

Spis treści

Słowo wstępne	1
Zrozumieć obecność społeczną	2
Badanie i zrozumienie zjawiska multikomunikacji	3
Stworzenie modelu zarządzania obecnością społeczną	5
Dlaczego postanowiłam napisać niniejszą książkę?	7
Podziękowania	8
Wprowadzenie	13
Co oznacza „obecność społeczna”?	15
Co się dzieje, kiedy próbujemy być obecni w dwóch miejscach jednocześnie?	22
Jak multikomunikacja wpływa na obecność społeczną?	25
Jak ewoluują normy dotyczące obecności społecznej?	26
Jak radzić sobie z presją multikomunikacji?	33
Użyteczny model intencjonalnej komunikacji	36
Jak lektura niniejszej książki może pomóc ci zrozumieć te strategie?	37

CZĘŚĆ I.

TROCHĘ UWAGI, WŁĄCZONY EKRAŃ. OBECNOŚĆ BUDŻETUJĄCA

1. Obecność budżetująca w miejscu pracy	43
Na czym polega obecność budżetująca?	45
Narzędzia technologicznej hierarchizacji	51
Kim jest twój odbiorca?	53

Co jest głównym przedmiotem kontroli w przypadku obecności budżetującej?	55
Jakie są korzyści z praktyki obecności budżetującej?	57
Jakie są koszty praktyki obecności budżetującej?	60
Kiedy należy wybrać obecność budżetującą?	64
2. Obecność budżetująca poza miejscem pracy	73
Jak ewoluujące normy wpływają na obecność budżetującą poza miejscem pracy?	75
W jaki sposób obecność budżetująca wpływa na twoje relacje towarzyskie?	77
Jak obecność budżetująca wpływa na czas spędzany z rodziną?	81
W jaki sposób obecność budżetująca wpływa na środowisko edukacyjne?	86
Kiedy należy wybrać obecność budżetującą?	91

CZĘŚĆ II.

„WYŁĄCZ TELEFON I POSŁUCHAJ, CO DO CIEBIE MÓWIĘ”. OBECNOŚĆ ŻĄDAJĄCA

3. Obecność żądająca w miejscu pracy	99
Na czym polega obecność żądająca?	99
Jakie są rodzaje obecności żądającej?	104
Kim jest twój odbiorca?	107
Co jest przedmiotem kontroli?	109
Jakie są koszty?	111
Kiedy należy wybrać obecność żądającą?	114
4. Obecność żądająca poza miejscem pracy	117
Jak ewoluujące normy wpływają na obecność żądającą poza miejscem pracy?	118
W jaki sposób obecność żądająca wpływa na nasze relacje towarzyskie?	120
W jaki sposób obecność żądająca wpływa na czas spędzany z rodziną?	122
W jaki sposób obecność żądająca wpływa na środowisko edukacyjne?	125
Kiedy należy wybrać obecność żądającą?	130

CZĘŚĆ III.
JAK PRZYCIĄGNAĆ ODBIORCÓW,
KIEDY EKRANY POZOSTAJĄ WŁĄCZONE. OBECNOŚĆ RYWALIZUJĄCA

5. Obecność rywalizująca w miejscu pracy	135
Na czym polega obecność rywalizująca?	135
Jakie są główne elementy obecności rywalizującej?	137
Kim jest twój odbiorca?	142
Co jest przedmiotem kontroli?	145
Jakie są koszty?	145
Kiedy należy wybrać obecność rywalizującą?	147
6. Obecność rywalizująca poza miejscem pracy	155
Jak ewoluujące normy wpływają na obecność rywalizującą poza miejscem pracy?	156
W jaki sposób obecność rywalizująca wpływa na nasze relacje towarzyskie?	157
W jaki sposób obecność rywalizująca wpływa na czas spędzany z rodziną?	161
W jaki sposób obecność rywalizująca wpływa na środowisko edukacyjne?	163
Kiedy należy wybrać obecność rywalizującą?	169

CZĘŚĆ IV
TRYB UŚPIENIA. OBECNOŚĆ ZAPRASZAJĄCA

7. Obecność zapraszająca w miejscu pracy	175
Na czym polega obecność zapraszająca?	176
Główne elementy obecności zapraszającej	181
Kim jest twój odbiorca?	190
Co jest przedmiotem kontroli?	191
Jakie są koszty?	192
Kiedy należy wybrać obecność zapraszającą?	192
8. Obecność zapraszająca poza miejscem pracy	199
Jak ewoluujące normy wpływają na obecność zapraszającą poza miejscem pracy?	201

W jaki sposób obecność zapraszająca wpływa na nasze relacje towarzyskie?	202
W jaki sposób obecność zapraszająca wpływa na czas spędzany z rodziną?	204
W jaki sposób obecność zapraszająca wpływa na środowisko edukacyjne?	209
Kiedy należy wybrać obecność zapraszającą?	214
Wnioski	219
Wdrażanie omówionych strategii w różnych sytuacjach	219
Jaki jest kontekst?	221
Co chcesz przekazać?	225
Kim jest twój odbiorca?	227
Co się dzieje, kiedy ty i twój odbiorca nie zgadzacie się ze sobą? . . .	229
Jak negocjować warunki obecności w rozmowie?	233
Trzy możliwości działania w sytuacji niedopasowania	235
Jak rozmawiać o tych strategiach?	240
Zawsze podejmuj świadome decyzje dotyczące obecności w rozmowie	243
Polecane lektury	245
Indeks	249