

A figyelmi kommunikáció: figyelem a face-to-face interakciókban

A figyelemnek sajátos szerepe van a kommunikációban. Figyelünk arra, amit beszélgetőpartnerünk mond, hogy megértsük, mit is jelent az, amiről beszél, mit is akar velünk közölni. Figyelünk arra, hogyan mondja, figyelünk nem verbális jelzéseire és a szituációra. Figyelünk arra, hogy őszinte-e, hogy nem akar-e bennünket félrevezetni, és hogyan viszonyul hozzánk. Figyelünk, hogy felismerjük, miért és hogyan érint bennünket egy üzenet, mennyire fontos számunkra, felkészültek vagyunk-e, hogy megértsük. Figyelünk a másokra mint társunkra, barátunkra, családtagunkra, szerelmünkre, alkalmazottunkra, főnökönkre, tanárunkra, tanítványunkra. Figyelünk a hírekre, figyelünk a bennünket körülvevők esetleges reakcióira, ha úgy mondunk valamit valakinek, hogy mások is értsék, vagy éppen szeretnének, ha nem hallgatnának bele a beszélgetésünkbe.

A múlt század közepének technikai kommunikációs koncepciójában a figyelem az adó (információforrás, beszélő, előadó) passzív figyelését jelentette, amelyet felvált a válaszoló (korábbi vevő, majd szerepváltással a másik adó), közbeszóló aktív kommunikációs aktivitása. A figyelem ennél azonban sokkal több, és sokkal fontosabb változata, nem pedig pusztán összetevője vagy járuléka a kommunikációnak. Elgondolkodtató, hogy miközben a kommunikációkutatásban kiemelkedő érdeklődés összpontosul a kommunikátor üzenet-, beszédaktus-, valamint történetet létrehozó aktivitására, értelmező, figyelő viselkedése, figyelő kommunikációja után jóval kevesebben érdeklődtek.

A figyelmi kommunikáció meghatározása

Nos, nyilvánvaló, hogy a figyelem több, mint a nézés, a hallgatás vagy akár a pusztán megértés. Utóbbiak olyan percepciós és kognitív folyamatok, amelyek során az adott érzékszervünkre vizuális, akusztikus ingerek nyomán, agyunknak információt továbbítva, valamilyen neurális (kognitív vagy érzelmi) kiértékelési folyamatok zajlanak le. A figyelem kutatása gyakorlatilag a múlt század nyolcvanas évek elejéig erre fókuszált. Ezt tükrözi az International Listening Association kutatóinak konszenzusával létrehozott definíció is: a figyelem az az aktivitás, amely során az említett percepciós folyamatok nyomán a kiértékelés reprezentációinak jelentést adva kommunikálunk. A figyelem tehát az a jelentéskonstruálás és a hozzá kapcsolódó válaszadás, amelyet verbális és nem verbális üzenetek alapján és egyben ezek alkalmazásával végzünk (*An ILA Definition of Listening*, 1995).¹ A személyközi kommunikáció szempontjából a figyelem azonban ennél több, sőt más, noha része a folyamatnak maga a percepció és a kiértékelés is (Bodie, 2010).

Az amerikai egyetemisták napi kommunikációs (személyközi, hagyományos és az új médiumokhoz kapcsolódó) tevékenységének 55,4 százaléka a figyelemre, 17,1 százaléka olvasásra, 16,1 százaléka beszédre, végül 11,4 százaléka írásra fordítódik. (Az ötvenöt százaléknyi figyelemnek a többsége, körülbelül négytized része kifejezetten a face-to-face interakciókban valósul meg.) Richard Emanuel és munkatársai (2008) eredményei tehát arra utalnak, hogy annak, amit kommunikációnak tartunk, jelentős része figyelem formájában valósul meg. Az oktatásban a matematikai, olvasási, írásos kompetenciával egyenrangúnak tekintik és mérik a tartós figyelem képességét. A szervezeti kommunikáció kutatásai jelzik, hogy a munkáltatók a jelentkezők képességeinek rangsorolásánál a figyelem képességét az első három hely valamelyikére rangsorolják, míg a munkavállalók a főnökeik tulajdonságai közül azt tekintik a legfontosabbnak, hogy figyelnek beosztottjaikra. Fontosabbnak tartják tehát a figyelést, mint a szakmai felkészültséget. Az interperszonális kapcsolatokban a mindennapi személyes témákról szóló beszélgetések meghatározóak a kapcsolatok tartóssága szempontjából. A partnerek egymásra figyelésének mértéke e beszélgetések során befolyásolja a kapcsolati elégedettséget (*Bodie és Fitch-Hauser*, 2010). Kapcsolati kommunikációt tanulmányozó kutatók egyetértenek abban, hogy a hatékony kapcsolati kommunikáció szerves része a hatékony figyelem (*Hjalone és Pecchioni*, 2001). Annak érdekében, hogy másokra hatást gyakoroljunk, hogy jó benyomást keltsünk, hogy sikeresen győzzük meg partnereinket valamiről, figyelniük kell rájuk.

A társas figyelem eredete

Miért figyelünk másokra? Az ember társas, társadalmi voltából következik, hogy alkalmazkodnia kell a folyton változó társas környezethez, amely a szociális folyamatok permanens percepcióját, feldolgozását, kiértékelését, a tapasztalatok összevetését és közös értelmezését igényli. Főemléskutatók, pszichológusok és humánétológusok az elmúlt század hatvanas-hetvenes éveitől megállapították, hogy egy csoportban a tagoknak társaikra irányuló figyelmük ('attention') nem véletlenszerűen oszlik meg. Az egyén figyelmét mint szociális aktust az egyén számára meghatározó információszükséglet vezérli. Mindezt olyan módon, hogy egyaránt tudatában kell lennie sajátjának, valamint a másoknak (*Pitcairn*, 1988; *Chance*, 1967; *Emery, Lorincz, Perrett, Oram és Baker*, 1997). Minél jelentősebb a (negatív vagy pozitív) hatása bármelyik csoporttag viselkedésének, interakcióinak, kapcsolatainak, köztük a kommunikációknak a többiek túlélésére, társas helyzetére, szaporodási sikerére, annál gyakrabban tekintenek rá akár az interaktív, de elsősorban a nem interaktív helyzetekben.² Ennek a megállapításnak az ellentéte is igaz, vagyis a befolyással rendelkező csoporttag ritkán vagy alig tekint a többiekre, amikor nincsenek vele interakcióban. Ismert ugyanakkor, hogy a magas önbecsülésű, extrovertált emberek dominánsabbak, sikeresebbek, de kevésbé figyelnek ('listening') másokra. Ugyanakkor közülük sokukat a magas önmonitorozás jellemez, vagyis intenzíven figyelik mások rájuk vonatkozó jelzéseit, visszajelzéseit, amikor interakcióba kerülnek velük. Hosszabban néznek a másik szemébe, ritkábban szakítják meg a szemkontaktust. Az ellentmondás azonban csak látszólagos. A magas önmonitorozó domináns elsősorban a másik (a szubordinált tag) rá vonatkozó kommunikatív és jelző viselkedésére összpontosít, és nem magára a partnerére.

A figyelem ('listening') tehát nem kizárólagosan társadalmi-kulturális konstrukció, hanem örökletes háttérrel is rendelkező diszpozíció. Látjuk majd ugyanakkor a következőkben, hogy a szocializációnak és a kulturálódásnak jelentős szerepe van a figyelem eltérő jellegének megnyilvánulásaiban. Azt, hogy milyen jelentést tulajdonítunk a figyelemnek, lokális konstitutív, illetve regulatív szabályok befolyásolják.

Mindezek mellett a figyelmi kommunikáció neurális és pszichológiai szabályozásában megalapozó szerepet játszanak azok a prediszpozíciók, amelyek a szociális adaptáció evolúciós időperspektívájának következményei. Terjedelmi korlátok miatt ennek csak néhány aspektusát tekintjük át, részben azért, mert minderről jelenleg csak keveset tudunk, ami jórészt a kutatói érdeklődés hiányára vezethető vissza. Elsősorban olyan vizsgálatokat említek meg, amelyek noha csak közvetve kapcsolódnak a mi problémánkhoz, jelzik a kérdéses emberi tulajdonságok jelentőségét a kommunikációs figyelem ontogenezisében, valamint hatékony és helyénvaló manifesztálódásában.

A gyerekek 8–9 hónapos kortól értik meg a másik személy szándékolt viselkedését és kezdenek arra figyelni, amire rámutat vagy rátekin. Michael Tomasello (1995, 2001) szerint a kapcsolódó vagy közös figyelem ('joint attention') a humán szociális intelligencia egyik alapvető jellemzője, és kialakulásának előfeltétele. Ebben a három összetevőjű folyamatban a self (azaz a gyerek), az anya (mint másik személy) és a tárgy, esemény vagy szimbólum kognitív összekapcsolási képessége feltételezhetően szerepet játszik a kommunikációs figyelmi ('listening') kompetencia fejlődésében (*Bakeman és Adamson, 1984*). A fejlődés során a figyelemnek a partnerhez kapcsolása a figyelésnek olyan „rejtett” aspektusaihoz vezet el, mint az osztályteremben a tanár felépítette absztrakt fogalmi koncepciók követése (*Mundy és Sigman, 2006*), vagy a figyelem megosztása, koordinálása a problémák, ideák, szándékok és emóciók kommunikálása érdekében (*Adamson, Bakeman és Deckner, 2004*).

Azok a gyerekek, akik valamilyen kognitív, viselkedéses vagy fejlődési problémával rendelkeznek (autizmus, hiperaktivitás, figyelem-problémák), csak korlátozottan képesek figyelmüket egy másik személyhez kapcsolni. Ennek lehet a következménye, hogy néhány évvel a vizsgálatokat követően korlátozottabb társas kompetenciát tapasztaltak náluk, nem voltak képesek szoros baráti kapcsolatokat kialakítani (*Meek, 2010; Mundy és Acra, 2006; Sheinkopf, Mundy, Claussen és Willoughby, 2004*). Jelenleg csak hipotézisként jegyezhetjük meg, hogy feltételezhetően az ilyen gyerekek felnőtt korukban is korlátozott szociális figyelmi kompetenciával rendelkezhetnek.

Az emberi kommunikáció alapvetően szimbolikus, tehát nem elég pusztán felismerni és megérteni a partner szándékát. Amikor beszélgetünk, meg kell értenünk, hogy társunk közlésének mi a jelentése. A megértéshez fel kell tudnunk állítani és alkalmaznunk kell olyan, a jelentés létrehozásának hátterében formálódó kognitív koncepciókat, kulturális konstrukciókat, amelyekhez hasonló feltételezhetően partnerük fejében is formálódott. Elgondolni, hogy a másik elméjében milyen gondolatok lehetnek, alapvetően emberi univerzálé, és három éves kortól jelenik meg (*Flawell és Miller, 1998; Kiss, 2005*). Az elméletória ('theory of mind'), a gondolatolvasás, lelkiállapotok, vágyak, vélekedések tulajdonítása társainknak és magunknak elengedhetetlen feltétele a figyelmi kommunikációnak. Az elmeolvasás teszi lehetővé, hogy a kommunikálók felismerjék, hogy a rájuk figyelők valóban figyelnek-e rájuk, hogy megértették-e, amit mondtak, vagy félreértették-e egymást. Elmeolvasási képesség nélkül nincs empátia, nélküle minden bizonytalanképzelhetően az empatikus figyelem is. A „gondolatolvasás” képessége összefügg az egyén kognitív komplexitásával, utóbbi feltétele a személyközpontú kommunikációnak, illetve a magasan személyorientált verbális közléseknek, valamint a hatékony érzelmi támogatásnak (*Burleson, 2003*).

A figyelmi aktivitás összetevői

A figyelmi kompetencia, hasonlóan a kommunikáció más kompetencia-jellemzőihez, három részelemre, a kognitív, az affektív és a viselkedéses összetevőkre támaszkodik (*Wolvin és Coakley, 1994*). A figyelmi kommunikáció egy sokdimenziós hipotetikus

konstrukció, amelynek összetevői (a) különböző kognitív folyamatok (valamire figyelés, az üzenet megértése, befogadása, értelmezése), (b) affektív folyamatok, amelyek arra motiválnak és stimulálnak, hogy figyeljünk a kommunikációs partner üzenetére, valamint (c) verbális és nem verbális (bólogatás, kérdezés, parafrázis) visszajelzések lehetnek (Jones, 2011). Megkülönböztetnek verbális eszközöket alkalmazó aktív figyelmet (mint például a tisztázó vagy a támogató kérdések), valamint a kizárólag nem verbális kommunikációra támaszkodó passzív figyelmet (a visszajelzés nem verbális csatornáit és jelzései).³

Egy személyközi kommunikációs interakcióban a kommunikálóknak tudniuk kell, mit és miért kell tenniük, szándékkal kell részt venniük, azaz involválódniuk a kommunikációba, valamint meg kell valósítaniuk azokat a szükséges viselkedésmódokat, amelyek ellentétei a figyelmetlen, azaz a nem figyelő kommunikációs partnerekre jellemző viselkedéseknek.

A figyelmennek a teljes kommunikációs spektrumot átfogó jelentőségére az is utal, hogy már az anyaméhben figyel a magzat a körülötte zajló történésekre, és az aktivitás egyre kiterjedtebb információfeldolgozást jelent a megszületés után. A figyelmi kompetencia megfelelő alakulása előfeltétele a nyelvelsajátításnak, az intelligencia fejlődésének, illetve a mindennapi túlélésnek, szocializációnak és a kulturális elsajátításnak (Wolvin, 2009).

A fentiekből következően a figyelem olyan összetett aktivitás, amely az érzékelésből, a verbális kommunikáció esetében hallásból, a hallottakra figyelésből, a percepcióból, a megértésből vagy értelmezésből és a partnernek visszajelző válaszból tevődik össze (Adler és Rodman, 2006; Adler, Rosenfeld és Proctor, 2004; Wolvin, 2009).

A hallás során a fülben a levegő rezgéshullámai a dobhártya közvetítésével neurális ingerületté transzformálódnak, hogy az idegnyúlványok az agyba közvetíthessék. Majd az agyban az aktuális szükséglet, igény, elvárás, érdeklődés alapján szelektíven veszünk figyelembe a számunkra jelentőségteljes jelzéseket. Ebből az is következik, hogy a lényegtelennek ítélt vagy közömbös közléseket, zajokat kiszűrjük, és nem vesszük számításba ezeket a továbbiakban.

A figyelem következő lépése a megértés, amelynek során jelentést tulajdonítunk az üzenetnek. Következtetünk a szavak, a szintaxis alapján a mondatok jelentésére. Értelmezzük a helyzetet, aktiváljuk a pragmatikai (konstitutív és regulatív) szabályokat, következtetünk a beszélő szándékaira, figyelve érzelmeit és nem verbális viselkedését, hogy végső soron megértsük, mi volt kommunikációjának az értelme. A megértés összetett folyamatában tehát szerepet játszik a kommunikátor kompetenciája, kognitív reprezentációinak összetettsége, érzelmi intelligenciája, szocializáltsága, és hogy kulturálódása során milyen szimbolikus értelmezési kompetenciára tett szert. A megértés sémaelméleti értelmezése szerint a sémák jelzik számunkra, hogy mire kell figyelniünk, mint keret szerepet játszanak az információ értelmezésénél, és irányítják az üzenet memoriális konstruálását és re-konstruálását. A megértést befolyásolja a belevonódás jellege (Wolvin, 2010). Ha a partner felületesen involválódik az interakcióba, a figyelmi megértés alapvetően heurisztikus kiértékelés eredményeként következik be (Chaiken, 1980). Az intenzívebb belevonódás analitikusabb eljárás eredménye, amelynek háttérben a kiértékelés szisztematikus vagy centrális dekódolási eljárása áll (Chaiken, 1980; Petty és Cacioppo, 1986). Hacsak nem érinti személyesen a beszélő közlése, a figyelő többnyire a perifériális vagy felületes feldolgozást alkalmazza, különösen abban az esetben, ha jól ismeri a beszélőt és megbízik benne (Wolvin, 2010).

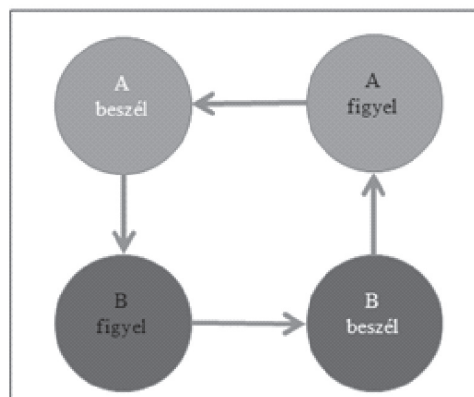
Végül a negyedik lépés a reakció, amely részben visszajelzésként, feed-back-ként jelzi vissza a beszélőnek, hogy szándékával megegyező, vagy attól eltérő jelentést tulajdonított közlésének partnere. A figyelmennek ebben a több lépcsős modern tranzakcionális értelmezésében tehát a figyelem egy összetett kommunikációs viselkedés.

A figyelem észlelése és feldolgozása nem csak fontos, de egyben nehéz is lehet a beszélő számára. Meghatározó lehet egy kommunikátor szempontjából, hogy milyen hatást gyakorol figyelő partnerére, akinek megnyilvánulása jelezheti, hogy egyáltalán hatással volt-e rá az, amit mondott. A partner válasza mint feed-back viselkedés a pontos megértést jelző üzenetként és a kommunikátorok közötti támogató kapcsolat demonstrálásaként értelmezhető. Ennek érzékelési képessége tulajdonképpen meghatározza a figyelési kompetenciát. Meglepő, de a kommunikációs kompetencia-képzési programok kevés kivételtől eltekintve keveset foglalkoznak a figyelési kompetenciával. A figyelés fontosságát az is jelzi, hogy különböző (edukációs, szervezeti, vezetői) kutatásokban megkérdezettek többnyire jobbnak tartják saját figyelési kompetenciájukat és aktivitásukat, mint azt a tényleges mérések jelzik (Harris és Nelson, 2008).

A figyelem a kommunikáció tranzakcionális nézőpontjából

A figyelő visszajelzése valójában az egész figyelési folyamatot egy kapcsolati kontextusba vonja bele, ezzel is jelzi annak jóval összetettebb voltát, mint amit egy egyszeri esemény leírása sugallna (Bodie, 2010). Rhodes (1993) szerint a kommunikációs interakciónak mint rendszernek immanens része a figyelem, amelynek funkciója a rendszer predikciós képességének növelése. Ebből következően a hatékony figyelem a jövőbeni alkalmazkodás sikerességében mérhető. A figyelem egyszerre interperszonális, azaz a kommunikáció során vesszük és feldolgozzuk a partner üzenetét; intraperszonális, vagyis a jelentéskonstruálás nyomán értelmet adunk az üzenetnek; végül kapcsolati, mert a válasznak nyomán kommunikációs partnerünk számára hozzáférhetővé válik az a jelentés, amelyet üzenete nyomán létrehoztunk. A figyelő figyelme tehát csak a beszélő viszonylatában értelmezhető, így rendszert alkotva egészet képeznek (Rhodes, 1993).

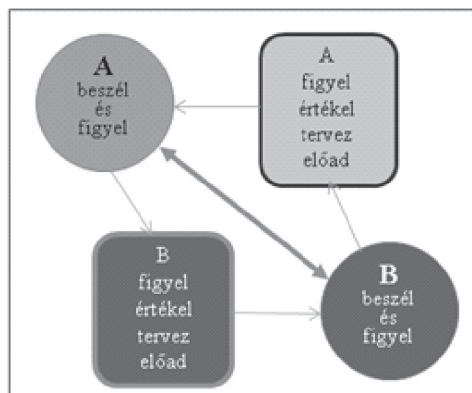
A beszélő és a figyelő megkülönböztetett szerepe azonban más szempontból is félvezető lehet. Valójában csak egy leegyszerűsített tranzitív felfogásban válik szét a két kommunikációs aktivitás, és váltakozásuk a klasszikus interaktív modell alapja (1. ábra).



1. ábra. A figyelem hagyományos modellje

A mai modern tranzakcionális kommunikációs paradigma szerint a beszélés és a figyelem nem válik szét, egy időben egyszerre vagyunk közlők és figyelők (Hargie, 2011). Beszélünk, miközben figyelünk a partner figyelését, megértését jelző, feed-back válaszokra. Majd figyelve partnerünk szavaira, kommunikáljuk a figyelmi aktivitásunk során mondanivalójával kapcsolatos jelentéskonstrukcióinkat, attitűdjeinket (2. ábra). A figye-

lés tehát egy interakciós kommunikáció részeként bizonyos értelemben „verseng” az egyén által aktuálisan felhasználható kognitív kapacitásért, valamint a kommunikáció vezérlésének tudatos és tudat alatti, verbális és nem verbális modalitásaiért.



2. ábra. A figyelem modern tranzakcionális modellje

Az emberek eltérő dolgokra figyelnek, figyelmi preferenciáik befolyásolják, hogy a beszélgetések során mire vagy mire fókuszálnak. Watson, Barker és Weaver (1995) szerint négy eltérő figyelmi stílus azonosítható: partnerorientált, akcióorientált, tartalomorientált, végül az időorientált stílus.

A partnerorientált figyelő ('people-oriented listeners') az emberek, azaz a kommunikációs partnerek érzelmeire és érzéseire figyel az interakció során. Arra törekszik, hogy a beszélgetés során megtalálja, kialakítsa a közös érdeklődést az aktuális másikkal. Igyekszik megértő, rokonszenvező, a másikkal törődő, együttérző attitűdöt és viselkedést kialakítani. A partnerorientált figyelő megpróbál elfogulatlan, előítélettől mentes attitűddel részt venni az interakcióban. Jellemző az ilyen kommunikátorokra a partnerorientált beszédmód, az érzékenység, a másik megértő figyelése, valamint az alacsony vagy hiányzó kommunikációs aggodalom, féltékenység. Ezért is nevezhetőek az ilyen személyek kapcsolatorientált figyelőknek. A másik érzelmeire figyelés gyakran magába foglalja egyben azt a vágyat, törekvést is, hogy keresse és rátaláljon a beszélgető partner érzelmi támogatására.

Az akcióorientált figyelő ('action-oriented listeners') az üzenetek tömör, hibátlan és hatékony megformálására koncentrálnak. Előfordul, hogy ingerültséget, udvariatlanságot vált ki belőle a nem figyelő, dezorientált partner, és közbevág, félbeszakítja a másik beszédét, nem hagyja befejezni mondanivalóját. Szervezeti kommunikációs helyzetben az akcióorientált figyelő igyekszik hatékonyan koncentrálni a jól szervezett prezentációs helyzetekben, és nem kedveli a bizonytalanságot. A partnerorientált figyelővel szemben kevésbé figyel a kommunikációs üzenet kapcsolati dimenziójára.

A tartalomorientált figyelő ('content-oriented listeners') preferálja az összetett, érdekesítő üzeneteket és a megbízható forrásokat. Gondosan mérlegeli az eltérő információkat, mielőtt véleményt formálna egy adott kérdésben. Gyakran tesz fel kérdéseket, hogy biztosítsa a tisztánlátását, hogy számot vehessen az eltérő álláspontokkal és elkerülhesse az elfogultságot akár egy témával, akár az aktuális partnerrel kapcsolatban. Sokszor tűnik éppen ezért olyan személynek, aki az aktuális kérdésben kritikus álláspontot foglal el.

Egyes kutatók azokat a személyeket, akiket egyszerre jellemez az akcióorientáltság és a tartalomorientáltság, feladatorientáltaknak is nevezik. Erőteljes benyomást keltenek

beszélgetőpartnereikben azzal, hogy figyelmük és érvelésük egyaránt a precíz stílus iránti elköteleződésüket mutatja.

Az időorientált figyelő ('time-oriented listener') hajlamos számot vetni, mérni, egyben verbálisan és nem verbálisan is jelezni, hogy mennyi időt szán a partnerére. Gyakran néz az órájára, és egyértelműen jelzi testtartásával, mozdulataival, ha elveszíti az érdeklődését a téma vagy a másik személy iránt. Rövid időt szán általában a beszélgetésekre, és mindenkinél gyakrabban vág partnere szavába, vagy szakítja félbe.

Luttrell (1992) vizsgálatai szerint a férfiakra erőteljesebben jellemző az akcióorientáltság, és különösen azoknál, akik határozottan a férfias típust képviselik, a legalacsonyabbnak találta a kapcsolatorientáltságot.⁴ A nőkre inkább az utóbbi figyelési stílus volt jellemző. Azoknál a nőknél azonban, akik kevésbé illeszkedtek a nemi sémához, és akikre egyaránt jellemző volt az akció, illetve a közösségorientáltság, a tesztek a legmagasabb értékű partnerorientációt jelezték. A biológiai, illetve a pszichológiai nem hatását egyértelműen jelezte, hogy azok a férfiak, illetve nők, akik a férfias-nőies intervallum középre sorolhatók, a két figyelmi orientáció azonos intenzitását mutatták a vizsgálati tesztekben (*Johnston, Weaver, Watson és Barker, 2000; Watson, Barker és Weaver, 1995*). Meg kell azonban jegyezni, hogy a figyelmi kommunikációban tapasztalt változatosságnál a nemek közötti különbség a férfiaknál egy százalékpontnyi, míg a nőknél is csak tízszázalékpontnyi mértékben játszott szerepet. Tehát a sokféleség fennmaradó legalább kilencven százalékáért más tényezők a felelősek.

Watson és munkatársai (1995) a megkérdezettek negyven százalékánál kevert figyelmi kompetenciát tapasztaltak. Noha többen több figyelmi típusnál is magas értéket mutattak, a nőkre a partner- és a tartalomorientált, a férfiakra az akció- és a tartalomorientált figyelem volt jellemző. A figyelmi kompetenciák fluid váltakozása a hatékony kommunikációt segítheti, vagy befolyásolhatja a professzionális helyzetekben a feladatnak megfelelő kommunikáció alkalmazását. Problémát is okozhat azonban az összetett figyelmi képesség, ha a változó helyzetben az ember nem tudja megválasztani a sikeres vagy helyénvaló stratégia alkalmazását.

A figyelem jelentősége a kommunikációban

Az aktor- vagy ágens-központú kommunikációkutatásra máig jellemző a beszélő vagy jelentéslétrehozó centrális pozíciója, noha Schramm már 1954-ben megjelent tanulmányában megfogalmazta, hogy a beszélő és a hallgató, azaz a figyelő elválaszthatatlanul összekapcsolódik egymazon személyben (*Heath és Bryant, 2000*). Austin, majd Searle beszédaktus-elmélete is implicit módon magába foglalja a figyelő partner szándékfelismerő szerepének jelentőségét a sikeres beszédaktus megvalósulásában (például *Holtgraves, 2008*). Ennek ellenére a figyelem napjainkban is másodlagos, sőt nem túlzás az sem, ha azt mondjuk, sokadlagos jelentőségűnek tekintik a kommunikációkutatásban. Ha másból nem is, de a publikált kutatások arányaiból mindenképpen erre következtethetünk.

A modern tranzakcionális kommunikáció koncepciójából következik, hogy a kódoló, a közlő, a figyelő befogadó, a dekodoló és az értelmező egyazon személyben és időben összpontosul. Ez értelmetlenné teszi annak számontartását, hogy egy ember a napi aktivitásának hány százalékát tölti a figyellel, mert alapvetően attól függ a kommunikatív figyelem megnyilvánulása, hogy milyen gyakorisággal, illetve időtartamban veszünk részt a kommunikációban (*Brownell, 2010*). Az egymást követő interakciók során létrejövő közös tapasztalat behatárolja, hogy milyen jelentések konstruálhatók az interakciók során. A tartalom- és az akcióorientált figyelem a jelentéskonstruálás, illetve interpretálás folyamatának, míg a partnerorientált figyelem a másik személy perspektívája, gondolatai empátiás megértésének esélyeit biztosíthatja.

A legjobb figyelmi kompetenciával rendelkezők képesek figyelmi orientációjukat aszerint változtatni, hogy az interakció változása során melyik biztosítja a leghatékonyabb részvételt a kommunikációban (Watson és Baker, 1984). Több vizsgálat is alátámasztotta, hogy az emberek mindezek ellenére hajlamosak a rájuk dominánsan jellemző figyelmi stílust alkalmazni, noha a szituáció változása indokolná a figyelmi stílus változtatását. Ez azonban csökkenti a kommunikációban az üzenet megértésének, tárolásának és előhívásának hatékonyságát (Watson, Baker és Wawer, 1995).

A figyelmi kommunikációt befolyásoló személyes tényezők mellett a figyelmet elvonó, akadályozó tényezőkkel is számolnunk kell a beszélgetések során, másrészt tehetünk annak érdekében, hogy minél kompetensebb, aktív figyelemmel támogathassuk a társunkat.

A figyelmi kommunikációt zavaró tényezők

A figyelmi kommunikációt számos tényező hátráltathatja (lásd például: *Mercadal-Sabagh* és *Schmidt*, 2008). Ezek forrása magából a kommunikátorból, vagy a környezetből is eredhet, de sok a szocializáció során alakul ki. A sztereotípiák, előítéletek, az etnocentrizmus rituáléi részben saját tapasztalatok, részben a társadalmi, kulturális háttérből származnak, de mindegyik felelős lehet abban, hogy eltereli a beszélgetőpartnerről a figyelmet, sőt meg is akadályozhatja, hogy megértsük a másikat (Brownell, 2006).

A pszichológiai zavarok, „zajok” egy része szemantikus jellegű, vagyis ha a beszélő olyan szavakat használ, amelyeket nem értünk, nem vagyunk biztosak a jelentésében, vagy olyan témáról beszél, amelyhez nem értünk, esetleg a szóhasználata, a témája előítéletességre utaló jegyeket mutat, lankad a figyelmünk, mivel szinte elkerülhetetlenül ezekre irányulnak a gondolataink. Szemantikus zajként eltérítheti a figyelmünket a politikailag „megterhelt” fogalmak alkalmazása (liberális, konzervatív, radikális, meleg) vagy politikai hovatartozásra utaló megjegyzések, célozgatás. Ugyanez a következménye a humor mögött felsejlő hátsó szándék, rejtett utalások, sztereotípiák felismerésének.

A figyelést korlátozó tényezők jó része intraperszonális, pszichológiai jellegű, míg mások a beszélgetés szituációjában keletkeznek. A pszichológiai zavarok, „zajok” egy része szemantikus jellegű, vagyis ha a beszélő olyan szavakat használ, amelyeket nem értünk, nem vagyunk biztosak a jelentésében, vagy olyan témáról beszél, amelyhez nem értünk, esetleg a szóhasználata, a témája előítéletességre utaló jegyeket mutat, lankad a figyelmünk, mivel szinte elkerülhetetlenül ezekre irányulnak a gondolataink. Szemantikus zajként eltérítheti a figyelmünket a politikailag „megterhelt” fogalmak alkalmazása (liberális, konzervatív, radikális, meleg) vagy politikai hovatartozásra utaló megjegyzések, célozgatás. Ugyanez a következménye a humor mögött felsejlő hátsó szándék, rejtett utalások, sztereotípiák felismerésének.

Gondot okozhat az információs túlterheltség is. Csökken a figyelmi kapacitásunk, ha beszélgetés közben olvasgatjuk az sms-einket, az interneten keresgélünk, újságot nézünk át vagy zenét hallgatunk, tévét nézünk, esetenként a körülöttünk zajló eseményeket követjük. Belső folyamataink túlzott figyelése, az önmagunkra koncentráció (a túlzott én-tudatosság), vagy éppen az elkalandozó gondolatok, az álmodozás

(‘daydreaming’), a kontrollálatlan fantáziálás gátolhatja belevonódásunkat az interakcióba. Gondoljunk bele, milyen érzés, amikor beszélünk, és láthatóan elkalandoznak partnerünk gondolatai, vagy elsősorban magára figyel.

Információs túlterheltséget okozhat, ha olyan beszélgetésben veszünk részt, amelynek témájában nem rendelkezünk megfelelő felkészültséggel. A megértéshez erős koncentrációra és a hallottak alapos elemzésére, átgondolására szorulunk, miközben igyekeznünk kell követni azt, amit a partnerünk a továbbiakban mond. Ebben az esetben könnyebb a dolgunk, ha pozitív az attitűdünk az adott témával kapcsolatban. Ugyanakkor nehezíti a helyzetünket, ha a másik olyan szavakat használ, amelyek jelentését nem ismerjük, ha túlzott részletességgel és bonyolult, összetett mondatokban fogalmaz. Hányan kérdeztünk már meg rendszergazdákat egy problémáról, és veszítettük el a beszélgetés fonalát, mert segítők nem vette figyelembe, hogy éppen azért kértünk tanácsot, mert hiányosak az adott kérdésben az ismereteink!

Találkozhatunk olyan beszélgetőpartnerekkel, tanárokkal, konferencia-előadókkal, kollégákkal, aki túl gyakran használják a „szerintem”, az „ugye”, a „de viszont” verbális kifejezéseket. Mások szokatlanul sűrűn nyalják meg az ajkukat, rebegtetik a szempillájukat, produkálják az „öhum”, „aha” és más hasonló nem verbális jelzéseket, amelyek akadályozhatnak az intenzív figyelésben, mert kényszerítően terelik a percepciókat. A szokatlan megjelenésű vagy feltűnően csinos, jóképű előadó, lehengerlő stílusú mesélő eltereli figyelmünket az üzenetről. Ezeket kommunikációs zajnak kell tekintenünk, amelyek rontják a figyelmi kommunikáció hatékonyságát. További hátráltató tényező lehet az unalom, az affektálás, a partner rendezetlen külsője, vagy ha feltűnően érdektelen az előadó.

Marketingesek olyan kifinomultan és manipulatív módon építhetik fel egy politikai imázsát, hogy a hallgatóság, lenyűgözve a személytől, elmulasztja az üzenetet figyelni. Egy állásinterjúnál egy pályázó, vizsgahelyzetben a vizsgázó szándékosan nehezítheti a bizottság tagjainak összpontosítását azzal, hogy tekintetüket igyekszik a testére vagy a beszélgetést magas státuszú támogatóira terelni. Utóbbi példáinknál már a figyelem antidemokratikus, monologikus kizsákmányolása következik be, amit a kommunikáció etikátlan manipulálásának tekinthetünk.

A figyelmi kommunikációt befolyásoló tényezők egy csoportja a kommunikátor személyéhez kapcsolódik. Az egocentrizmus, az etnocentrizmus, a személyes elfogultság/torzítás, a dogmatizmus, a defenzivitás, az aggodalom és a „mindent tudás” attitűdjé hatással lehet a figyelmi kommunikációra (*Mercadal-Sabbagh és Schmidt, 2008*).

Egocentrizmus esetén a figyelmi kommunikáció behatárolt: sem a self-centrikus gyakorlathoz képest új változatok, sem az eltérő nézőpontok nem keltik fel a figyelő érdeklődését, nem számol ezekkel. Az egocentrista figyelőre a kommunikáció én-központúsága jellemző, csak arra figyel, ami számára érdekes, ami önmagával kapcsolatos. Az etnocentrizmus az előbbihez hasonló kommunikációs figyelem jellemző, de utóbbinál a csoportkultúra és az etnikai identitás befolyásolja, határolja be a figyelmet.

A személyes elfogultság vagy torzítás elsősorban személyes sztereotípiák, illetve az előítéletek mentén befolyásolja az ember figyelmét. Ezek egyrészt a partnerre figyelésnél, másrészt a beszélgetés témája szempontjából korlátozzák, vezérlik a figyelmi kommunikációt.

A személyes torzítás speciális változatának tekinthetjük a dogmatizmust, ami egy-egy témakörben megmerevedett, megkérdőjelezhetetlen álláspontból következő korlátozott figyelmet eredményez. Az aktív és hatékony figyelmi kommunikáció feltételezi a saját álláspont szubjektív és változó jellegét, míg a dogmatizmus korlátozza, hogy számot vessen a kommunikátor saját álláspontjának bizonytalanságával, mulékonyságával. Éppen az válthatja ki a figyelőből a defenzivitást vagy az aggodalmat, hogy mivel alapvetően nincs tudatában saját dogmatista álláspontjának, támadásnak véli a másik eltérő vélekedését.

Néhány emberre jellemző a „mindent tudok” attitűd. Nem meglepő, hogy kevésbé képesek a tudatos, nyitott és elfogadó figyelemre. Nem érzik szükségét, hogy figyeljenek partnerükre, hisz nem rendelkezhetnek eltérő és releváns tapasztalatokkal. Minden bizonnyal úgy hiszik, ritkán tudhatnak meg a másiktól új és fontos ismereteket.⁵

Hogyan segítsük, támogassuk a figyelmet?

A beszélő érdekében áll a partner figyelésének segítségével is növelni saját céljainak elérését. A figyelés támogatása, a figyelmi kommunikáció megértése segíti a megértetést, egyben csökkentheti a félreértést. Hajlamosak vagyunk kiváló kommunikátoroknak tartani magunkat, érthetőnek és félreérthetetlennek tartani a mondanivalónkat. Szervezeti vezetők figyelmi kommunikációjának vizsgálatai jelzik, hogy magától értetődőnek tekintik, hogy érthetően kommunikálnak, és a beosztottaknak figyelniük kell rájuk. Mindeközben sem arra nem igazán figyelnek, hogy mit mondanak és mit nem mondanak el a beosztottak, sem arra, hogy azok megértették-e a vezetői szándékokat, interpretációkat (Harris és Nelson, 2007).

Hogyan segíthetjük a figyelmet? Brownell (2010) azt javasolja, hogy a beszélő többször, de ne túl gyakran ismétlje meg legfontosabb megállapításait. Erdemes időnként változtatni a hangmagasságon, a hangerőn, a beszédsebességen annak érdekében, hogy fenntartsa vagy újra kiváltsa az őt hallgatók intenzív figyelmét. Ezt különösen hatékonyan lehet segíteni napjaink prezentációs technikáinak alkalmazásával, például a dia-váltás sebességének változtatásával (Harris és Nelson, 2007). Az újdonság, a váratlan váltás felkeltheti, emelheti a figyelő arousal-szintjét, míg elvárásainak pontos kielégítése csökkentheti az érdeklődését. Végül a mondanivaló legfontosabb részeinél, a lényeg kiemelése érdekében érdemes hangsúlyozni vagy a kommunikáció intenzitását (gesztusok, hangerő) növelni. Ezzel segíthet abban a beszélő, hogy a figyelem emelésével érthetőbb és megjegyezhetőbb legyen mondanivalójának lényege.

Hogyan lehetünk hatékony figyelő kommunikátorok?

A figyelmi kommunikáció nem velünk született adottság, noha nyilvánvalóan hatásal vannak rá örökletes tényezők is. A hatékony figyelmi kompetencia fejlesztése és a kölcsönös megértés érdekében a kommunikációs modalitások mindegyikére érdemes figyelmet fordítani. Egy interaktív helyzetben hallgatjuk, hogy miről beszél a partnerünk, figyelünk nem verbális viselkedésére, valamint a saját kommunikációnk következményeire és hatékonyságára. Az emberek magától értetődően tartják magukat jó figyelőnek, miközben egy beszélgetésnek mindössze ötven százalékát vagyunk képesek nem sokkal befejeződése után felidézni. A különböző figyelmi kommunikációs stílusok eltérő kompetenciák kialakulását feltételezik. Mint fentebb jeleztem, a kutatások során megkérdezettek többsége a domináns stratégia mellett más figyelmi eljárást is alkalmaz az interaktív kontextusoktól függően (Watson, Barker és Weaver, 1995). A megfelelő kompetencia teszi lehetővé, hogy az interakció során újra és újra kiértékeljük a helyzetet, és a változásoktól függően igazítsuk az éppen szükséges figyelési stílust.

A kompetens figyelőnek meg kell határoznia a figyelés céljait, de elengedhetetlen, hogy azt hatékonyan adaptálja a változó kontextushoz. Egy tanár és egy problémás diák, egy orvos és egy gyógyíthatatlan beteg gyerek, egy vezető és egy hibát elkövető beosztott közötti beszélgetések előtt a figyelmi kommunikáció céljainak tudatos artikulálása előkészíti a kontextus konstruálása által a kölcsönös megértés lehetőségét, a félreértés kockázatának csökkentését. Az említett példahelyzetek különösen érzékenyek a félre-

értés bekövetkezésére, és a szervezeti pozíciókból következő távolsággal eleve figyelmet befolyásoló zajként kell számolnia a magas pozícióban lévő résztvevőnek. Ebből is következik a figyelmet elősegítő következő feladat vagy szabály, hogy a figyelőnek ismételt kontrollálnia kell saját figyelési kommunikációját, valamint a saját üzenet megértési aktivitását (Trenholm és Jensen, 2004).

A beszélgetés céljának meghatározása teszi lehetővé a figyelő kommunikátor számára annak ellenőrzését, hogy valóban megértette-e a beszélő közlését. A kritikai figyelemnek tehát nem csak a saját megértési folyamattal kell számot vetnie azzal, hogy pozíciója, elfoglaltságai, szelektív percepciója nem torzította-e a megértést, hanem ellenőriznie kell azt is, hogy megfelelő, illetve az adott kontextusban helyénvaló figyelési stílusorientációt alkalmazott-e, kell majd alkalmaznia (Mercadal-Sabbagh és Schmidt, 2008; Thompson, Leintz, Nevers és Witkowski, 2004; Trenholm és Jensen, 2004). A kritikai figyelésnek arra is tekintettel kell lennie, hogy a beszélő hiteles-e, őszintén gondolja-e, amit mond, és egyaránt értelmeznie kell partnere mondanivalójának tartalmi, illetve kapcsolati jelentésspektusait is.

Végül a kompetens figyelmi kommunikátornak az aktív figyelés részeként időnként érdemes parafrázálva összefoglalnia a hallottakat. Ezzel ön maga és a beszélő számára is visszajelzést adhat arról, hogy sikerült-e a beszélgetés során megvalósítani a közös megértést, valamint újra, azaz re-konstruálniuk az egymás közötti kapcsolatot.

Konklúzió

A figyelem több, mint beszélgetőtársunk egyszerű hallgatása és nézése. A kommunikált figyelem elősegíti a face-to-face interakciók tartalmi és kapcsolati üzeneteinek hatékony értelmezése által a kölcsönös megértés. A figyelés nem független a közléstől, vele párhuzamosan, gyakorlatilag együtt konstruáljuk általuk azt a megosztott valóságértelmezést, amely elengedhetetlen feltétele a kapcsolati elégedettségnek. Mivel lehetetlen a másik szempontjának tökéletes megtapasztalása és átélése, egyaránt kritikusan kell értelmeznünk saját és a beszélgetőpartnerük figyelési aktivitását, hogy csökkentsük a gyakorlatilag elkerülhetetlen félreértelmezések mértékét.

A figyelmi kommunikáció tehát nem csak a jelentésmegértésben játszott szerepe miatt érdemel nagyobb figyelmet a kommunikációtudományban, hanem mert aktív jellege lényegi szerepet játszik az egyén selfjének, önértékelésének és identitásának képzésében. Ahogy a laikus vélekedésekben is megfogalmazódik, arra figyelünk, aki jelentős, aki számít. Tehát akire nem figyelünk, az nem számít? Számos olyan szervezeti kommunikációs színtér és szerep létezik, ahol a figyelmi kommunikációnak alapvető jelentősége van. Ha meggondoljuk, szakmai és kommunikációs beszédkészséget fejlesztenek számos diplomát adó szakmánál (mint például a pedagógusképzésben), miközben a figyelmi kompetencia fejlesztésére nem szánnak időt. Az aktív figyelemnek és képzésnek tehát kommunikáció-etikai szempontból is érdemes lenne a mostanihoz képest több figyelmet szentelni.

Irodalomjegyzék

Adamson, L. B., Brakeman, R. és Deckner, D. F. (2004): The development of symbol-infused joint attention. *Child Development*, 75. sz. 1171–1187.

Adler, R. B. és Rodman, G. (2006): *Understanding human communication*. 8th edition. Oxford University Press, New York, NY.

Adler, R. B., Rosenfeld, L. B. és Proctor II, R. F. (2004): *Interplay. The process of interpersonal communication*. Oxford University Press, New York, NY.

An ILA Definition of Listening. (1995) *The Listening Post*, 53. 1. sz. 4–5.

- Bakeman, R. és Adamson, L. (1984): Coordinating attention to people and objects in mother – infant and peer – infant interaction. *Child Development*, 55. sz. 1278–1289.
- Bodie, G. D. (2012): Listening as positive communication. In: Socha, T. és Pitts, M. (szerk.): *The positive side of interpersonal communication*. Peter Lang, New York, NY. 109–125.
- Bodie, G. D. és Fitch-Hauser, M. (2010): Quantitative research in listening: Explication and overview. In: Wolvin, A. D. (szerk.): *Listening and human communication in the 21st century*. Blackwell, Malden, MA. 46–94.
- Brownell, J. (2006): *Listening: Attitudes, principles and skills*. 3rd edition. Allyn & Bacon, Boston, MA..
- Brownell, J. (2010): The skills of listening-centered communication. In: Wolvin, A. D. (szerk.): *Listening and human communication in the 21st century*. Blackwell, Malden, MA. 141–157.
- Burleson, B. R. (2003): Emotional support skill. In: Greene, J. O. és Burleson, B. R. (szerk.): *Handbook of communication and social interaction skills*. Erlbaum, Mahwah, NJ. 551–594.
- Chaiken, S. (1980): Heuristic versus system at ic information processing and those of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39. sz. 752–66.
- Chance, M. R. A. (1967): Attention structure as a basis of prim a terank orders. *Man*, 2. sz. 503–518.
- Emanuel, R., Adams, J., Baker, K., Daufin, E. K., Ellington, C., Fitts, E., Himsel, J., Holladay, L. és Okeowo, D. (2008): How college students spend their time communicating. *International Journal of Listening*, 22. sz. 13–28.
- Emery, N. J., Lorincz, E. N., Perrett, D. I., Oram, M. W. és Baker, C. I. (1997): Gaze following and joint attention in rhesus monkeys (*Macaca mulatta*). *Journal of Comparative Psychology*, 111. sz. 286–293.
- Flavell, J. és Miller, P. H. (1998): Social cognition. In: Damon, W. (szerk.): *Handbook of Child Psychology*. John Wiley and Sons, Hoboken, NJ.
- Hargie, O. (2011): *Skilled Interpersonal communication. Research, theory and practice*. Routledge, New York, NY.
- Harris, T. E. és Nelson, M. D. (2007): *Applied organizational communication. Theory and practice in a global environment*. 3rd edition. Lawrence Erlbaum New York, NY.
- Heath, R. L. és Bryant, J. (2000): *Human communication theory and research. Concepts, contexts, and challenges*. 2nd edition. Lawrence Erlbaum, Manwath, NJ.
- Hjalone, K. K. és Pecchioni, L. L. (2001): Relational listening: A grounded theoretical model. *Communication Reports*, 14. sz. 59–71.
- Holtgraves, T. (2008): Speaking and listening. In: Rickheit, G. és Strohner, H. (szerk.): *Handbook of communication competence*. Mouton de Gruyter, Berlin – New York, NY. 207–224.
- Johnston, M. K., Weaver, J. B., III, Watson, K. W. és Barker, L. L. (2000): Listening styles: Biological or psychological differences? *International Journal of Listening*, 14. sz. 32–46.
- Jones, S. M. (2011): Supportive listening. *International Journal of Listening*, 85–103.
- Kiss Sz. (2005): *Elmeolvasás*. Új Mandátum, Budapest.
- Luttrell, E. S. (1992): *Listening preferences as a function of sex and gender role self-perception*. Unpublished masterthesis. Auburn University, Auburn, AL.
- Meek, S. E. (2010): *Joint attention and its relation to social outcomes: Typically developing children and children with autism*. Doctoral dissertation. Arizona State University.
- Mercadal-Sabbagh, T. és Schmidt, D. F. (2008): Listening: The „lost” communication skill. Public Speaking The ACA Open Knowledge Online Guide. 2013. 06. 22-i megtekintés, <http://textcommons.org/node/110>
- Mundy, P. és Acra, F. (2006): Joint attention, social engagement and the development of social competence. In: Marshall, P. és Fox, N. (szerk.): *The development of social engagement neurobiological perspectives*. Oxford University Press, New York, NY. 81–117.
- Mundy, P. és Sigman, M. (2006): Joint attention, social competence, and developmental psychopathology. In: Cicchetti, D. és Cohen, D. (szerk.): *Developmental psychopathology*. 2nd ed. I. *Theory and methods*. Wiley, Hoboken, NJ. 293–332.
- Petty, R. E. és Cacioppo, J. T. (1986): *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag, New York.
- Pitcairn, T. K. (1988): Attention and social structure in *Macaca fascicularis*. In: Chance, M. R. A. és Larsen, R. R. (szerk.): *The social structure of attention*. Lawrence Erlbaum, Hove. 51–81.
- Rhodes, S. C. (1993): Listening: A relational process. In: Wolvin, A. D. és Coakley, C. G. (szerk.): *Perspectives on listening*. Ablex, Norwood, NJ. 217–40.
- Sheinkopf, S., Mundy, P., Claussen, A. és Willoughby, J. (2004): Infant joint attention skill and preschool behavioral outcomes in at-risk children. *Development and Psychopathology*, 16. sz. 273–291.
- Thompson, K., Leintz, P., Nevers, B. és Witkowski, S. (2004): The Integrative Listening Model: An approach to teaching and learning listening. *Journal of General Education*, 53. sz. 225–246.

Tomasello, M. (1995): Joint attention associal cognition. In: Moore, C. és Dunham, P. (szerk.): *Joint attention: Its origins and role in development*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ. 103–130.

Tomasello, M. (2001): *The cultural origins of human cognition*. Harvard University Press. [Magyar nyelven: *Gondolkodás és kultúra*. Osiris Kiadó, Budapest. 2002.]

Trenholm, S. és Jensen, A. (2004): *Interpersonal communication*. 5th edition. Oxford University Press, New York, NY.

Watson, K. W. és Barker, L. L. (1984): Listeningbehavior: Definition and measurement. In: Bostrom, R. N. (szerk.): *Communication Yearbook 8*. Sage, Beverly Hills, CA. 178–197.

Watson, K. W., Barker, L. L. és Weaver, J. B. (1995): The listening styles profile (LSP16): Development and validation of an instrument to assess four listening styles. *International Journal of Listening*, 9. sz. 1–13.

Wolvin, A. D. (2009): Listening, understanding, and misunderstanding. In W. F. Eadied. (Ed.) *21st Century communication. A reference handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage. 137–146.

Wolvin, A. D. (2010): Listening engagement: Intersecting theoretical perspectives. In: Wolvin, A. D. (szerk.): *Listening and human communication in the 21st century*. Blackwell-Wiley, Chichester, UK. 7–30.

Wolvin, A. D. és Coakley, C. G. (1994): Listening competency. *Journal of the International Listening Association*, 8. sz. 148–174.

Jegyzetek

¹ Valamelyest kiegészíttem az International Listening Association eredeti meghatározását.

² Meg kell itt azonban jegyezni, hogy a szubordináltak, ha náluknál magasabb státuszú partnerrel beszélgetnek, rövidebb ideig tartják a szemkontaktust, és gyakrabban szakítják azt meg, mint domináns interakciós társuk.

³ Érdemes megjegyezni, hogy ez a passzív, aktív felosztása a figyelmi kommunikációnak meglehetősen pontatlan. A nem verbális figyelem is lehet kifejezetten hangsúlyos és intenzív, nem is beszélve a háttérben ekkor is zajló kognitív és affektív folyamatokról. Ugyanakkor az „aktív” verbális kommunikálása a figyelemnek is lehet érdektelen és alacsony intenzitású, mint amilyen a pszeudo- vagy hamis/álfigyelem bizonyos megnyilvánulásai.

⁴ Luttrell (1992) nem publikált kutatásait Bodie és Fitch-Hauser (2010) említi.

⁵ Harris és Nelson (2007, 260. o.) említenek egy anekdotát, amely tanulságos példája annak, hogy hajlamosak vagyunk szelektíven csak arra figyelni, ami az én szempontjából releváns. Egy csokoládégyárban egy munkásnő beleesett egy csokimasszával teli kádba. Miután hiába próbálkozott a kimáshzával, segítségért kezdett kiáltani: „Tűz van! Tűz van!” Azok a munkatársai, akik a közelben voltak, meghallván a kiabálását, hanyatt homlok rohantak oda, és kiszabadították a masszából. Miután kihúzták a kádból, és megbizonyosodtak, hogy nem ég semmi a közelben, kérdőre vonták a nőt. „Miért kiabáltad, hogy tűz van?” „Ha azt kiabálom, hogy 'Csokoládé! Csokoládé!', vajon hányan jöttetek volna ide, hogy kiszabadítsatok?” – válaszolta a nő.

Tóth Péter István

PhD, főiskolai docens
Zsigmond Király Főiskola