefonu” (Android) lub „Utwórz nowe konto” (iPhone), następnie wprowadź adres e-mail lub numer telefonu (wymagany będzie kod potwierdzający, który otrzymasz zaraz po wprowadzeniu danych). Kliknij przycisk „Dalej”. Możesz też zarejestrować się używając swojego konta na Facebooku, wybierając opcję „Logowanie przez Facebooka”.
4. Utwórz nazwę użytkownika i hasło, a następnie kliknij przycisk „Dalej”. Jeśli wybrałeś opcję „Logowanie przez Facebooka”, otrzymasz prośbę o zalogowanie się na konto Facebook.

Założenie na komputerze:

1. Przejdź do witryny instagram.com.
2. Kliknij „Zarejestruj się”, wpisz swój adres e-mail a następnie uzupełnij nazwę użytkownika i hasło. Jeśli chcesz zarejestrować się używając konta Facebook, kliknij „Logowanie przez Facebooka”.



3. Po uzupełnieniu danych kliknij „Zarejestruj się” lub wprowadź dane swoje dane logowania na Facebooka, jeśli wybierasz opcję założenia konta przez tę platformę.

Facebook



Instagram



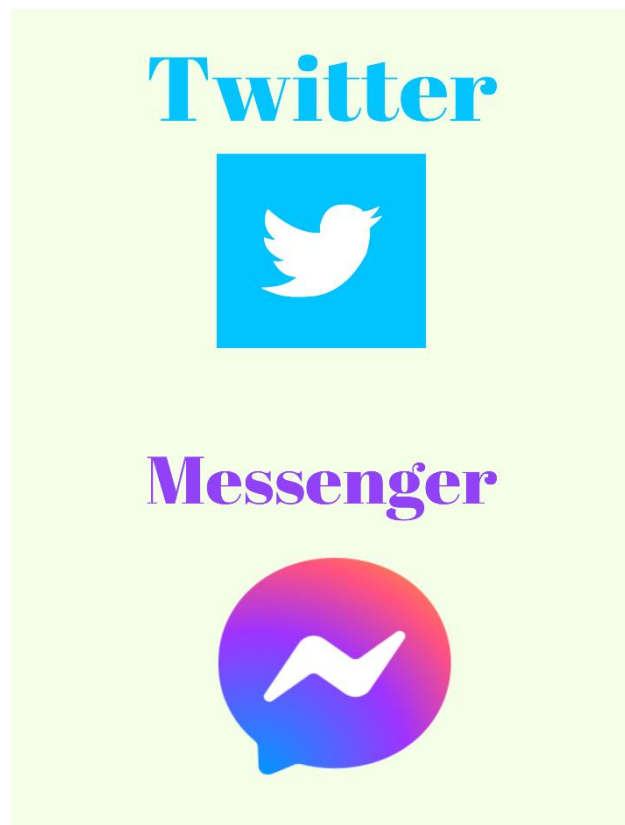
Instagram

TWITTER

1. Utwórz konto w serwisie Twitter wchodząc na stronę www.twitter.com, a następnie wprowadź wszystkie potrzebne dane.
2. Kliknij w przycisk „Zarejestruj”, przeprowadź telefoniczną weryfikację konta, po czym kliknij w przycisk „Zaczynamy”.

MESSENGER

1. Przejdź do App Store (iPhone) lub sklepu Google Play (Android).
2. W wyszukiwarce aplikacji wpisz „Messenger”.
3. Wejdź w stronę aplikacji i kliknij ikonę pobierania.
4. Kiedy instalowanie aplikacji zostanie zakończone, kliknij w jej ikonę.
5. Wpisz swoje dane logowania do konta Facebook’u lub kliknij przycisk „Zarejestruj”, jeśli jesteś nowym użytkownikiem i chcesz założyć konto.



WHATSAPP

1. Przejdź do App Store (iPhone) lub sklepu Google Play (Android)
2. Po zainstalowaniu WhatsApp należy uruchomić aplikację i założyć konto.
3. Na ekranie telefonu pojawi się regulamin i polityka prywatności.
4. Wybierz kraj, w którym przebywasz.
5. Wpisz numer telefonu i kliknij „Gotowe” lub „Dalej”.
6. Na telefon dostaniesz SMS-em sześciocyfrowy kod rejestracyjny.

TIKTOK

1. Pobierz aplikację TikTok z Google Play lub App Store,
2. Strona TikToka daje też możliwość podania numeru telefonu, dzięki czemu otrzymamy link do pobrania w wiadomości SMS na nasz telefon.
3. Po pobraniu uruchamiamy aplikację.
4. Chcąc szybko stworzyć konto na TikToku, możemy użyć konta Google, Facebooka lub Twittera. Jest też możliwość rejestracji za pomocą adresu e-mail lub numeru telefonu.

Założcie sami lub z pomocą grupy konto na wybranym portalu lub komunikator. Sprawdźcie jakie daje możliwość. Możecie założyć grupę dla Parafialnych Zespołów Caritas na WhatsAppie i dzięki temu szybko się ze sobą komunikować lub profil na Facebooku i tam publikować Wasze wspólne działania dotyczące Parafii oraz Zespołu (albo śledzić inne zespoły i czerpać inspirację z ich działania).

TikTok

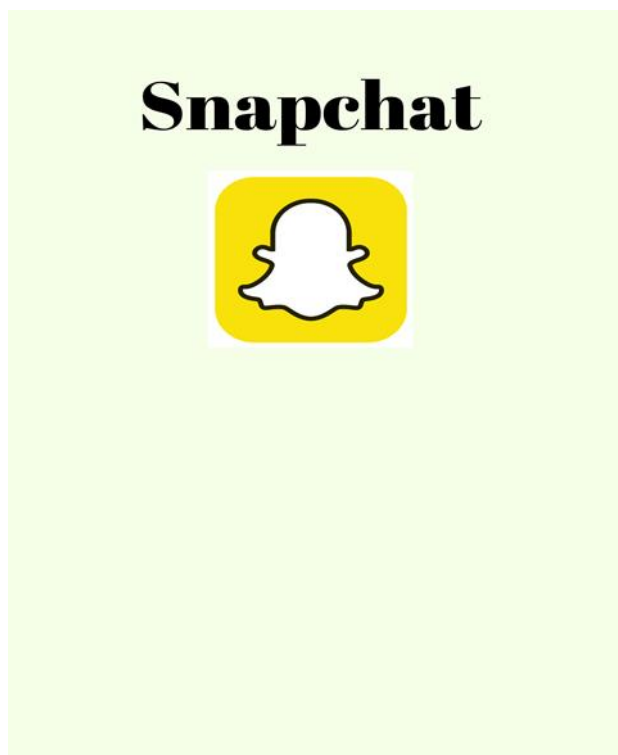
TikTok

WhatsApp



SNAPCHAT

1. Przejdź do App Store (iPhone) lub sklepu Google Play (Android).
2. Otwórz aplikację i dotknij „Zarejestruj się”, aby utworzyć nowe konto Snapchat.
3. Wprowadź swoje imię i nazwisko i dotknij „Zarejestruj się i zaakceptuj”. Następnie podaj datę swoich urodzin.
4. Utwórz nazwę użytkownika Snapchat (Uwaga: nazwę użytkownika można zmienić tylko raz w roku, więc wybierz mądrze!).
5. Wybierz bezpieczne hasło. Zalecamy utworzenie hasła składającego się z co najmniej 10 znaków, aby było bardzo mocne.
6. Podaj swój numer telefonu i zweryfikuj go w celu zapewnienia bezpieczeństwa konta. Możesz również dotknąć opcji „Zarejestruj się za pomocą adresu e-mail”, jeśli nie chcesz podawać swojego numeru telefonu.



YOUTUBE

1. Zaloguj się w YouTube na komputerze lub stronie mobilnej.
2. Kliknij swoje zdjęcie profilowe. Utwórz kanał.
3. Pojawi się prośba o utworzenie kanału.
4. Sprawdź widoczne informacje (w tym nazwę konta Google oraz zdjęcie) i potwierdź, że chcesz utworzyć kanał.

PINTEREST

1. Przejdź do Pinterestu.
2. Wprowadź adres e-mail, utwórz hasło i wpisz swój wiek.
3. Kliknij „Kontynuuj”.
4. Kliknij „Dalej”.
5. Określ swoją płeć.
6. Wybierz język oraz kraj lub region z rozwijanego menu.
7. Wybierz co najmniej pięć tematów.
8. Kliknij „Gotowe”.

YouTube



Pinterest



Sylwetka wolontariusza – jak działać efektywnie i dbać o siebie, aby uchronić się przed wypaleniem?

Autorka: Magdalena Walczak

Cel ogólny:

- pozyskanie wiedzy na temat cech i kompetencji przydatnych w realizowaniu wolontariatu oraz na temat przeciwdziałania wypaleniu w obszarze działalności wolontaryjnej,

Cele szczegółowe:

- kreowanie pozytywnego obrazu wolontariusza
- odkrywanie własnych kompetencji wolontariackich,
- wzmacnianie zasobów,
- odkrywanie mocnych stron jednostki i grupy,
- szukanie rozwiązań w posiadanym doświadczeniu,
- przenoszenie nabytych doświadczeń na przyszłe działania,
- pozyskanie informacji teoretycznych czym jest wypalenie,
- poznanie przyczyn i skutków wypalenia,
- poszerzenie wiedzy na temat działań prewencyjnych przeciw wypaleniu,
- integracja grupy poprzez wspólne ćwiczenia, dyskusje i poszukiwania rozwiązań,
- wymiana opinii i doświadczeń z obszaru działań wolontariackich,
- ćwiczenia skłaniające do nowych przemyśleń na temat wolontariatu,

Czas trwania warsztatu:

2,5 godziny - 6 kroków

* Czas realizacji każdego kroku jest orientacyjny i należy go dostosować do możliwości i potrzeb grupy.

Metody:

rozmowa, dyskusja, burza mózgów, praca w grupach, praca z materiałem własnym, prezentacja.

Potrzebne materiały:

flipchart, marker, kartki, kartki samoprzylepne, długopisy, projektor/komputer/telewizor, tablica.

Materiały do opracowania treści teoretycznych:

M. J. Szymankiewicz, *Stres i wypalenie zawodowe w pracy wolontariuszy organizacji pozarządowej*.

H. Sęk, *Wypalenie zawodowe: przyczyny i zapobieganie*.

J. Fengler, *Pomaganie mężczyznom. Wypalenie w pracy zawodowej*.

- książki poruszające temat wolontariatu w różnych obszarach (podręczniki i poradniki),
- strony internetowe lokalnych centrów wolontariatu.

Krok 1.

Cechy wolontariusza Parafialnego Zespołu Caritas

Czas trwania: 20 minut

Materiały: długopisy, samoprzylepne karteczki, tablica.

Wielu osobom towarzyszy przekonanie: najważniejsze, aby wolontariusz był empatyczny. Oczywiście, empatia jest ważna, lecz myślenie, że tylko ona wystarczy jest błędne. Warto zastanowić się: **jakie cechy są przydatne w pracy wolontariackiej w Parafialnym Zespole Caritas?**

Przebieg: Uczestnicy warsztatu pracują w parach lub grupach 3-osobowych. Otrzymują 5 kartek samoprzylepnych. Podejmują dyskusję na temat cech, które ich zdaniem warto, aby mieli wolontariusze z PZC. Następnie wybierają wspólnie 5 najważniejszych cech i zapisują je na karteczkach. Jedna kartka – jedna cecha. Kiedy wszystkie grupy zrealizują zadanie, ich reprezentanci przyklejają karteczki do tablicy. Prowadzący odczytuje cechy, zwraca uwagę na to, które się powtarzają, których jest najwięcej. Możliwa dalsza dyskusja.

Prowadzący tłumaczy:

Powstał zbiór cech wolontariusza, które jako grupa doceniamy, traktujemy jako użyteczne. Nawet jeśli ktoś nie ma którejs cechy, to jako członkowie PZC tworzycie drużynę, która łącznie te wszystkie cechy ma.

Krok 2.

Efektywne działanie – rób tego więcej!

Czas trwania: 55 minut

Materiały: wydrukowane/przygotowane karty (załącznik 1) najlepiej w formacie większym niż A4, długopisy.

Kompetencje i umiejętności, które mogą okazać się ważne dla wolontariuszy oraz funkcjonowania Parafialnego Zespołu Caritas jako całości. Dlaczego są ważne? Jak były realizowane do tej pory? W jaki sposób realizować je w przyszłości? **Warto sięgnąć pamięcią do minionych doświadczeń, gdyż spojrzenie na nie w odpowiednim kontekście pozwoli znaleźć rozwiązania i wskazówki na przyszłość.**

Zagadnienia:

1. WSPIERANIE KOLEGÓW I KOLEŻANEK Z PARAFIALNEGO ZESPOŁU CARITAS.
2. OPTYMISTYCZNE NASTAWIENIE DO DZIAŁANIA.
3. UCZENIE SIĘ NA BŁĘDACH I WYCIĄGANIE WNIOSKÓW Z PORAŻEK.
4. ZWRACANIE UWAGI NA ZRÓŻNICOWANE POTRZEBY ODBIORCÓW DZIAŁAŃ PARAFIALNYCH ZESPOŁÓW CARITAS.
5. SYSTEMATYCZNOŚĆ DZIAŁANIA.
6. DBANIE O BEZPIECZEŃSTWO.

Przebieg: Prowadzący dzieli uczestników na 6 grup i rozdaje im karty przygotowane tak jak w załączniku 1. Zadaniem każdej grupy będzie opracowanie jednego tematu – odpowiadając na pytania. Wyznaczona osoba notuje odpowiedzi na karcie. Po zakończonej pracy. Każda grupa prezentuje swoje refleksje. Prowadzący moderuje dyskusje.

**Jeśli prowadzący obserwuje, że grupa w trakcie działania ma trudność z opracowaniem swojego zagadnienia, ważne, aby wyjaśnił, zadał pytania pomocnicze, podał przykłady, które wzbudzą refleksję i zachęcą do dyskusji.*

Krok 3.

Wypalenie w działalności wolontariackiej

Czas trwania: 30 minut

Materiały: projektor/komputer/ telewizor do odtworzenia prezentacji.

Poprzednie ćwiczenie pokazało, że czas działania w Parafialnym Zespole Caritas to cenne doświadczenie i wiedza. Refleksją należy objąć nie tylko samo działanie, ale warto pochylić się również nad świadomością jak ważne jest, aby wolontariusz dbał o siebie. Praca z drugim człowiekiem, praca związana z pomocą innym i przy tym nieodpowiednie zadbanie o siebie może prowadzić do wypalenia. **Czym jest wypalenie w obszarze działalności wolontariackiej?**

Przebieg: Prowadzący ukazuje informacje teoretyczne na temat wypalenia, korzystając z przygotowanej wcześniej prezentacji. Warto, aby w prezentacji znalazły się precyzyjne i użyteczne informacje poruszające poniższe kwestie:

- co to jest wypalenie w działalności wolontariackiej
- przyczyny i skutki wypalenia,
- fazy wypalenia,
- jak rozpoznawać wypalenie (zmęczenie a wypalenie).

Warto, aby prowadzący zaprezentował uczestnikom obrazki/ zdjęcia, które przedstawiają poniższą sytuację:

W samolocie spada ciśnienie, więc pasażerowie muszą nałożyć maskę tlenową. Zgodnie z przekazywaną przez załogę samolotu instrukcją – dorośli najpierw nakładają maskę sobie, a dopiero w drugiej kolejności nakładają maskę dziecku.

Pytania do uczestników o obrazek:

Jaką sytuację ukazuje?

Dlaczego taka jest procedura w samolocie?

Jak ta sytuacja może odnosić się do wolontariatu?

**Sposób przekazania treści nie musi mieć charakteru wykładowego. Warto zaangażować słuchaczy, aby ten krok miał charakter dyskusji i dzielenia się przemyśleniami.*

Krok 4.

Praca z materiałem własnym

Czas trwania: 25 minut

Materiały: wydrukowane karty (załącznik 2.), długopisy.

Różne działania mogą chronić nas przed wypaleniem. Zanim jednak zostanie wyjaśnione, dlaczego tak jest, warto, aby każdy wolontariusz zastanowił się jak poszczególne obszary wyglądają w jego życiu i na ile jest z nich zadowolony.

Celem ćwiczenia nie jest diagnoza, czy kogoś dotyka wypalenie lub nie, lecz wzbudzenie refleksji na temat działań prewencyjnych przeciwko wypaleniu.

Przebieg: Prowadzący rozdaje kartę każdemu uczestnikowi warsztatu. Uczestnicy pracują indywidualnie. Nie dzielą się odpowiedziami na forum. Kiedy uczestnicy skończą pracować, prowadzący wyjaśnia jaki był cel tego ćwiczenia. Następnie przechodzi do kroku 5, do którego wstępem była praca własna w kroku 4.

Krok 5.

Przeciwdziałanie wypaleniu – na co zwrócić uwagę?

Czas trwania: 35 minut

Materiały: flipchart, tablica, marker

Literatura wskazuje, że działania wymienione w poprzednim ćwiczeniu **mogą przeciwdziałać wypaleniu w obszarze działalności wolontariackiej**. Zastanówmy się wspólnie, dlaczego tak jest?

Przebieg: Prowadzący zapisuje na kartach flipchartu każdy obszar (kontakt z liderem/koordynatorem wolontariatu; kontakt z innymi wolontariuszami z PZC; kontakt z rodziną/przyjaciółmi/znajomymi spoza PZC; aktywność i pasje poza wolontariatem; równowaga pomiędzy pracą wolontariacką a odpoczynkiem; rozwój własny), pod każdym pozostawiając puste miejsce. Następnie pyta uczestników i zaprasza do dyskusji, i burzy mózgów: jak ich zdaniem poszczególne obszary mogą chronić przed wypaleniem. Na

podstawie odpowiedzi tworzy mapę myśli, którą zapisuje pod zagadnieniem, które jest omawiane.

**Jeśli prowadzący zauważy, że temat nie jest wyczerpany lub uczestnicy nie znają odpowiedzi, ważne, aby uzupełniał mapę myśli, czerpiąc wiedzę z literatury lub stron internetowych poświęconych temu zagadnieniu.*

Krok 6.

Podsumowanie

Czas trwania: 15 minut

Przebieg: Prowadzący pyta uczestników:

- Co korzystnego wynoszą z warsztatu?

Zachęca do zadawania pytań.

Załącznik 1.

1. WSPIERANIE KOLEGÓW I KOLEŻANEK Z PARAFIALNEGO ZESPOŁU CARITAS

Dlaczego jest ważne?

.....
.....
.....
.....
.....

Jak było realizowane w Waszym Parafialnym Zespole Caritas w przeszłości?

Przykłady sytuacji.

.....
.....
.....
.....
.....

Na co zwrócić uwagę w przyszłości, aby mogło być realizowane? Wskazówki.

.....
.....
.....
.....
.....

Załącznik 1.

2. OPTYMISTYCZNE NASTAWIENIE DO DZIAŁANIA

Dlaczego jest ważne?

.....
.....
.....
.....
.....

Jak było realizowane w Waszym Parafialnym Zespole Caritas **w przeszłości**? Przykłady sytuacji.

.....
.....
.....
.....
.....

Na co zwrócić uwagę w **przyszłości**, aby mogło być realizowane? Wskazówki.

.....
.....
.....
.....
.....

Załącznik 1.

3. UCZENIE SIĘ NA BŁĘDACH I WYCIĄGANIE WNIOSKÓW Z PORAŻEK

Dlaczego jest ważne?

.....
.....
.....
.....
.....

Jak było realizowane w Waszym Parafialnym Zespole Caritas w przeszłości?

Przykłady sytuacji.

.....
.....
.....
.....
.....

Na co zwrócić uwagę w przyszłości, aby mogło być realizowane? Wskazówki.

.....
.....
.....
.....
.....

Załącznik 1.

4. ZWRACANIE UWAGI NA ZRÓŻNICOWANE POTRZEBY ODBIORCÓW DZIAŁAŃ PARAFIALNYCH ZESPOŁÓW CARITAS

Dlaczego jest ważne?

.....

.....

.....

.....

.....

Jak było realizowane w Waszym Parafialnym Zespole Caritas w **przeszłości**?

Przykłady sytuacji.

.....

.....

.....

.....

.....

Na co zwrócić uwagę w **przyszłości**, aby mogło być realizowane? Wskazówki.

.....

.....

.....

.....

.....



Załącznik 1.

5. SYSTEMATYCZNOŚĆ DZIAŁANIA

Dlaczego jest ważne?

.....

.....

.....

.....

.....

Jak było realizowane w Waszym Parafialnym Zespole Caritas w przeszłości?

Przykłady sytuacji.

.....

.....

.....

.....

.....

Na co zwrócić uwagę w przyszłości, aby mogło być realizowane? Wskazówki.

.....

.....

.....

.....

.....

Załącznik 1.

6. DBANIE O BEZPIECZEŃSTWO

Dlaczego jest ważne?

.....

.....

.....

.....

.....

Jak było realizowane w Waszym Parafialnym Zespole Caritas w przeszłości?

Przykłady sytuacji.

.....

.....

.....

.....

.....

Na co zwrócić uwagę w przyszłości, aby mogło być realizowane? Wskazówki.

.....

.....

.....

.....

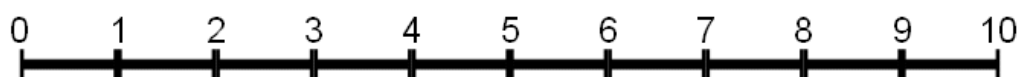
.....

Załącznik 2.

Jak oceniam swój/ swoją:

od 0 – „w ogóle nie jestem zadowolony” do 10 – „uwazam, że jest świetnie”)

Kontakt z liderem/koordynatorem wolontariatu:



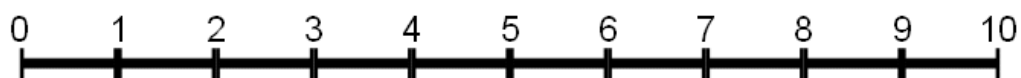
Kontakt z innymi wolontariuszami z PZC:



Kontakt z rodziną/przyjaciółmi/znajomymi spoza PZC:



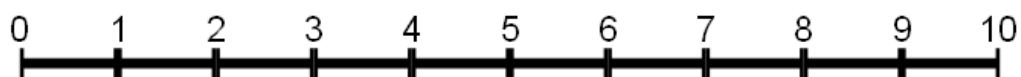
Aktywność i pasje poza wolontariatem:



Równowaga pomiędzy pracą wolontariacką a odpoczynkiem:



Rozwój własny:



Efektywna komunikacja według teorii

Friedmanna Schultza von Thuna

Autorka: Sylwia Piechucka

sylwia.piechucka@bono.edu.pl

Czas trwania: 2 x 1,5 h

Cel strategiczny: nabycie wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji interpersonalnej

Cele operacyjne: poznanie schematu komunikacji, poznanie komunikacji według Schultza von Thuna jako czynnika wyjaśniającego konflikty międzyludzkie

Korzyści: uczestnik potrafi zidentyfikować płaszczyzny komunikacji według Schultza von Thuna i potrafi wykorzystać je w różnych sytuacjach w ramach komunikacji interpersonalnej

MODUŁ 1.

Czas trwania: 1,5 h

CZAS	CEL	STRUKTURA	POTRZEBNE MATERIAŁY
15 minut	Poznanie się uczestników, poznanie agendy, poznanie celów uczestników	Wstęp <ul style="list-style-type: none">- przedstawienie się trenera- przedstawienie się uczestników- agenda – struktura warsztatu – może zostać rozpisana na flipcharcie- cele uczestników; wygodnie jest zastosować metodę, w której uczestnicy otrzymują karteczki samoprzylepne i spisują na nich swoje cele,	Mazaki Flipchart Karteczki samoprzylepne

		<p>a następnie umieszczają je na kartce z flipcharta opatrzonej nagłówkiem CELE.</p> <p>Do kartki tej wracamy po zakończeniu warsztatu konfrontując cele z uzyskaną wiedzą.</p>	
30 minut	<p>Uzyskanie wstępnej wiedzy na temat komunikacji interpersonalnej i jej składowych oraz klasycznego schematy komunikacji</p>	<p>Komunikacja interpersonalna</p> <p>- czym jest komunikacja interpersonalna – mini wykład (załącznik 1) i dyskusja; przed rozpoczęciem mini wykładu warto zachęcić uczestników do tego, aby zaproponowali własne definicje komunikacji interpersonalnej i zapisać je na flipcharcie; podczas wykładu można wskazywać na podobieństwa i różnice w tym co powiedzieli uczestnicy, a wiedza literaturową.</p> <p>- klasyczny schemat komunikatu – należy przerysować schemat komunikatu (załącznik 2) i dokonać jego omówienia (załącznik 3)</p>	<p>Mazaki Flipchart</p>
45 minut	<p>Uzyskanie wiedzy teoretycznej na temat komunikacji według Shultza von Thuna</p>	<p>Komunikat według Shultza von Thuna</p> <p>Przedstawienie zasad komunikacji według von Thuna – mini wykład; należy na flipcharcie narysować kwadrat von Thuna (załącznik 4) i omówić jego poszczególne elementy w kontekście „czworga uszu” (załącznik 5). Należy wskazać, że poszczególne jednostki bardzo często posiadają jedną dominującą płaszczyznę komunikacji, niemniej zwykle potrafimy się z większym lub mniejszym sukcesem komunikować się na każdej z nich.</p>	<p>Mazaki Flipchart</p>

MODUŁ 2.

Czas trwania: 1,5 h

CZAS	CEL	STRUKTURA	POTRZEBNE MATERIAŁY
30 minut	Samodzielne przećwiczenie świadomego otwierania poszczególnych „uszu” w obszarze komunikacji werbalnej i niewerbalnej.	<p>Jak odbieram komunikat - ćwiczenia indywidualne</p> <p>Trener rozdaje uczestnikom karty pracy 1 z prośbą o przeczytanie zapisanych na nich zdań, a następnie opisanie jak rozumieją je na poszczególnych płaszczyznach. Oznacza to, że uczestnicy powinni świadomie interpretować przekaz przez pryzmat konkretnej płaszczyzny schematu von Thuna.</p> <p>Następnie poszczególne osoby odczytują w jaki sposób odebrały komunikat poszczególnymi „uszuami”, a trener prowadzi bieżącą korektę. Na koniec warto sprowokować dyskusję:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jakie są Twoje refleksje po tym ćwiczeniu? - Co było trudne? - Co było łatwe? - Czy to możliwe, że łatwiejsze były dla Ciebie te płaszczyzny, które są dla Was bardziej „naturalne”? - W jaki sposób możesz wykorzystać uzyskaną wiedzę w praktyce, podczas komunikacji z otoczeniem? <p>Jeśli trener dysponuje dodatkowym czasem może przeprowadzić ćwiczenie z karta pracy nr 2. Zadaniem uczestników jest w jej przypadku zidentyfikowanie poszczególnych płaszczyzn komunikacji niewerbalnej. Proponując to ćwiczenie należy zaznaczyć, że w przypadku braku komunikacji werbalnej często zdarza się, że płaszczyzna rzeczowa ma charakter „niemy”, a tym samym nie jesteśmy w stanie uzyskać informacji z tego obszaru. W dyskusji po tym ćwiczeniu można wykorzystać podobne pytania jak przy karcie</p>	Karta pracy 1 Karta pracy 2 - opcjonalnie

		pracy 1. Dodatkowo można zapytać który z obszarów komunikacji: werbalny czy niewerbalny był łatwiejszy/trudniejszy i dlaczego.	
45 minut		<p>Co jeśli nadawca i odbiorca wybierają różne płaszczyzny komunikacji? (mini wykład – ćwiczenia w parach/trójkach).</p> <p>Trener pokazuje uczestnikom dwuznaczny obrazek (załącznik 6). Należy wytłumaczyć uczestnikom, że tak jak słyszymy na 4 różnych płaszczyznach, w analogiczny sposób możemy na tych 4 płaszczyznach nadawać komunikat. Zwykle, gdy intencje nadawcy komunikatu obejmują inne płaszczyzny niż tekst, które interpretuje odbiorca, dochodzi do nieporozumień i konfliktów. Zdarzają się one nawet wówczas, gdy uczestnicy komunikatu zgadzają się co do rozumienia 1 płaszczyzny (często jest to płaszczyzna rzeczowa)</p> <p>W odniesieniu do rysunku należy rozrysować na flipcharcie schemat zgodnie z załącznikiem 7 i uzupełnić jego poszczególne elementy angażując do tego uczestników.</p> <p>Następnie uczestników w zależności od liczebności grupy należy podzielić na 23 osobowe zespoły. Każdy z nich otrzymuje 1 obrazek z karty pracy 3, z poleceniem rozrysowania schematu, w sposób który wcześniej zaprezentował trener.</p> <p>Na koniec warto sprowokować dyskusję:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jakie są Twoje refleksje po tym ćwiczeniu? - Co było trudne? - Co było łatwe? - W jaki sposób możesz wykorzystać uzyskaną wiedzę w praktyce, podczas komunikacji z otoczeniem? 	Mazaki Flipchart Karta pracy 3
15 minut	Zamknięcie warsztatu,	Zamknięcie z czym wychodzisz?	brak

porównanie celów, refleksja końcowa	<p>Trener podsumowuje warsztat, wskazując na główne elementy przekazanej wiedzy.</p> <p>Następnie prosi uczestników o odklejenie z kartki z nagłówkiem CELE swoich karteczek i odniesienie się do nich. Warto poprosić także o dodatkowe refleksje – z czym wychodzisz?</p>	
---	---	--

Załącznik 1.

Termin „komunikacja” wywodzi się z języka łacińskiego od słowa „communicatio” i oznacza łączność, wymianę, rozmowę. W relacji między ludźmi komunikacja to przekaz pewnej informacji (komunikatu) i zdolność do odbioru i rozumienia tego przekazu. Często pojęcie to utożsamia się również ze sposobem przekazywania informacji (komunikatów) oraz z relacjami, jakie zachodzą podczas ich wymiany.

Komunikacja werbalna to komunikacja oparta na słowie. Dużą rolę odgrywają tu takie czynniki, jak:

- akcent (często ważniejszy niż treść wiadomości);
- stopień płynności mowy (świadczy o kompetencji i odpowiedzialności);
- treść wypowiedzi (jest uzależniona od władzy oraz związków międzyludzkich;
- uzależnionych od przyjętego systemu kulturowego).

Elementem komunikacji werbalnej jest parajęzyk. Są to dźwiękowe komponenty wypowiedzi, które niosą w sobie znaczenie niezależnie od treści zawartej w słowach. Nazwa ta obejmuje wysokość dźwięku, rezonans, artykulację, tempo, siłę głosu i rytm. Elementy parajęzyka:

- wysokość dźwięku;
- rezonans;
- artykulacja;
- tempo;
- siła głosu.

Z komunikacją werbalną powiązane są również techniki aktywnego słuchania takie jak:

- Odzwierciedlanie - aby rozmówca czuł się do końca wysłuchany i zrozumiany, pomocne jest okazanie mu (pozycją ciała, tempem mówienia, siłą głosu czy mimiką), że odwzajemniamy również jego przeżycia. Technika ta polega na „odbijaniu jak w lustrze” reakcji emocjonalnych rozmówcy oraz odwołuje się do zachowań empatycznych.
- Klaryfikacja –skłaniamy rozmówcę do skoncentrowania się na głównej idei komunikatu lub prosimy o bardziej precyzyjne wyjaśnienie sprawy.
- Parafraza – ujmujemy inne słowa zasłyszany komunikat, upewniając się czy dobrze został zrozumiany.

Komunikacja niewerbalna, jak sama nazwa wskazuje, nie wymaga słów, a jej waga zależy od tego, jak silnie nadawca jest związany z komunikatem oraz z odbiorcą. Mowa ciała odkrywa przed nami prawdziwą treść przekazu. To co naprawdę ważne słyszymy i widzimy zmysłami.

Obszary niewerbalnych aktów komunikacyjnych

OBSZARY	CHARAKTERYSTYKA
Gestykulacja	Ruchy rąk, dłoni, palców, nóg, stóp, głowy, tułowia
Mimika	Ruchy ust, oczu, brwi, powiek
Dotyk i kontakt fizyczny	Od łagodnego głaskania do brutalnego uderzenia
Wygląd fizyczny	Wzrost, rozmiar ciała, sposób ubierania się, czesania, ozdabiania, malowania
Dźwięki paralingwistyczne	Westchnienia, pomruki płacz, gwizdanie, sapanie, śmiech, przydźwięki („yyyy”, „eee”)
Kanał wokalny	Intonacja, akcentowanie, barwa głosu, rytm i szybkość mówienia, barwa głosu
Spojrzenia i ich wymiana	Kontakt wzrokowy, jakość i długość spojrzeń
Dystans fizyczny między rozmówcami	Odległość, przestrzeń osobista
Pozycja ciała w trakcie rozmowy	Poziom napięcia lub rozluźnienia, otwartość lub zamknięcie
Organizacja środowiska	W skali osobistej – architektura wnętrz, w skali publicznej – architektura i urbanistyka

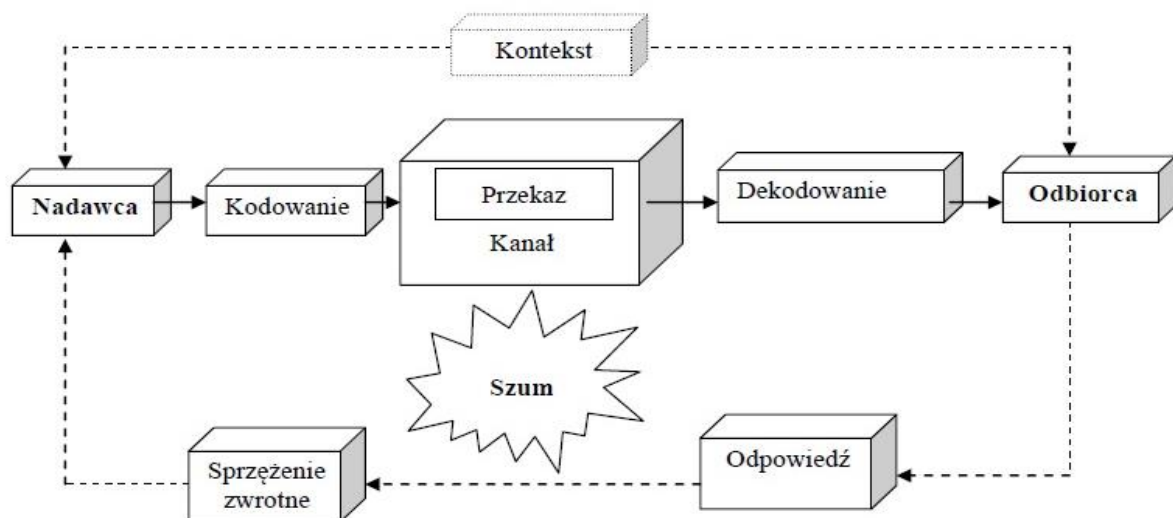
Komunikacja niewerbalna w kontaktach interpersonalnych, pełni pięć zasadniczych funkcji:

- informacyjną;
- wspierania przekazów słownych;
- wyrażania postaw i emocji;
- definiowania relacji;
- kształtowania wrażenia.

Komunikacja niewerbalna jest przekaźnikiem emocji stron biorących udział w procesie komunikacji. Obserwując partnerów rozmowy, wychwytyjąc z ich zachowania pewne powtarzalne gesty czy ruchy można wnioskować jakie jest ich nastawienie do partnera. Wyróżnia się pewne grupy zachowań świadczące o postawie i nastawieniu do rozmowy. Komunikowanie niewerbalne uzupełnia i wzmacnia przekaz ustny, wymaga zaangażowania zmysłów, tworzy go kilka grup sygnałów:

- kinezyka – mowa ciała (mimika, gesty, ruchy ciała),
- samoprezentacja człowieka (m.in. wygląd fizyczny, budowa ciała, ubranie, fryzura, makijaż),
- dotyk (uścisk dłoni, poklepywanie, obejmowanie),
- chronemika (wykorzystanie czasu, jako sygnału komunikacyjnego, np. oczekiwanie,
- punktualność, czas trwania jakiegoś zdarzenia),
- elementy otoczenia takie jak: temperatura, oświetlenie, kolor (mogą wpływać na zachowania ludzi, stymulować ich bądź odstraszać).

Załącznik 2.



Załącznik 3.

Przekazywanie komunikatów odbywa się za pomocą umownych znaków, takich jak: słowa, gesty, dźwięki litery, liczby, symbole. W procesie komunikacyjnym zdarza się, że odbiorca odczytuje przekazany komunikat w innym znaczeniu niż nadał go nadawca. Innymi słowy odebrany komunikat na wyjściu, jest różny od podanego na wejściu. Wówczas mówi się o zakłóceniach w procesie komunikacji. Zakłócenia mogą zaistnieć wówczas, gdy nadawca wyraża swoje myśli w niezbyt jasny lub niezrozumiały dla odbiorcy sposób. W ten sposób pełne porozumienie się oraz skomunikowanie staje się utrudnione lub nawet niemożliwe.

W przedstawionym modelu źródłem komunikacji jest człowiek wysyłający komunikat, czyli nadawca. Komunikatem natomiast jest aktualna, fizyczna postać przekazywanej informacji. Jak wynika z modelu, komunikat przekazywany jest do odbiorcy za pomocą wybranego przez nadawcę kanału. Każdy kanał ma swoje specyficzne kody, w skład których wchodzi cały zestaw znaków, symboli czy gestów, pomocnych do przekazania treści wysyłanego komunikatu. W związku z tym kodowanie stanowi zmianę intencji nadawcy na specyficzny kod. Odbiorca jest tym elementem w modelu komunikacji interpersonalnej, do którego komunikat jest kierowany.

Po przekazaniu kodu informacji wybranym kanałem następuje proces dekodowania komunikatu. Polega on na takim przetłumaczeniu kodu nadawcy, aby informacja mogła zostać zrozumiana przez odbiorcę. Należy zwrócić uwagę, że na drodze przekazywania komunikatu mogą wystąpić zakłócenia. W związku z tym, w końcowej fazie procesu komunikacji, poprzez sprzężenie zwrotne, nadawca powinien się upewnić, czy komunikat został właściwie odebrany.

Przyczyn różnic między treścią wypowiedzi w uszach odbiorcy, a treścią wypowiedzi w zamiarach nadawcy może być bardzo wiele. Błędy porozumienia mogą zdarzać się szczególnie często wtedy, gdy nadawca i odbiorca pochodzą z różnych środowisk językowych. Zwyczaje językowe panujące w jednym środowisku komplikują kontakty z osobami z innego środowiska nie tylko na płaszczyźnie zawartości rzeczowej, ale również na płaszczyźnie wzajemnych relacji. Kluczowe w tej kwestii są trzy czynniki: obraz własny odbiorcy, obraz nadawcy w oczach odbiorcy i zjawisko informacji scalonych.

Załącznik 4.



Załącznik 5.

Na podstawie: Friedemann Schulz Thun, *Sztuka Rozmawiania*, tom 1, Warszawa 2007.

Rozważymy teraz kwadrat wypowiedzi od strony odbiorcy, od strony słuchającego. Zależnie od tego, na którą płaszczyznę kwadratu odbiorca ma „nastawione ucho”, którą z nich słyszy najwyraźniej, jego zdolność odbioru za każdym razem jest inna. Każda z płaszczyzn wypowiedzi wymaga od odbiorcy innej wrażliwości. Zawartość rzeczowa wymaga zrozumienia intelektualnego. Ujawnienie siebie otwiera na osobowość nadawcy. Odbiorca dzięki tej płaszczyźnie jakoś diagnozuje jego osobowość. Określenie wzajemnych relacji dotyka odbiorcę bardziej osobiście. Z kolei apel albo skłanianie odbiorcę do pytania albo do praktycznego wykorzystania otrzymanych informacji. Co to oznacza? Odbiorca, posiadając dwoje uszu, jest źle wyposażony biologicznie. W istocie, żeby móc dobrze słyszeć, potrzebuje on „czworga uszu” - po jednym dla każdej płaszczyzny wypowiedzi. U wielu odbiorców - niezależnie od sytuacji - jedno „ucho” jest bardziej rozwinięte od innych. Odbiorca ma swoją płaszczyznę, na której czuje się najlepiej i na której najlepiej słyszy.



Ucho rzeczowe

Ogólnie mówiąc, rzeczowość pojawia się wtedy, gdy rozmówcy dochodzą do porozumienia na płaszczyźnie rzeczowej, a na pozostałych trzech płaszczyznach ich wypowiedzi nie mają innych towarzyszących informacji, które dominując mogłyby psuć komunikację.

Mocno rozwinięte ucho rzeczowe, czyli słyszenie przede wszystkim (lub jedynie) informacji zawartych na płaszczyźnie rzeczowej, jest wyraźną cechą niektórych odbiorców - często takie słyszenie występuje u mężczyzn i naukowców. Takie rzeczowe słyszenie może mieć fatalne skutki. W niektórych bowiem sytuacjach problem leży nie na płaszczyźnie zawartości treściowej, ale np. jest związany z określeniem wzajemnych relacji. Przenoszenie go na płaszczyznę rzeczową jest niemożliwe, a próba „rzeczowego” podejścia do zaburzenia kończy się niepowodzeniem i frustracją.

Dobra komunikacja, o którą nam chodzi, zmierza do powiązania poglądu rzeczowego i szacunku dla rozmówcy, który ma inne zdanie. „Akceptuję i popieram to, że każdy z nas postrzega to od swojej strony, zależnie od własnych przeżyć i własnych warunków. Ty jesteś inny niż ja, ja jestem inny niż ty - gdy wsłuchujemy się w siebie nawzajem i gdy punkt widzenia rozmówcy przyjmujemy za punkt wyjścia, wtedy nasze spotkanie staje się szansą dostrzeżenia czegoś, co jest bogatsze i bardziej prawdziwe od tego, co każdy z nas przyniósł”.

Jakimi dysponujemy narzędziami do prowadzenia konstruktywnych dyskusji?

„To nie należy do tematu”. Ten apel wzywający do dyscypliny zmierza do powstrzymania tego, co niechciane („Chcemy przecież być rzeczowi!”). W szybkich i gładkich relacjach ta metoda może okazać się rozwiązaniem niezbędnym, oszczędzającym czas. Ale we współpracy długofalowej nakładanie pokrywy rzeczowości na ludzkie uczucia nie przynosi dobrych owoców. Zaangażowana i kreatywna rzeczowość wymaga bowiem pozytywnych relacji międzyludzkich - w przeciwnym razie dochodzi do rzeczowego paraliżu. Ponadto impulsów nierzeczowych nie da się całkowicie pozbyć. One są częścią rzeczywistości. Oficjalne zakazy mogą je tylko zepchnąć do podziemia, skąd i tak nadal będą wpływały na jakość komunikacji.

„Przeszkody mają pierwszeństwo”. Metoda ta oznacza rozstanie z konkretem i zamiast tego proponuje podjąć odważną decyzję o stosowaniu w razie konieczności metakomunikacji

z mocnym uwydatnieniem płaszczyzny ujawnienia siebie i wzajemnych relacji. „Jak wyglądają nasze relacje? Co zmusza mnie, żeby ci zaprzeczyć? Dlaczego boję się wypowiedzieć, co właściwie myślę o tej sprawie? Jak czuję się w tej grupie, gremium?”. Wielu z nas jeszcze nie potrafi mówić o swoich wewnętrznych procesach i z trudem określa emocjonalne aspekty wzajemnych relacji. Niektórzy z nas mocno zadomowili się na płaszczyźnie rzeczowej i dzięki wykształceniu, i elokwencji czują się tam dobrze. Dla nich płaszczyzna ujawnienia siebie i wzajemne relacje są niebezpieczną ślizgawką. Byłoby czymś chybionym wymagać od nich przyjęcia z dnia na dzień zupełnie nowego stylu bycia. Prawdziwy postęp dokonuje się w małych, ale czyli mocnymi krokami.



Ucho relacyjne

Płaszczyzna relacji wzajemnych w wypowiedzi ma nadzwyczajne znaczenie dla komunikacji międzyludzkiej. Mówiąc o czymkolwiek zawsze w jakiś sposób określam własną relację do rozmówcy, szacunek albo lekceważenie. Już przez to, że mówię, pokazuję, że rozmówca jest dla mnie kimś.

U niektórych odbiorców wrażliwość na wzajemną relację jest tak wielka, że nawet wypowiedzi neutralne odczytują oni jako atak na ich osobę. Odnoszą wszystko do siebie, wszystko odbierają osobiście, często czują się dotknięci czy urażeni. Kiedy ktoś jest zdenerwowany, czują się winni, kiedy ktoś się śmieje, czują się wyśmiewani, kiedy ktoś na nich patrzy czują, że są krytycznie oceniani, kiedy nikt na nich nie patrzy, czują się pominięci i niezauważeni. Posiadacze „ucha drażliwego” we wzajemnych relacjach wypatrują zasadzki.

Ujawnienie siebie odbiorca przyjmuje neutralnie, jest raczej bezstronnym diagnostykiem. Natomiast informacje o wzajemnych relacjach dotyczą go osobiście. Osobista wrażliwość mocno nastawia odbiorcę na słyszenie tej płaszczyzny. Mówimy wtedy o odbiorcy drażliwym. Płaszczyzna wzajemnych relacji jest dla nich jedyna i najważniejsza. Rozmówca reaguje emocjonalnie i często nieświadomie nie na to, co nadawca powiedział, ale na to, jak powiedział.

Pomiędzy rozmówcami wyodrębnia się dwa ważne wymiary na płaszczyźnie wzajemnych relacji: wymiar emocjonalny i kierowanie. Odnosi się on do dwóch zasadniczych zakresów:

- szacunek lub poniżanie;
- nadopiekuńczość i sterowanie lub przyznawanie prawa podejmowania samodzielnych decyzji.

Kombinacja obu tych cech pozwala skonstruować „krzyż zachowań”



Drugie narzędzie, które uświadamia nam to, co rozgrywa się między dwojgiem ludzi na płaszczyźnie wzajemnych relacji to „analiza transakcyjna”, która uwzględnia odbiorcę i uwypukla obustronną wymianę. Punkt wyjścia analizy transakcyjnej stanowi stwierdzenie, że w każdym z nas istnieją i dochodzą do głosu (za każdym razem jako ja) trzy instancje osobowości:

- „Ja-rodzic” niesie w sobie wszystko, co rodzice przekazali dziecku: pomoc i ochronę, mądrość życiową, ale też napomnienia, nakazy i zakazy. „Ja-rodzic” ma dwie postaci: pokazuje się albo jako „ja” krytykująco-osądzająco-moralizujące, albo jako „ja” nadopiekuńcze.
- „Ja-dziecko” niesie wszystkie uczucia i reakcje okresu dzieciństwa. Każdy dorosły człowiek, ma w sobie coś z dziecka. „Ja-dziecko” przybiera trzy różne postaci:
 - „Ja-dziecko” naturalne (swobodne, rozbawione, spontaniczne);
 - „Ja-dziecko” dopasowane (grzeczne, posłuszne);

- „Ja-dziecko" zbuntowane (przekorne, uparte).
- „Ja-dorosłego" można porównać do komputera, który realne fakty i impulsy pochodzące od „ja-rodzica" i „ja-dziecka" ocenia i bada ich sensowność. Dobrze uformowane „ja-dorosły" dopuszcza jedynie te normy i oceny pochodzące od „ja-rodzica", które nie straciły swojego znaczenia i dopuszcza tę część „ja-dziecka", która odpowiada sytuacji. Gdy „ja-dorosły" przemawia, jest rzeczowe, udziela informacji, stwierdza, analizuje, poszukuje informacji - robi wrażenie zupełnie rozsądne i zwraca się do rozmówcy na tej samej płaszczyźnie.



Ucho ujawnienia siebie

Inaczej niż w przypadku przewrażliwionego ucha relacyjnego, dobrze ukształtowane „ucho ujawnienia siebie", słuchające wypowiedzi pod kątem: „Co mówisz osobie samym?", przyczynia się do lepszego duchowego zdrowia i pomaga w dojrzalszym rozumieniu nadawcy. Ten sposób słuchania z uwrażliwieniem na ujawnienie siebie przez rozmówcę jest szczególnie przydatny w sytuacjach, gdy wyraźnie chodzi o określanie wzajemnych relacji. Byłoby czymś niesłychanie dobrym, gdybyśmy emocjonalnych wybuchów naszych rozmówców, ich żalów i wyrzutów potrafili słuchać uchem ujawnienia siebie. Ucho ujawnienia siebie pomagałoby nam łatwiej akceptować czyjeś uczucia z pominięciem przesadnej troski o własną równowagę psychiczną i o to, czy jesteśmy w porządku.

Oczywiście, słuchanie uchem ujawnienia siebie nie jest uniwersalną receptą na udaną komunikację. Niesie ono ze sobą niebezpieczeństwo. Istnieje możliwość popadnięcia w przeciwną skrajność i zamknięcia się na jakiegokolwiek sygnały z tej płaszczyzny lub też ucieczki przed wyłącznym słuchaniem płaszczyzny wzajemnych relacji. W skrajnych przypadkach odbiorca, posługujący się wyłącznie uchem ujawnienia siebie, potrafi wyminąć każdą uwagę. To, czego wymaga wyważone słuchanie i konstruktywna komunikacja, w skrajnym przypadku staje się bezwzględny narzędziem uzyskiwania przewagi i dużą przeszkodą w poważnym traktowaniu rozmówcy jako partnera.

Problemy związane z ujawnianiem siebie. Lęk przed ujawnieniem siebie. Ciało bardzo wyraźnie mówi coś, co dla mojego rozumu może wydawać się niedorzecznością, że moja wypowiedź staje się zagrożeniem dla mojego poczucia własnej wartości. Lęk przed

ujawnieniem siebie ma swoje korzenie już we wczesnym dzieciństwie. Pojawia się on jako prawie nieunikniony skutek zderzenia dziecięcej indywidualności z życiem grupy. Lęk przed ujawnieniem siebie pojawia się jako trwały skutek tego zderzenia.

Przedstawianie i ukrywanie siebie. Na tym społecznym i osobistym tle można zrozumieć, że nadawca wciąż jest zatroskany o ujawnienie siebie, że kształtowanie płaszczyzny ujawnienia siebie pochłania sporą część jego energii. Sposoby, które nadawca ma do dyspozycji, aby ukształtować tę drażliwą płaszczyznę, można z podzielić na imponowanie i nakładanie masek. Z imponowaniem są związane te zachowania, które zmierzają do zaprezentowania się od swojej „najlepszej strony”. Imponowanie cechuje się nadzieją i swoim efektem wspiera nakładanie masek. Zachowania związane z nakładaniem masek jest z kolei motywowane obawą przed porażką. Celem zakładania masek jest ukrycie „nieciekawej” strony własnej osobowości. Dochodzi do tego jeszcze demonstracyjne pomniejszanie siebie.

Dążenie do dowartościowania siebie wpływa także na treść, jak i na formę rozmowy. Nadawca chętnie opowiada te zdarzenia z własnego życia, które podkreślają jego znaczenie. Przyjmuje przy tym odpowiednią pozę. W takich przypadkach informacja imponująca zawiera się w treści. Kiedy natomiast nadawca używa mowy sugerującej jego „wyższy poziom”, wtedy informacja imponująca znajduje się w formie. Zamiast „być” pojawia się „przebywać”, zamiast „mówić” - „wyrzącać”.

Nakładanie masek to natomiast zabiegi zmierzające do zamaskowania i ukrycia tych części własnej osobowości, które odbieramy jako negatywne. Pierwszym krokiem w nakładaniu maski jest brak odwagi ujawnienia siebie. Wobec tego najbardziej podstawową maską, chroniącą przed lękiem, jest milczenie.

Pomoce językowe do ukrywania siebie

- „Człowiek”. Nadawca chętnie używa formy z „człowiek”, aby pozbawić treść cech osobowych. Zatem zamiast: „Jestem wściekły, bo musiałem tak długo czekać” jest: „Człowiek się denerwuje, gdy musi długo czekać”. Przez tę formę wypowiedzi właściwe osobiste przeżycie zostaje przemienione w specyficzny przypadek zasady ogólnej.
- „My”. Tę samą funkcję - czyli wyminięcie „ja” - mają te zdania, w których forma mnoga „my” odwraca uwagę od nadawcy. Nadawca czuje się wspierany w swoich poglądach i zamiarach przez ogół.

- Forma bezosobowa - „to”. „Ja”, które często wymaga odważnego spojrzenia samemu sobie w oczy, często jest zastępowane nieosobowym, anonimowym „to”. „To było nudne” - przez takie pozornie obiektywne stwierdzenie nadawca unika wypowiedzenia własnego zmieszania i nazwania po imieniu sytuacji, w której się znalazł.
- „Wypowiedzi „ty”. Jedną z najszerzej rozpowszechnionych technik unikania „wypowiedzi ja”, nastawionej na przedstawianie własnych przeżyć, jest „wypowiedź ty”. Ta technika polega na szybkim przekładaniu własnych przeżyć wewnętrznych na relację o rozmówcy.

Pokazowe pomniejszanie siebie. Niekiedy ludzie starają się pokazać swoją słabość, małość, bezradność, bezwartościowość. Przesadne ukazywanie rzeczywistego lub pozornego braku wartości służy jako ochrona i zabezpieczenie przed nowym żądaniem czy oczekiwaniem ze strony otoczenia.

UWAGA!

Niekiedy między nadawcą a odbiorcą nie ma jasności, czy chodzi o ujawnienie siebie, czy o określenie wzajemnych relacji. Przykład -mąż wychodzi do swojego pokoju. Nie jest jasne, co oznacza jego zachowanie. Czy należy je odczytywać od strony ujawnienia siebie („Potrzebuję spokoju, chciałbym pobyć sam ze sobą, to nie ma nic wspólnego z naszymi wzajemnymi odniesieniami”), czy od strony określenia wzajemnych relacji („Mam cię dość!”). Możliwe jest jedno i drugie. Płaszczyzny ujawnienia siebie i określenia wzajemnych relacji mogą podmieniać się z taką samą częstotliwością:

- Interpretowanie zachowania jako określenie wzajemnych relacji („On mnie już nie lubi!”), podczas gdy odzwierciedla ono jedynie odrębność i potrzeby nadawcy („Potrzebuję pobyć trochę sam!”).
- Interpretowanie zachowania jako wyraz odrębności nadawcy („Trochę dziwaczy”), podczas gdy wyraża ono wzajemną relację („Nie lubię, gdy jesteś tak blisko”).



Ucho apelowe

Nastawienie na odczytywanie życzeń, na „czynienie wszystkim dobrze” i na spełnianie niewypowiedzianych oczekiwań bliźnich, u niektórych odbiorców powoduje przerost ucha apelowego. Słyszą oni na płaszczyźnie apelowej i są nastawieni na natychmiastowe reagowanie. Taki odbiorca analizuje najdrobniejszy sygnał pod kątem apelu.

Inny sposób wykorzystania ucha apelowego stanowi „nastawienie na cel”. Przy zachowaniach manipulacyjnych, osoba wykorzystująca takie ucho pyta po co? Czemu ma to służyć? Co dzięki temu uzyskujesz od swojego otoczenia? Niektóre zachowania, które robią wrażenie zaburzenia w ujawnieniu siebie, mają bowiem wybijającą się płaszczyznę apelową. Chcą wymusić na otoczeniu jakieś (nieświadomie oczekiwane) działanie. Ucho otwarte na cel może wychwycić taki proces i uchronić odbiorcę przed manipulacją, przed wikłaniem się w złą grę spowodowane czyimś apelem. Zdarza się również, że odbiorca swoje apelowe ucho otwarte na podejście celowe wykorzystuje w sposób skrajny i w każdej wypowiedzi doszukuje się ukrytego zagrożenia.

Apele otwarte.

Stanowią otwartą formę wypowiedzi, w której nadawca bez podtekstów lub drugiej płaszczyzny kieruje do odbiorcy określone żądania.

Apele ukryte (w podtekstach).

Apele ukryte są często skuteczniejsze niż apele wyrażone wprost. Wprowadzają one odbiorcę w odpowiednie nastawienie, skłaniające go do wykonania określonej czynności. W niektórych przypadkach życzenie wyrażone wprost („Daj mi cukierka”) nie odnosi takiego skutku („Poczekaj aż będzie obiad!”) jak smutna twarzyczka („Biedne dziecko, masz cukierka!”). Co istotne, za ukryte apele nadawca nie ponosi odpowiedzialności. Zawsze może powiedzieć, że nie miał tego na myśli. W ten sposób nadawanie ukrytych apeli pozwala nadawcy zaoszczędzić zranień, które mogą towarzyszyć pragnieniom wyrażanym otwarcie.

Apele paradoksalne.

W niektórych przypadkach odbiorca odrzuca apel nie z tego powodu, że jest on dla niego niemożliwy do wykonania, ale dlatego, że zbyt daleko ingeruje w jego wewnętrzne

królestwo - wykonanie go oznaczałoby osobistą porażkę. Stąd osoba, do której skierowany jest apel, wykonuje czynność odwrotną do tej, która została zawarta w treści apelu. Apele paradoksalne wykorzystywane są często w motywacji prowokatywnej.

Apele ukryte i apele paradoksalne mogą być próbą zacierania śladu po własnym zamiarze. Może to okazać się wskazane ze względu na efekt. Natomiast tam, gdzie dochodzi do głosu pragnienie uwolnienia własnego otoczenia od manipulacji, wprowadzenia bardziej godnych, wolnych od dominacji relacji międzyludzkich, tam apel otwarty, czyli wyrażenie wprost własnych pragnień i wymagań, jest fundamentem komunikacji.

Załącznik 6.

www.mleczko.pl



Załącznik 7.

(Na czerwono wskazano możliwe odpowiedzi, jeżeli grupa będzie miała problem z ich identyfikacją)

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

Na kolana

**PŁASZCZYZNA
RELACJI**

**Jestem na Ciebie
wściekły!**

KRÓL

**PŁASZCZYZNA
APELU**

Kłękaj!

PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

Jestem władcą, masz mi być posłuszny!

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

Na kolana

**PŁASZCZYZNA
RELACJI**

**Chyba się trochę
zdenerwował, ale
jednak to miło, że
chce mnie wziąć
na kolana.
Lubię go.**

PODDANY

**PŁASZCZYZNA
APELU**

Siadaj!

PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

Jest królem muszę mu być posłuszny!

Karta pracy 1.

ĆWICZENIE. Dokonaj analizy komunikacji werbalnej na każdej z czterech płaszczyzn.

1. Mnie nie interesują problemy, mnie interesują rozwiązania!!!!

Płaszczyzna

rzeczowa:.....

.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....

.....

Płaszczyzna

relacji:.....

.....

Płaszczyzna

apelu:.....

.....

2. Nie zdążyłeś tego zrobić? No tak, po tobie można się było tego spodziewać!

Płaszczyzna

rzeczowa:.....

.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....

.....

Płaszczyzna

relacji:.....

.....

Płaszczyzna

apelu:.....

.....

3. Weźcie to i zróbcie, a nie czekacie nie wiadomo na co...

Może ja to mam zrobić?

Płaszczyzna

rzeczowa:.....
.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....
.....

Płaszczyzna

relacji:.....
.....

Płaszczyzna

apelu:.....
.....

4. Ty to zawsze masz jakieś problemy...

Płaszczyzna

rzeczowa:.....
.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....
.....

Płaszczyzna

relacji:.....
.....

Płaszczyzna

apelu:.....
.....



5. Przecież to jest proste. Odpowiedź jest zerojedynkowa. Albo tak albo nie.

Płaszczyzna

rzeczowa:.....
.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....
.....

Płaszczyzna

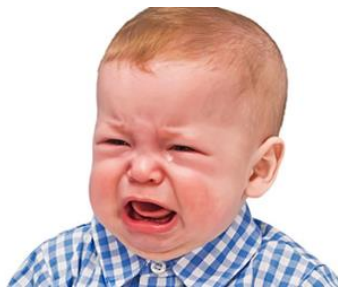
relacji:.....
.....

Płaszczyzna

apelu:.....
.....

Karta pracy 2.

ĆWICZENIE. Dokonaj analizy komunikacji niewerbalnej na każdej z czterech płaszczyzn.



Płaszczyzna

rzeczowa:.....
.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....
.....

Płaszczyzna

relacji:.....

.....

Płaszczyzna

apelu:.....

.....



Płaszczyzna

rzeczowa:.....

.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....

.....

Płaszczyzna

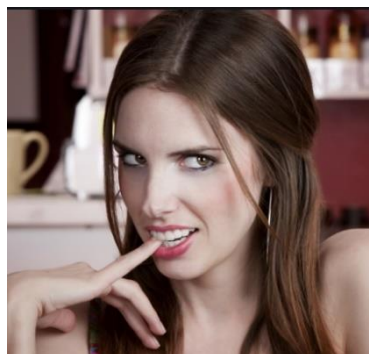
relacji:.....

.....

Płaszczyzna

apelu:.....

.....



Płaszczyzna

rzeczowa:.....

.....

Płaszczyzna

autoprezentacji:.....

.....

Płaszczyzna

relacji:.....

.....

Płaszczyzna

apelu:.....

.....

Karta pracy 3.

Rysunek 1.



PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

PŁASZCZYZNA
RELACJI

żona

PŁASZCZYZNA
APELU

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

PŁASZCZYZNA
RELACJI

mąż

PŁASZCZYZNA
APELU

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

Rysunek 2.

Terapeuta: twoja żona twierdzi, że nigdy nie kupujesz jej kwiatów, czy to prawda?

On: szczerze mówiąc, pierwszy raz słyszę, że ona sprzedaje kwiaty.



PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

PŁASZCZYZNA
RELACJI

żona

PŁASZCZYZNA
APELU

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

PŁASZCZYZNA
RELACJI

mąż

PŁASZCZYZNA
APELU

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

Rysunek 3.



PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

PŁASZCZYZNA
RELACJI

żona

PŁASZCZYZNA
APELU

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

PŁASZCZYZNA AUTOPREZENTACJI

PŁASZCZYZNA
RELACJI

mąż

PŁASZCZYZNA
APELU

PŁASZCZYZNA RZECZOWA

Jak postrzegamy innych?

Stereotypy, uprzedzenia, dyskryminacja

Autorka: Sylwia Piechucka

sylwia.piechucka@bono.edu.pl

Czas trwania: 2 x 1,5

Cel strategiczny: Nabycie wiedzy i umiejętności z zakresu postrzegania innych

Cele operacyjne: Poznanie mechanizmu stereotypowego postrzegania innych. Uzyskanie wiedzy na temat źródeł i konsekwencji stereotypów, uprzedzeń i dyskryminacji

Korzyści: Uczestnik potrafi zidentyfikować przyczyny stereotypowego myślenia i odróżnić stereotypy od uprzedzeń, rozumie relacje między stereotypem, uprzedzeniem a dyskryminacją

MODUŁ 1.

Czas trwania: 1,5 h

CZAS	CEL	STRUKTURA	POTRZEBNE MATERIAŁY
15 minut	Poznanie się uczestników, poznanie agendy, poznanie celów uczestników	Wstęp <ul style="list-style-type: none">- przedstawienie się trenera- przedstawienie się uczestników- agenda – struktura warsztatu – może zostać rozpisana na flipcharcie- cele uczestników; wygodnie jest zastosować metodę, w której uczestnicy otrzymują karteczki samoprzylepne i spisują na nich swoje cele, a następnie umieszczają je na kartce z flipcharta opatrzonej nagłówkiem CELE. Do	Mazaki Flipchart Karteczki samoprzylepne

		<p>kartki tej wracamy po zakończeniu warsztatu konfrontując cele z uzyskaną wiedzą.</p>	
30 minut	<p>Poznanie teoretycznych aspektów problematyki stereotypów i uprzedzeń</p>	<p>Stereotypy, uprzedzenia dyskryminacja – charakterystyka pojęć.</p> <p>Trener dzieli grupę na dwa zespoły. Każdy z nich otrzymuje mazaki oraz kartkę do flipcharta odpowiednio z nagłówkami: STEREOTYPY, UPRZEDZENIA. Zadaniem zespołów jest wskazanie cech charakterystycznych wskazanych pojęć. Po wykonaniu zadania. Poszczególne grupy prezentują swoją pracę.</p> <p>Zadaniem trenera jest uzupełnienie/skorygowanie wiedzy uczestników na podstawie materiału w załączniku 1.</p>	<p>Mazaki Flipchart</p>
15 minut	<p>Uzyskanie wiedzy na temat efektu pierwszego wrażenia</p>	<p>Pierwsze wrażenie – co to takiego?</p> <p>Mini-wykład na temat tego czym jest pierwsze wrażenie, skąd się bierze, jakie są jego pozytywne i negatywne aspekty (załącznik 2)</p>	<p>brak</p>
30 minut	<p>Zrozumienie, na czym polega efekt pierwszego wrażenia i jaki wpływ ma na powstawanie stereotypów i uprzedzeń</p>	<p>Pierwsze wrażenie - ćwiczenie</p> <p>Rozdajemy karty pracy 1. Następnie prosimy uczestników, by spróbowali sobie wyobrazić kim jest osoba przedstawiona na zdjęciu i spróbowali stworzyć jej biografię odpowiadając na pytania znajdujące się w karcie pracy.</p> <p>W tym czasie trener wypisuje pytania z karty pracy 1 na flipcharcie. Po uzupełnieniu kart przez uczestników spisuje na flipcharcie odpowiedzi. Pytania pomocne w dyskusji:</p> <p>Co sprawiło, że udzieliłeś takich odpowiedzi? Skąd Ci to przyszło do głowy? Czy towarzyszyły Ci jakieś emocje?</p>	<p>Mazaki Flipchart Karta pracy 1</p>

	<p>Jeśli tak to jakie i dlaczego właśnie te?</p> <p>Po zakończonej dyskusji trener pokazuje zdjęcie z załącznika 3. Przedstawia ono aktorkę Cate Blanchett, tłumacząc, że jest to ta sama osoba, którą uczestnicy warsztatu widzieli na karcie pracy.</p> <p>Pytania pomocne w dyskusji:</p> <p>Jakie są teraz Twoje przemyślenia?</p> <p>W jaki sposób stereotypy mogą wpływać na powstawanie uprzedzeń?</p> <p>Jakie wnioski do własnego życia możesz wyciągnąć z tego doświadczenia?</p>	
--	---	--

MODUŁ 2.

Czas trwania: 1,5 h

CZAS	CEL	STRUKTURA	POTRZEBNE MATERIAŁY
30 minut	Zrozumienie, na czym polega dyskryminacja	<p>Dyskryminacja</p> <p>Trener podaje definicję dyskryminacji (załącznik 4). Następnie rysuje na kartce do flipcharta drzewo, a na jego pniu pisze słowo „dyskryminacja”. Proponuje następnie uczestnikom burzę mózgów, która ma dotyczyć przyczyn i skutków dyskryminacji. Uczestnicy powinni sprecyzować, czy podawana przez nich propozycja jest przyczyną czy skutkiem dyskryminacji. Trener zapisuje propozycje uczestników na rysunku — przyczyny jako korzenie, a skutki jako gałęzie.</p> <p>Po zakończonej burzy mózgów odwraca kartkę z rysunkiem drzewa o 180 stopni. Uczestnicy mogą się teraz przekonać, że działa to także w odwrotną stronę: skutki dyskryminacji stają się często przyczyną nowych przejawów dyskryminacji</p>	<p>Mazaki</p> <p>Flipchart</p>

45 minut	<p>Podniesienie świadomości o zagrożeniach płynących z patrzenia na świat przez pryzmat stereotypów, powielania stereotypów. Uwrażliwienie na stereotypy pojawiające się w mediach. Zachęcenie do krytycznej analizy przekazów medialnych powielających stereotypy</p>	<p>Niebezpieczeństwo jednej historii.</p> <p>Link do filmu: https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story?subtitle=pl należy włączyć polskie napisy!</p> <p>Chimamanda Adichie (czyt. Czimamanda Adiczi). Nigeryjska pisarka od lat mieszkająca i wykładająca w USA. Autorka porusza tematy związane ze stereotypami, uprzedzeniami i dyskryminacją, mechanizmami funkcjonowania mediów, literaturą współczesną, (post)kolonializmem, tożsamością.</p> <p>Pytania do dyskusji po projekcji filmu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Czy zastanawiałeś/aś się kiedyś jak historie, które słyszysz wpływają na Twoje postrzeganie świata? - Jakie niebezpieczeństwo kryje w sobie „jedna historia”? - Jak „jedna historia” może zmienić się w JEDYNĄ historię? - Skąd możemy czerpać wiedzę, aby mieć bardziej rozbudowany obraz świata? - Jakie są Twoje refleksje po obejrzeniu filmu, w kontekście stereotypów, uprzedzeń i dyskryminacji? <p>PRZYDATNE DO PODSUMOWANIA DYSKUSJI</p> <p>Aby ograniczyć postrzeganie świata przez pryzmat stereotypów, ważne jest budowanie historii pokazujących różne perspektywy patrzenia na dane miejsce/osoby/kulturę. Ważna jest też świadomość, kiedy posługujemy się stereotypami i świadomość tego, skąd one się wzięły. Nie chodzi o to, żeby mieć poczucie winy, że mamy stereotypy, ale o zachowanie otwartości umysłu i uważności na różnorodność narracji, o aktualizowanie wiedzy. Wielość historii</p>	<p>Telewizor, laptop z dostępem do Internetu, rzutnik ekran</p>
----------	--	---	---

		o danym miejscu/osobie przybliży nas do siebie dając większą ilość punktów odniesienia.	
15 minut	Zamknięcie warsztatu, porównanie celów, refleksja końcowa	Zamknięcie z czym wychodzisz? Trener podsumowuje warsztat, wskazując na główne elementy przekazanej wiedzy. Następnie prosi uczestników o odklejenie z kartki z nagłówkiem CELE swoich karteczek i odniesienie się do nich. Warto poprosić także o dodatkowe refleksje – z czym wychodzisz?	brak

Załącznik 1.

Na podstawie: H. Pietrzak, *Następstwa i efekty stereotypowego postrzegania człowieka i świata społecznego*, Rzeszów 2000.

Stereotyp - funkcjonujący w świadomości społecznej uproszczony, skrótowy i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości, odnoszący się do: grup społecznych, osób, sytuacji, instytucji. Stereotyp sprawia, że identyczne cechy zostają przypisane wszystkim bez wyjątku członkom/członkiniom grupy, niezależnie od rzeczywistych różnic między nimi. Cechą stereotypu jest: trwałość, trudność zmiany, sztywność, uproszczenie, często niezgodność z rzeczywistością, uogólnienie, automatyzm, dziedziczność kulturowa.

Stereotypem można określić również pewną zdefiniowaną dyspozycję do wyboru z całego repertuaru zachowań charakterystycznych dla danego człowieka właśnie tych, które będą zgodne z naszym oczekiwaniem. Stereotypy funkcjonujące w świadomości ludzkiej są wynikiem zderzenia cech osobowościowych ze społecznym kontekstem jego funkcjonowania. Są one zatem wypadkową uwarunkowań psychologicznych w sensie specyficznych dla człowieka procesów poznawczych, emocjonalnych oraz motywacyjnych oraz społecznych na poziomie kulturowym, odzwierciedlającym się w funkcjonowaniu instytucji społecznych prowadzących do procesu socjalizacji. Pojawiające się stereotypy, wytwarzane są po części przez rzeczywiste zagrożenie pochodzących ze strony wydzielonej ze świadomości społeczeństwa grup, ale także mogą być sztucznie generowane poprzez ideologię i propagandę. Niekiedy poprzez media sztucznie zwiększa się poczucie zagrożenia, bo to z kolei zwiększa wewnątrzgrupową solidarność i świadomość własnej tożsamości. Istotne jest to, że większość

ludzi nie potrafi uzasadnić swojego stereotypu, a jeżeli takie uzasadnienie się pojawia, to także jest stereotypowe.

Funkcje i sposób działania stereotypów

- ułatwiają funkcjonowanie - dają gotowe wzorce myślenia i zachowania;
- porządkują świat;
- oszczędzają nam „wysiłku poznawczego”;
- wzmacniają tożsamość grupową - dają poczucie przynależności i bezpieczeństwa;
- ograniczają nasze doświadczenie i rozwój;
- mogą być krzywdzące;
- powodują, że łatwo nami manipulować, ponieważ nie sprawdzamy napływających do nas informacji;
- kierując się nim, możemy zacząć funkcjonować w nieprawdziwej rzeczywistości;
- usprawiedliwiają nasz zachowania.

Aby poradzić sobie ze stereotypami, należy wykorzystać czynniki je destabilizujące, takie jak:

- wywoływanie rekatoryzacji, polegające na nasilaniu wyrazistości innych kategorii oceny niż związanych z centralnymi cechami stereotypu adresatów, utożsamianie się, czyli eksponowanie podobieństw pomiędzy reprezentantami stereotypu i adresatami,
- wykorzystywanie współzależności opartych o współpracę i zachowania pomocnicze,
- akcentowanie konieczności uzasadniania decyzji odwołujących się do komponentów poznawczych reprezentantów,
- aktywizacja uznanych wartości ogólnoludzkich i humanistycznych, takich jak: uczciwość, sprawiedliwość, wolność i równość,
- odwoływanie się do pozytywnego wizerunku adresatów stereotypów, gdzie osoby stereotypizowane poprzez stwarzanie swoistego kontrstereotypu opartego na pozytywnym wizerunku samych siebie, zwiększają ewentualny dysonans poznawczy u przedstawicieli, czyli osób reprezentujących negatywny stereotyp,
- wskazywanie na rozbieżność między zachowaniem idealnym a rzeczywistym,
- powoływanie się na własny interes reprezentantów, wskazując na negatywne skutki eksponowania stereotypów negatywnych, w sensie strat społecznych i zagrożeń, które

są jego wynikiem (generowanie konfliktów, straty wynikające z braku współpracy, podkreślanie silnych mechanizmów obronnych -retorsji możliwych do zastosowania przez adresatów),

- wymiana stereotypów negatywnych (grupy stereotypizowane - adresaci, mogą kreować negatywne stereotypy reprezentantów na bazie projekcji społecznej, związanej z negatywną atrybucją, polegającą na przypisywaniu negatywnych cech i właściwości osobom i grupom, które mają „o nas” złe zdanie).

Upředzenie to wrogię bądź negatywnę nastawienie dotyczące wyróżniającej się grupy ludzi, oparte wyłącznie na ich przynależności do tej grupy. Upředzenia karmią się negatywnymi stereotypami dotyczącymi jednostek lub grup. Skąd się biorą upředzenia?

- strach przed obcym i nieznanym;
- niewiedza;
- socjalizacja;
- skłonność do dzielenia osób na grupy:
 - jedna to swoi (my), pozostałe - obcy (oni);
 - „swoich” cenimy wyżej niż „obcych”.

Około połowy wszystkich upředzeń opiera się na potrzebie dostosowania do zwyczajów. Z badań wynika, że osoby, które najbardziej przestrzegają norm danej grupy, żywią jednocześnie największe upředzenia do innych grup. Upředzenia mogą, ale nie muszą być powiązane z dyskryminacją. Osoby wolne od upředzeń mogą kogoś dyskryminować, a osoby dyskryminujące mogą (ale nie muszą) być upředzone. Niestety upředzenia jest bardzo trudno zmienić. Ludzie upředzeni do innych grup tkwią w swoich przekonaniach i dyskusja z nimi nie przynosi żadnego pozytywnego rezultatu. Możemy nawet przywoływać racjonalne argumenty i wyniki badań naukowych zaprzeczające stereotypom, ale osoba upředzona i tak nam nie uwierzy. Zmiana stereotypów jest jednak możliwa. Wiele zależy od tego w jaki sposób się przekazuje niezgodne z nim informacje. Stwierdzono, że przedstawienie tylko dwóch lub trzech – choćby nawet bardzo mocnych – przeciwnych dowodów nie przynosi efektów, ponieważ pojedyncze przykłady łatwo odrzucić jako „wyjątki potwierdzające regułę”. Jednak ludzie bombardowani mnóstwem informacji, które nie zgadzają się ze stereotypem, stopniowo modyfikują swoje poglądy.

Załącznik 2.

W myśli psychologicznej wyróżnia się tzw. efekt pierwszego wrażenia, który bywa też zwany efektem aureoli lub efektem halo. Polega to na tym, że mamy tendencję do formułowania całościowych opinii na temat swojego rozmówcy na podstawie jego wyglądu, mowy ciała, nastawienia itd. Innymi słowy, mamy skłonność do przypisywania danej osobie pewnych cech osobowościowych tylko na bazie zewnętrznego wrażenia, jakie na nas zrobiła. Dzieje się to automatycznie – w dużej mierze wpływają na to wzorce kulturowe, w jakich wyrastamy. Można więc twierdzić, że „wygląd nie ma znaczenia, liczy się wnętrze” – jednak efekt pierwszego wrażenia pokazuje, że nie do końca tak jest. Utrzymywanie kontaktu wzrokowego lub jego unikanie, ułożenie rąk, mimika, sposób ubrania, a nawet tembr głosu czy śmiechu – to przykładowe „nośniki” informacji, które dostrzegamy już w pierwszych sekundach czy minutach spotkania. Jeżeli nasz wygląd i zachowanie zrobią dobre pierwsze wrażenie, rozmówca może uznać, że jesteśmy też odpowiedzialni, zaradni, pracowici etc. – czyli przypisze nam pozytywne cechy charakteru, o których na tym etapie znajomości nie może mieć pojęcia

Pierwsze wrażenie kształtuje się błyskawicznie nawet w ciągu od 0,1 sekundy, najdłużej zaś w czasie do 30 sekund.

Efekty pierwszego wrażenia

- Efekt pierwszeństwa - pierwsze nasze wrażenie jest tak istotne, że późniejsze zachowanie oceniamy zgodnie z tym pierwszym wrażeniem.
- Efekt świeżości - informacja uzyskana na końcu ma dominujący wpływ na ocenę i interpretację zachowań innej osoby - raczej jest wyjątkiem od reguły efektu pierwszeństwa, ale zdarza się, że występuje.
- Efekt uporczywości - przekonania ludzi dotyczące ich samych i świata zewnętrznego, utrzymują się nawet wtedy, gdy wiele informacji świadczy dokładnie o czymś wręcz przeciwnym.
- Efekt samospełniającego się proroctwa - ludzie mają określone oczekiwania dotyczące innej osoby, które wpływają na ich postępowanie względem tej osoby. A to z kolei powoduje, że zachowuje się ona w sposób zgodny z ich wyjściowymi oczekiwaniami
- Efekt halo (efekt aureoli / efekt diabelski) - podwyższenie (efekt aureoli) lub obniżenie (efekt diabelski) oceny, która została uogólniona na podstawie tylko jednego zachowania lub kilku mniej znaczących.

- Efekt komety - różna ocena takiego samego zachowania u dwóch osób - zgodna z odpowiadającym im pierwszym wrażeniem.
- Selektywny wybór- niedostrzeganie zachowań niezgodnych z oczekiwaniami oceniającego
- Błąd projekcji - dokonywanie oceny według wymagań, jakie oceniający narzuca sobie samemu; „mierzenie swoją miarą”; korzystniej oceniane są osoby podobne do oceniającego

Załącznik 3.



Załącznik 4.

Dyskryminacja to nieusprawiedliwione, negatywne lub krzywdzące działanie skierowane przeciwko członkowi/członkini danej grupy, wyłącznie dlatego, że do niej należy. Traktowanie danej osoby mniej przychylnie niż inną w porównywalnej sytuacji ze względu na jakąś cechę (np. płeć, orientacja psychoseksualna, wiek, niepełnosprawność, religia lub przekonania czy pochodzenie etniczne lub rasowe). Istnieją dwa podstawowe rodzaje dyskryminacji:

- dyskryminacja bezpośrednia, w której osoba traktowana jest mniej korzystnie niż inna w podobnej sytuacji, ze względu na jakąś przesłankę (np.: pochodzenie rasowe lub etniczne, religia lub wyznanie, niepełnosprawność, wiek lub orientacja psychoseksualna);
- dyskryminacja pośrednia, w której pozornie neutralne warunki, kryteria lub praktyki są niekorzystne dla osób posiadających lub podejrzewanych o posiadanie pewnej obciążonej cechy (pochodzenie rasowe, etniczne, religia lub wyznanie, niepełnosprawność, wiek lub orientacja seksualna), o ile praktyka taka nie może zostać uznana obiektywnie za uzasadnioną prawem.

Nierówne, gorsze traktowanie różnych grup społecznych charakteryzujących się pewną cechą wynika najczęściej z licznych uprzedzeń i stereotypów, polegających na uproszczonym, nieobiektywnym i krzywdzącym postrzeganiu innych. Bazowanie na stereotypach, czyli pewnych uproszczonych, utrwalonych i niepopartych żadnymi obiektywnymi kwestiami przekonaniach dotyczących ludzi o określonych cechach, stanowi pierwsze ogniwo przyczyniające się do rozwoju postaw dyskryminacyjnych i krzywdzących w społeczeństwie.



Karta pracy 1.



Ile lat ma ta osoba?

.....

Z czego żyje?

.....

W jakim domu mieszka?

.....

Jakim samochodem jeździ?

.....

Jakie zwierzęta trzyma w domu?

.....

Jaka jest jego ulubiona potrawa?

.....

Z kim najchętniej umówiłby się na randkę?

.....

Jaki charakter ma ta osoba?

.....

Czy ta osoba ma dużą rodzinę?

.....

Ile zarabia ta osoba?

.....

Czy ta osoba ma dużo przyjaciół i znajomych?

.....

Jakie wykształcenie ma ta osoba?

.....

Definicja siebie – pytania do wolontariusza

1. BIO + dane demograficzne

- płeć
- wiek
- miejsce zamieszkania
- wielkość miasta
- zawód i wykształcenie

2. Motywacje

- cele i założenia działalności wolontaryjnej
- główne oczekiwania odnośnie do wolontariatu
- korzyści dla innych (podopiecznych, wspólnoty, grupy, siebie)

3. Kim jest jako wolontariusz?

- W jakie obszary działalności się angażuje?
- W jakim miejscu odbywa się wolontariat?
- Z jakimi podopiecznymi ma styczność?
- Ilu wolontariuszy razem współpracuje w obszarach jego działalności?
- Jak ocenia siebie jako wolontariusza?

4. Kim jest jako wolontariusz Parafialnych Zespołów Caritas?

- Ile osób zaangażowanych jest w Parafialny Zespół Caritas?
- Z jaką częstotliwością odbywają się spotkania?
- Gdzie odbywają się spotkania?
- Czy spotkaniom przewodniczy lider?
- Kto jest odpowiedzialny za funkcjonowanie Parafialnego Zespołu Caritas?
- Na czym polega formacja Parafialnego Zespołu Caritas i jaki ma wymiar? (typowo związany z wolontariatem, formacyjny, duchowy etc.)

5. Co myśli i czuje wolontariusz?

- jakie ma ambicje
- jakie ma życiowe cele i wartości
- jaki ma stosunek do ludzi
- jakie są jego marzenia
- jakie osoby lubi, a jakich nie
- w jaki sposób mierzy sukces (pieniądze, pochwały i uznanie, samospelnienie, pomaganie innym)

6. Styl życia

- co robi w wolnym czasie
- jakie ma hobby, zainteresowania, pasje
- jak spędza weekendy
- kim spędza czas wolny
- jakie książki, filmy i seriale lubi

7. Potrzeby

- czego potrzebuje i wymaga od innych członków Parafialnych Zespołów Caritas, od siebie, od potencjalnych wolontariuszy

8. Pomysły na przyszłość

- Jaki ma pomysł na ulepszenie swojego lokalnego PZC i zachęcenie do zaangażowania się w jego działalność innych?