

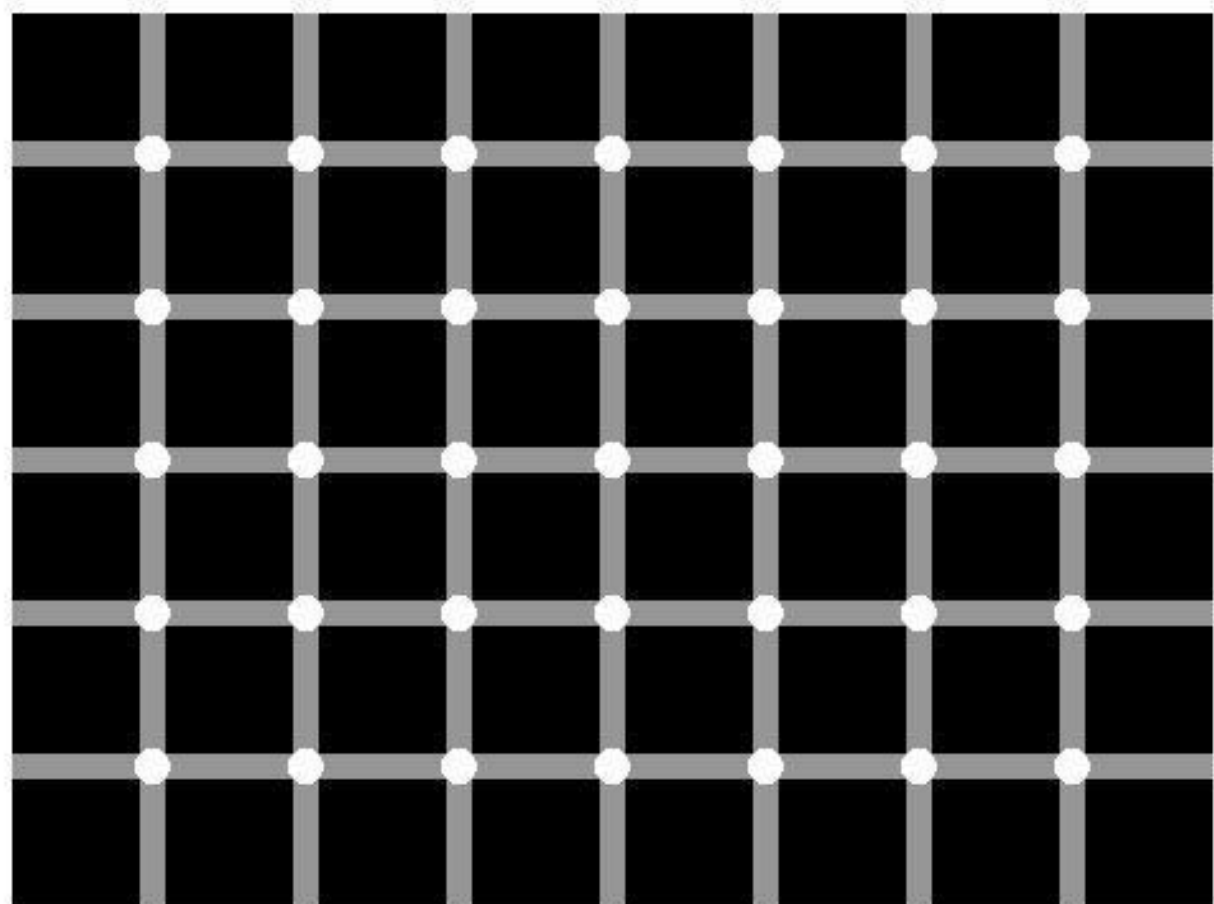
Alternatywy 4 lub cztery sposoby na efektywną komunikację z POKOLENIEM X, Y, Z

Marek Lecko
dr Dorota Gajda-Szczegielniak





Foto: <http://www.alternatywy4.net/alternatywy-4.html>



Policz czarne kropki...

KIERUNEK POSZUKIWAŃ

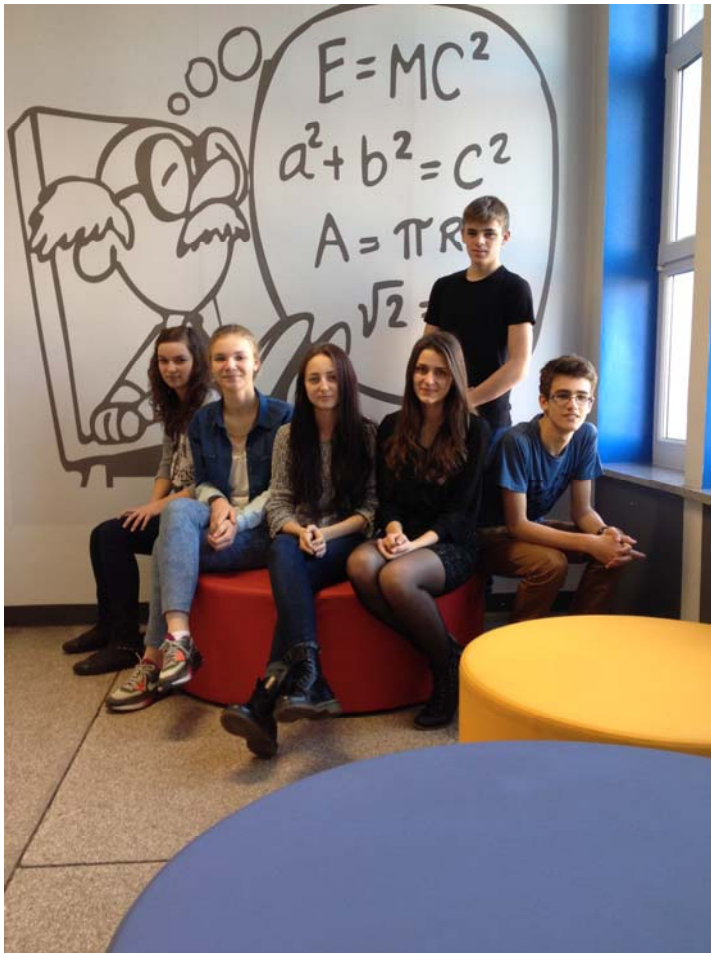


Foto: ZS w Dobrzemiu Wielkim

- w jaki sposób ludzie chcą się komunikować
- osobisty styl komunikacji
- wpływ zmian pokoleniowych na wybór narzędzi efektywnej komunikacji
- modele komunikowania się i błędy poznawcze w podejmowaniu dobrych decyzji

KIERUNEK POSZUKIWAŃ



Foto: ZS w Dobrzenu Wielkim

- szkolenia to międzypokoleniowa potrzeba
- różnice pokoleniowe czy coś więcej
- „nowe” wychowanie
- zmiana oczekiwań wobec szkoły



**GREATEST
GENERATION
PRE- 1933**



**SILENT
GENERATION
1933 -1945**



**BABY
BOOMERS
1946 -1979**

**GEN X
1965 -1979**



**MILLENNIALS
1980-1995**

**GEN Z
1996-PRESENT**



POKOLENIE X, Y, Z

CHARAKTERYSTYKA

cechy	Baby boomers	Pokolenie X	Pokolenie Y	Pokolenie Z
cenią w szkole i w pracy	Dobra komunikacja i organizacja nauki Jasne wymagania Kompetencje	System ocen Możliwość dodatkowych zajęć Dobre warunki socjalne	Dobre relacje Możliwość rozwoju Komfort Relacje towarzyskie	Jasne zasady, proste ścieżki wyboru, gotowe rozwiązania, własne zdanie, krótko i konkretnie

POKOLENIE X, Y, Z

CHARAKTERYSTYKA

cechy	Baby boomers	Pokolenie X	Pokolenie Y	Pokolenie Z
unikają	Pracy nie przynoszącej nikomu korzyści Braku profesjonalizmu Zbyt dużej ilości zmian Nadmiernej biurokracji	Zagrożenia utraty pracy, dzielenia się wiedzą i współpracy	Niedoceniania osiągnięć Atmosfery rywalizacji Braku możliwości rozwoju, nudy	Systematyczności, porządku, rywalizacji, myślenia, ograniczania niezależności

POKOLENIE X, Y, Z CHARAKTERYSTYKA

cechy	Baby boomers	Pokolenie X	Pokolenie Y	Pokolenie Z
Motywa cja	Ambitne i ważne zadania Nowe/nietypo we Prestizowe Pozbawione oceny	„wyścig szczurów” Duża rywalizacja, indywidualiz acja	Jasna informacja zwrotna Zadania znane, łatwe powtarzalne Związane z zainteresowa niami Zabawne Natychmiasto	Bardzo duża niecierpliwość Jasne zasady nauka ma być przyjemna tak jak hobby, osobiste zainteresowa nia na 1 mie scu brak

POKOLENIE X, Y, Z CHARAKTERYSTYKA

cechy	Baby boomers	Pokolenie X	Pokolenie Y	Pokolenie Z
źródło wiedzy	Własne doświadczenie Samodzielnie zgromadzona wiedza Literatura fachowa	Zewnętrzne autorytety, Szybkość wykorzystania wiedzy	Pomoc kolegów Pomoc nauczycieli Systemy gromadzące wiedzę Cenią pracę zespołową	Samoucy – głównie na podstawie Internetu, tu i teraz

ZASADY EFEKTYWNEJ KOMUNIKACJI MIĘDZYPOKOLENIOWEJ



MODEL KOMUNIKACJI

TREŚĆ

INTENCJA

KOMUNIKACJA

EMOCJE

RELACJE

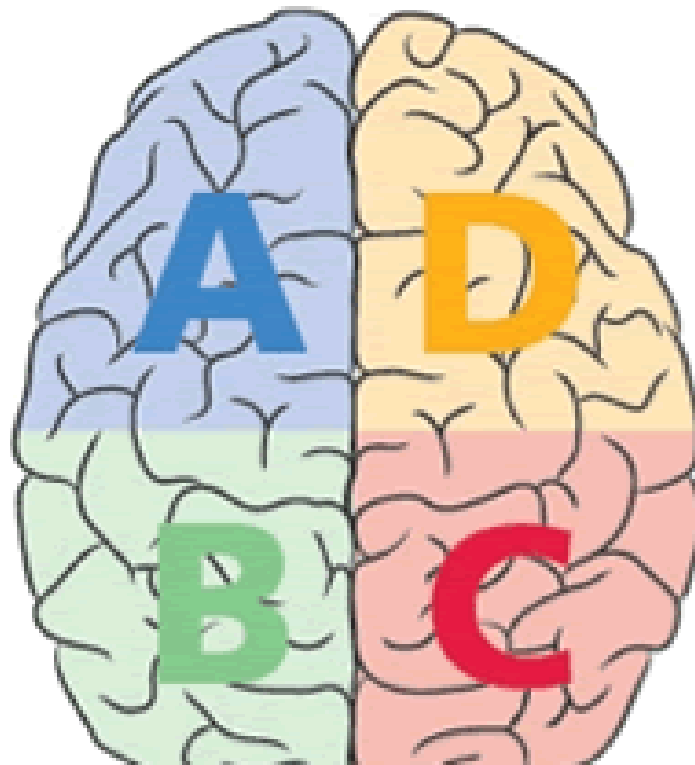
KOMUNIKUJĄC ZAWSZE WPŁYWAM NA INNYCH



KOMUNIKUJĄC ZAWSZE ULEGAM WPŁYWOM



**CZŁOWIEK NIE MOŻE
NIE KOMUNIKOWAĆ**



PROCES KOMUNIKACJI ODPOWIADA NADAWCA



ZNACZENIEM KOMUNIKATU JEST REAKCJA JAKĄ WYWOŁUJE



**JAKIEGO KOLORU JEST KITEL
LEKARSKI?**

JAKIEGO KOLORU JEST ŚNIEG?

**JAKIEGO KOLORU JEST NIEDŹWIEDŹ
POLARNY?**

CO PIJE KROWA?

CO WARUNKUJE DOBRĄ KOMUNIKACJĘ Z POKOLENIEM X, Y, Z?



FEKTYWNA KOMUNIKACJA Z POKOLENIEM X, Y, Z

Zrozum kim jest adresat

Skup się na celu

Praktykuj codziennie model komunikacji

Rozpoznaj osobiste schematy komunikacyjne

Zwróć uwagę na przebieg procesów pamięciowych

Trenuj swój mózg /i innych 😊/

**Korzystaj z efektywnych narzędzi
komunikacyjnych**

ZMIANA OCZEKIWAŃ

W jaki sposób przygotować się na Pokolenie Z?



W jaki sposób przygotować się na Pokolenie Z?

zwiększać nakłady na szkolenia w zakresie miękkich kompetencji społecznych – **jak aktywować mózg?**
wykorzystywać do komunikacji z młodymi ludźmi media elektroniczne – **efektywne procesy komunikacyjne w praktyce nauczyciela**
stymulować do pracy – **motywacja 3.0**
stałe poszukiwanie „autorytetów przechodnich” – **jak budować wizerunek profesjonalisty?**
uruchomić aktywność szkolną rodziców – **skąd się biorą dzieci?**

**Czy nauczyciele
muszą się nudzić
podczas rad szkoleniowych?**



www.fuco.pl

marek.lecko@fuco.pl

tel. 504 004 741

PO KONGRESIE

związku z tym, że większość uczestników prosiła o link do filmiku, który był prezentowany na zakończenie prezentacji, specjalny dodatek

<https://www.youtube.com/watch?v=5nCzs4xgl0Q>

do zobaczenia