

Eszterházy Károly Főiskola Testnevelés és Sporttudományi Intézete

Balázs László – H. Tómesz Tímea – H. Varga Gyula

A KOMMUNIKÁCIÓ ELMÉLET ÉS GYAKORLATA

Gamma Kiadó

Eger

2013

A kommunikáció elmélete és gyakorlata

Szerzők:

Balázs László
H. Tomesz Tímea
H. Varga Gyula

Lektorálta:

Hanák Zsuzsa

© Balázs László, H. Tomesz Tímea, H. Varga Gyula

ISBN 978-963-08-2

Minden jog fenntartva.

A kiadvány a jogtulajdonosok előzetes írásbeli engedélye nélkül semmilyen eljárással és formában, sem részben, sem egészében nem reprodukálható.

All right reserved

TARTALOM

1. A kommunikáció kutatása	6
1.1. A kommunikációtudomány beágyazottsága	6
1.2. A kommunikáció meghatározásai.....	6
1.2.1. A tranzakciós iskola.....	7
1.2.2. Az interakciós iskola.....	8
1.2.3. Szemiotikai iskola.....	9
1.2.4. Rituális iskola	9
1.3. A kommunikációtudomány területei	11
1.3.1. Elméleti kommunikációtudomány.....	11
1.3.2. Alkalmazott kommunikációtudomány.....	13
1.3.3. A kommunikációtudomány interdiszciplináris területei.....	15
2. A kommunikáció alapfogalmai, működése	16
2.1. Állati kommunikáció – emberi kommunikáció	16
2.2. A kommunikáció összetettsége.....	17
2.2.1. A kommunikáció síkjai.....	17
2.3. A kommunikáció tényezői	20
2.3.1. Szituáció	20
2.3.2. Résztevők (kommunikátorok)	21
2.3.3. Közlemény (kommunikátum).....	22
2.3.4. Kód (jelrendszer)	22
2.3.5. Csatorna	23
3. Kommunikációs helyzetípusok	27
3.1. Belső (intrapersonális) kommunikáció	27
3.2. Személyközi (interperszonális) kommunikáció.....	28
3.3. Csoportkommunikáció.....	29
3.4. Közéleti (nyilvános) kommunikáció.....	31
3.5. Kultúraközi kommunikáció	32
3.6. Szervezeti kommunikáció.....	34
3.7. Tömegkommunikáció	34
4. Verbális kommunikáció	37
4.1. Nyelv és beszéd	38
4.2. Közvetlen kommunikáció.....	38

4.3. Írásos kommunikáció.....	44
4.4. Az újmédia hatása – írott beszéd	44
5. A kommunikáció nem verbális csatornája.....	48
5.1. A nem verbális kommunikáció és a metakommunikáció	48
5.2. A nem verbális kommunikáció funkciói.....	51
5.3. A nem verbális kommunikáció dimenziói	53
5.3.1. Testmozgás vagy kinezikus viselkedés	54
5.3.2. Testi jellemzők.....	54
5.3.3. Érintkezéssel viselkedés	55
5.3.4. Paranyelv	55
5.3.5. Proxemika.....	55
5.3.6. Készítmények	57
5.3.7. Környezeti tényezők	57
5.4. A nem verbális elemek szerepe a kommunikáció folyamatában	58
6. Kommunikáció és önismeret.....	60
6.1. Az önismeret fogalma, szintjei	60
6.2. Az önismeret modelljei.....	62
6.2.1. Johari-ablak.....	62
6.2.2. Visszacsatolás (feed-back).....	64
6.2.3. Az önismereti kerék.....	66
7. Kommunikációs stílusok.....	70
7.1. Asszertív kommunikáció	70
7.2. Agresszív kommunikáció	74
7.3. Szubmisszív kommunikáció	75
7.4. Az asszertivitást megterhelő helyzetek.....	76
7.4.1. Kérés megfogalmazása	76
7.4.2. Kritika megfogalmazása és fogadása.....	77
7.4.3. Dicséret megfogalmazása	79
7.4.4. Konfliktus megoldása	79
8. A kommunikációs üzenet tervezése, a mondanivaló strukturálása ...	83
8.1. Az elkészítés munkarendje	83
8.1.1. A téma kiválasztása	83
8.1.2. Anyaggyűjtés	84
8.1.3. A gyűjtött anyag elrendezése.....	85
8.1.4. Nyelvi megformálás.....	85
8.1.5. Memorizálás	90
8.1.6. Előadás.....	90
8.2. A vázlat.....	92

9. Nyelvi stílus	94
9.1. A stílus	94
9.2. Stílusfajták	96
9.2.1. Tudományos stílus	96
9.2.2. Publicisztikai stílus	97
9.2.3. Hivatalos stílus.....	98
9.2.4. Szépirodalmi, művészi stílus	98
9.2.5. Levélstílus.....	99
9.2.6. Társalgási stílus	99
9.2.7. Szónoki stílus.....	99
9.2.8. Előadói stílus	100
9.3. Képszerűség.....	100
9.3.1. Képszerűség a nyelvhasználatban.....	100
9.3.2. Képszerűség a sportnyelvben és a médiaszövegekben	101
10. A befolyásolás formái: meggyőzés	105
10.1. Attitűd, sztereotípa, előítélet.....	105
10.1.1. Forrás	107
10.1.2. Befogadó.....	108
10.1.3. A meggyőző üzenet	109
10.1.4. Csatorna	111
11. A befolyásolás formái: manipuláció.....	113
11. 1. Manipulatív szituáció.....	113
11. 2. A manipuláció folyamata.....	113
11. 3. A manipulatív információ.....	114
11. 4. A manipuláció hatása.....	114
12. Konfliktuskezelés	121
12.1. A konfliktus fogalma és szintjei	122
12.2. A konfliktus típusai.....	124
12.3. A konfliktus eszkalációja.....	125
12.4. Konfliktuskezelési stratégiák és módszerek	127
Felhasznált irodalom.....	132

1. A KOMMUNIKÁCIÓ KUTATÁSA

Ebben a fejezetben áttekintjük a kommunikációtudomány kapcsolódásait más diszciplínákhoz, majd számba vesszük a különböző kommunikációfelfogásokat, és megkíséreljük felvázolni a kommunikációtudomány elméleti és alkalmazott területeit.

1.1. A kommunikációtudomány beágyazottsága

Egy találó megfogalmazás szerint a kommunikációkutatás tudományok útke-resztesződésében jött létre. Különböző tudományok kutatói járultak hozzá kialakulásához, és járulnak hozzá további fejlődéséhez mind a mai napig, ezért tartjuk *multidiszciplináris* tudománynak. Robert Craig (1999, idézi Griffin 2001: 34–48) szerint ezek a tudományok a következők: szociálpszichológia, kibernetika, retorika, szemiotika, szociokulturális megközelítés, társadalomkritika, fenomenológia. A kommunikáció interdiszciplináris kapcsolatait tárgyaló könyvében Zsolt Péter (2004) részben hasonló, részben eltérő területeket sorol el: filozófia, pszichológia, fejlődéslélektan, szociálpszichológia, szociológia, szociolingvisztika, kulturális antropológia, politológia, etológia. Ma a kommunikációtudomány számos diszciplínával mutat szoros együttműködést.

Feladat

Erősítse a kommunikációtudomány multidiszciplináris jellegét azzal, hogy újabb párhuzamokat von eddig nem említett tudományok és a kommunikációkutatás között. (Pl.: esztétika és kommunikációtudomány, jogtudomány és kommunikációtudomány stb.)

1.2. A kommunikáció meghatározásai

A legelterjedtebb értelmezés szerint a kommunikáció *az információk jelekkel történő átadása, közzé tétele valamilyen eszköz segítségével*. Az eltérő felfogások abban megegyeznek, hogy a kommunikáció társas tevékenység, partnerek

együttműködése folytán jön létre azzal, hogy a résztvevők közösen hoznak létre jelentéseket; folyamatos, többszintű és többcsatornás.

A kommunikációnak többféle értelmezése van, attól függően, hogy az elmélet vagy a gyakorlat oldaláról, illetve hogy melyik tudományterület felől közelítünk hozzá. Az információelmélet szerint egy információforrás váltakozó jelek kibocsátásával információt ad egy másik rendszernek. A szociológiát az érdekeli, hogyan történik az információátadás az emberek között a társadalmi szféra különféle rendszereiben. A pszichológia a lényegét abban látja, hogy egy forrás egy másik rendszert váltakozó jelzések manipulációjával befolyásol. A nyelvtudomány felől nézve a kommunikáció lényegében az emberek közötti gondolatcsere egy jelrendszer, alapvetően a nyelv segítségével. Biológiai értelemben pedig a kommunikáció az élő szervezetek (rész)rendszereiben folyó információátadás. És még hozhatnánk más területről is példákat. A különböző felfogásokban közös, hogy a kommunikációt információk, üzenetek átadásának, cseréjének, közzé tételének, értelmezésének tartják.

A kommunikációs jelenségek megítélésében a kommunikációtudományon belül is eltérő felfogások, *irányzatok* alakultak ki. Ezek nem állnak szemben egymással, nem zárják ki egymást, hanem más-más aspektusból közelítik meg és értelmezik a kommunikációt. Ezért a szemléletük, alapfogalmaik, vizsgálati módszereik, terminológiájuk bizonyos mértékben eltér egymástól.

1.2.1. A tranzakciós iskola

A legkorábbi és talán legelterjedtebb felfogás. Alapfogalma, a tranzakció *átvitelt* jelent. E szerint a kommunikáció olyan folyamat, amelyben információátvitel, -átadás zajlik: egyik partner (adó) információt, üzenetet küld a másiknak (vevő, címzett). Mivel az üzenet nem anyagi természetű, az információt jelekké kell alakítani (kódolni), a jeleket egy bizonyos közegen (csatornán) keresztül továbbítani, a feldolgozás előtt pedig vissza kell alakítani (dekódolni). A kommunikáció aszimmetrikus: a domináns és aktív fél működteti. Szerepcserével az irány és a dominancia megfordul.

Az irányzat fontosnak tartja a pontosságot és a hatékonyságot. A kommunikáció akkor sikeres, ha az üzenet a legteljesebben, torzítás, átalakítás nélkül jut el a vevőhöz, vagyis a kódolt és a dekódolt üzenet egybeesik. Abban az esetben,

ha a kettő eltér egymástól, ez az elmélet kommunikációs zavarról beszél, vizsgálja annak okát, keresi a diszfunkcionálisan működő tényezőt, és korrigálja a hibát (Andok 2013).

Az elmélet rendkívül differenciált, Shannon kibernetikai modelljétől Jakobson nyelvi kommunikációs rendszerén át Watzlawik és Barnlund árnyalt és jól kidolgozott elméletéig sokféle, egymástól jelentősen eltérő felfogások is elférnek.

„Eredményesen alkalmazza a hatékonyság tranzaktív felfogását a marketing-kommunikáció, a reklám. Ugyanis a befolyásolás, a meggyőzés és a manipuláció legkontrollálhatóbb modelljét biztosítja a kommunikációt kezdeményező fél számára. (...) Kidolgozását jellemzi egyfajta visszafelé gondolkodás, vagyis a tervezett hatásból indul ki (mit akarok és kitől), s ezen hatás optimális eléréséhez alakítja a kommunikatív folyamat jellemzőit, összetevőit” (Andok 2013).

1.2.2. Az interakciós iskola

Az interakciós felfogás szerint a kommunikáció cselekvés: a kommunikáció során nem egyszerűen információátadás történik, a lényeg az interakció, két ágens közös, együttes cselekvésének – valamilyen információban kifejeződő – eredménye, egy közös cél elérése (Horányi 1999, 7–8). A közös célok érdekében az üzenetet két – vagy több – partner közösen építi fel. Vagyis a közös tevékenység, cselekvés eredménye információban nyilvánul meg, ez működteti a kommunikációt. Alapfogalmuk az *interakció*: üzenetek szabályozott cseréje.

Az interakciós iskola a kommunikáló felek viszonyát szimmetrikusnak tekinti (a tranzakciós aszimmetrikusnak!), a kommunikációban megvalósuló szerepek nem rögzítettek, nincs alá- és fölérendeltség.

A partnerek a kommunikációs helyzet elemeit együtt alakítják ki, módosítják a közös cél hatékony elérése érdekében, mindkét fél számára látható (vitatható vagy elfogadható) a közös, közösen kitűzött cél. Mindkét fél gyakorolja a visszacsatolást és a kontrollt: betartják, illetve közösen alakítják a kommunikatív helyzet normáit.

Zaj vagy zavar helyett ebben az esetben alkalmasabb konfliktusról és konzenzusról, normáról és normaszegésről beszélni. Időbeli lefolyása az ilyen típusú kommunikatív helyzeteknek – a tranzakciós felfogáshoz hasonlóan – igen csak behatárolt: egyszeri vagy néhány alkalom. (Andok 2013.)

1.2.3. Szemiotikai iskola

A szemiotikai irányzat a kommunikációt a jelentések kialakulásaként és cseréjeként értelmezi. Érdeklődésének középpontjában a *jelentéstulajdonítás* áll, az, hogy a kommunikációban a partnerek – kiváltképp a befogadók – hogyan „állítják elő” a jelentést, hogyan rendelnek értelme(zés)t a jelekhez, mitől válnak a jelek üzenetté. Azt vizsgálja, hogy az üzenetek vagy a szövegek hogyan hatnak szemantikailag a befogadóra.

Kutatási módszerét a szemiotikától (jeltudománytól) kölcsönzi. Alapfogalomként a *szignifikációt* (jelentést, jelműködést) használja. A szemiotikusok számára az üzenet egy jelképződmény, amely a befogadóval folytatott interakció során jelentést hoz létre. Az eltérő értelmezéseket vagy a félreértést nem tartja feltétlenül kommunikációs zavarnak, hiszen az eltérés adódhat a küldő és a befogadó közti kulturális különbségekből is. A szemiotikai irányzat szerint a társadalmi interakció során válik az egyén egy bizonyos kultúra vagy társadalom tagjává (Róka 2002).

Látható, hogy ez az irányzat a kommunikáció fogalmán nem csupán üzenetek közvetítését érti, sokkal inkább a különböző kultúrák közötti érintkezésekre, interakciókra fókuszál. Másképpen fogalmazva: azokat a helyzeteket és folyamatokat vizsgálja, amelyeknek során a különböző kulturális kódokkal, készségekkel és képességekkel rendelkező emberek egymással kommunikálnak, illetve együttműködnek.

1.2.4. Rituális iskola

James Carey, az elmélet kidolgozója szerint a kommunikáció szimbolikus folyamat, amely létrehozza, fenntartja, kiigazítja és átalakítja a világot. A kommunikáció célja a következőkben összegezhető: a kommunikáció mozgatórugója nem az üzenetek térben való továbbítása, hanem a társadalom időbeni összetartása. Célja nem az információközlés, hanem a közös meggyőződés reprezentációja. A kommunikáció eredeti és legmagasabb megnyilvánulása nem az információátadásban, hanem az emberi cselekedetek szolgálatában, egy tartalmasabb kulturális világ megalkotásában és fenntartásában rejlik.

A rituális felfogás akkor tekinti hatékonynak a kommunikációt, ha a kommunikáció minél jobban megvalósítja, eléri, szolgálja a társadalmi integrációt: a közös meggyőzések kialakítása és reprezentálása révén. S minél tartalmasabb kulturális világot képes megalkotni és fenntartani, annál hatékonyabb. Itt nem az egyszeri kommunikatív aktuson van a hangsúly, hanem az időbeni fenntarthatóságon.

Feladat

Értelmezze a következő szöveget a különböző kommunikációfelfogások fogalmi keretében.

Patakmederbe építenek kerékpárutat Egerben

Siker esetén az ország egyik legnagyobb bringaút-hálózata halad át Egeren

Régóta tervezi az egri önkormányzat az észak-déli kerékpárútvonal hiányzó szakaszainak megépítését, s most erre lehetőség nyílik.

A város benyújtotta pályázatát, s a remények szerint így a megyeszékhelyen összefüggő, 10 kilométeres bringaút jöhet létre. A közlekedési útvonal a Kossuth Lajos utcától a Markhot Ferenc Kórházig épül meg, melyet a bringások két helyen, a Dobó teret a Kis Dobó térrel összekötő híd mellett és az Árva közti patak-szakasznál közelíthetnek meg. A járókelők, a pihenni vágyó turisták egy lépcsősor segítségével juthatnak le az Eger patak partjára.

A fejlesztéshez komplex szolgáltatás is társul: szállás- és vendéglátóhelyek kínálnak egyedi menüket és csomagokat, a Tűzoltó Múzeumban pedig egyfajta bázis épülne ki pihenőhellyel és szervizzel.

A biciklisek és a turisztikai szakemberek üdvözlik a tervezetet, több civil szervezet azonban bírálja. Az ellenérvek között említik, hogy sérülni fog az ökológiai egyensúly, az áradások után ott marad az iszapszennyeződés.

– Most jelent meg egy kiadvány az Eger-patak élővilágáról. Több mintavételből kitűnik, milyen védett fajoknak biztosít élőhelyet a patak. Eger egyetlen észak-déli ökológiai folyosójának területe csökkenne, sérülne a védett fajok élőhelye – állítják a természetvédők.

A sajtótájékoztatón a város polgármestere hangsúlyozta: a tervezett fejlesztésnek az idegenforgalom szempontjából kiemelt jelentősége van, de a helyieknek is éppen olyan fontos a beruházás, mint az ide látogatóknak.

– Kíváncsiak vagyunk a polgárok kerékpáros szokásaira, de várjuk az ötleteket, javaslatokat és észrevételeket is. A témáról lakossági fórumot is tartunk a Városházán – nyilatkozta a polgármester.

1.3. A kommunikációtudomány területei

Mint minden diszciplínának, a kommunikációtudománynak is két ága van: az elméleti és az alkalmazott kommunikációtudomány. Ez a diszciplína fiatal tudomány, még nem tisztázta pontosan a határait, módszereit és belső területeit. Most erre teszünk kísérletet.

1.3.1. Elméleti kommunikációtudomány

Kommunikációelmélet

Az elméleti ág legkutatottabb területe a *kommunikációelmélet*. Az általános elméletek (rendszer-, befogadás-, diskurzuselméletek) a kommunikációt a maga komplexitásában tanulmányozzák, a speciális elméletek a kommunikációt egy-egy adott kontextusban kívánják feltárni (pl. kampánykommunikáció, szervezeti kommunikáció).

A kommunikáció alapfogalmainak tisztázásával, a kommunikációs folyamatok értelmezésével, a kommunikáció statikus (szerkezeti) és dinamikus (időbeli) tulajdonságainak feltárásával foglalkozik.

Biológiai kommunikáció

A biológiai kommunikáció a sejtek közötti, az egyszerű élőlények kémiai vagy taktilis jelváltásától a magasabb rendű állatok szignálrendszeréig, az érzékelés-lélektan szabályszerűségéig terjed. (Buda)

Biokommunikáción a sejtek és az élő szervezetek különféle (rész)rendszereiben zajló információátadást (nukleinsavak, fehérjék, gének, enzimek, sejtek) értjük. Az információ kémiai folyamatok csatornáin, kémiai kódban terjed. Vizsgálati területéhez tartozik a biológiai zavar problémakörének megértése, az egyedfejlődés, a szaporodás kutatása stb.

A biológiai kommunikáció jóval kutatottabb része a populációk egyedei vagy csoportjai közötti információcserét vizsgáló *állati kommunikáció*. Állati kommunikáción olyan magatartásformát értünk, amelynek a kifejeződése során egy „üzenő” és egy „felfogó” között üzenetváltás zajlik le, és az üzenetváltást követően viselkedésük az üzenet értelme szerint megváltozik. Az üzenet jelekből vagy jelsorozatokból állhat. A küldött jelek természetük szerint lehetnek kémiaiak (szaganyagok), érintésen alapulók (taktilisak), akusztikaiak, vizuálisak és ke-

vert (vegyes) felépítésűek. (Csányi 1986: 38.) A tárgyi környezetből érkező információk viszont többnyire nem igényelnek választ, az alkalmazkodást segítik, a létfenntartást teszik lehetővé. Az élővilágból érkező információk általában választ igényelnek, a populáció tagjai közötti interakciók (társas kapcsolatok) kialakulását, a szaporodást, ivadékgondozást stb. szolgálják. (Széky 1986: 13.)

Humán kommunikáció

Az ember egyrészt biológiai egyed, másrészt pedig társadalmi lény. Kommunikációjára is ez jellemző: a biológiai és a maga teremtette társadalmi kommunikációnak egyaránt birtokában van. Az emberi-társadalmi kommunikáció főbb területei:

a) A *személyközi kommunikáció* az egyes emberek közötti közvetlen kommunikáció jellemzőit igyekszik feltárni.

– A személyközi kommunikáción belül talán a leggyakoribb a *diádikus*, a két ember közötti kommunikáció.

– A *csoporkommunikációt* a különféle kisebb-nagyobb társadalmi közösségek kommunikációjának sajátosságai érdeklik.

– Sokan ide sorolják a modern világ retorikájaként is emlegetett *közéleti kommunikációt* is.

b) Régóta és sokat kutatott terület a *szervezeti kommunikáció*, feladata az intézmények belső és külső kommunikációjának vizsgálata.

c) A kommunikációkutatás egyik legrégebb, meg-megújuló, napjainkban divatos területe a *tömegkommunikáció*, a média működésének, hatásmechanizmusának kutatása empirikus módszerekkel és elméleti leírásokkal.

d) A *társadalmi kommunikáció* az emberi kommunikáció társadalmiasultságát, társadalmi beágyazottságát kutatja. Kultúrák és szubkultúrák közötti kommunikációt kutatja a *kultúrák közti* (interkulturális) *kommunikáció*.

Hálózati kommunikáció

Ez a fiatal tudományterület a kibernetika, illetve az internet világából nőtt ki. Előbb az interneten létrejött és gombamód szaporodó közösségek virtuális világa keltette föl a társadalomkutatók érdeklődését, majd – a hálózati látásmód és gondolkodás felerősödésével – a természet és a társadalom más területén is fölfedezték a hálózatjellegét. Így beszélnek ma valós és virtuális emberi hálózatokról,

továbbá gazdasági, politikai, egészségügyi stb. hálózatokról. A hálózatelmélet mellett megjelent az alkalmazott hálózat kutatás.

A hálózati kommunikáció érdeklődési körébe tartozik a kommunikációs hálózatok alapfogalmainak kidolgozása, a hálózatok tulajdonságainak, tipizálási lehetőségeinek leírása, a hálózati kommunikáció sajátos jegyeinek, kultúrájának, távlatainak és korlátainak a feltárása.

Tudománytörténet

Minden tudomány igyekszik feltárni a múltját. (Itt tárgyaljuk, bár ezt a részterületet többen az alkalmazottak közé sorolják.) A kommunikációtudomány története az előzményekkel, az ún. chicagói iskola nagy tudósainak (Cooley, Mead, Dewey) munkásságával indul. A tudomány alapjait is Amerikában rakták le a 20. század 30-as, 40-es éveiben, igaz zömmel európai kutatók: a bécsi matematikus-szociológus Paul Félix Lazarsfeld, a német származású pszichológus, Kurt Lewin, a kísérleti pszichológus Carl Hovland és a politológus Harold Lasswell. Ma őket tekintjük a kommunikációtudomány alapítóinak. A második világháború után kristályosodott ki a két kommunikációkutatási tendencia: az *empirikus*, adatokon alapuló és az elméletibb *társadalomkritikai* irányzat. Ez utóbbinak a művelői főleg az ún. frankfurti iskola jeles képviselői voltak (Horkheimer, Adorno, Marcuse, Habermas). A kommunikációtudomány a 20. sz. második felében erősen differenciálódott, sokféle irányzat sokféle téma kutatásával tette színessé a palettát.

1.3.2. Alkalmazott kommunikációtudomány

Kommunikációoktatás

A közoktatásban a kommunikációtudomány alapismereteinek oktatása – közismereti tárgyként – ma versenyben van a készségfejlesztéssel. Mivel a tanárok módszertanilag felkészültebbek a közismereti tárgyak oktatására, ezért előszere-tettel alkalmazzák.

A felsőoktatásban alapképzésben és mesterképzésben évek óta zajlik a kommunikációs ismeretek oktatása.

Anyanyelvi kommunikáció

Alapvetően iskolai, tanórai keretben zajlik – többnyire a Nemzeti alaptanterv előírásai szerint. E dokumentumban az anyanyelvi kommunikáció a kulskompetenciák között szerepel, oktatásszervezési szempontból a Magyar nyelv és irodalom c. tantárgy (műveltségi terület) keretein belül kapott helyet.

A Nemzeti Alaptanterv megfogalmazásában az anyanyelvi kommunikáció magában foglalja a fogalmak, gondolatok, érzések, tények és vélemények kifejezését és értelmezését, megszerzését és közvetítését (hallott és olvasott szöveg értése, szövegalkotás) szóban és írásban egyaránt. Tartalmazza továbbá a helyes, öntudatos és alkotó nyelvhasználatot az oktatásban és képzésben, a társadalmi és kulturális tevékenységek során, az oktatásban és képzésben, a családi és a társas életben, a munkában és a szabadidős tevékenységekben, a társas valóság formálásában (NAT 2012).

Kommunikációs készségfejlesztés

A kommunikációs készségfejlesztés fókuszában a *kommunikációs kompetencia*, a *kommunikációs kultúra* fejlesztése áll: a kommunikáció törvényszerűségeinek megismertetése, a kommunikációs képességek, jártasságok, készségek fejlődésének elősegítése. A különböző gyakorlatokon, saját élményű feladatokon keresztül az általános kommunikációs készségek fejlesztése: a kapcsolatfelvétel és kommunikáció jellegzetességeinek megismerése és gyakorlása, kommunikációs stílusok, a közéleti kommunikáció sajátosságai, kommunikációs konfliktusmegoldó technikák, empátia, tolerancia stb.

Céljaiban, eljárásaiban hasonlít a tréninghez, azzal a lényeges különbséggel, hogy nem kíván sajátos körülményeket, akár tanórai keretben is végezhető. Nem elhanyagolható különbség az sem, hogy nem a speciális, hanem az általános kommunikációs készségek fejlesztésére törekszik. Ezekből adódnak a módszertani eltérések is.

A kommunikációs készségfejlesztés főleg az iskolai oktatásban terjedt el.

Kommunikációs tréning

A *tréning* az utóbbi időben divatszóvá vált, sokféle képzést, összejövotelt címkéznek ezzel a megnevezéssel. Az angol eredetű szó (*training*) a sport fogalomtárából került az oktatás-képzés kifejezőkészletébe. Mivel rendkívül elter-

jed a használata, kitágult a jelentése is. Értelmezését legszakszerűbben Poór Ferenc fogalmazta meg: olyan komplex képzési, továbbképzési eljárás, amelynek keretében célorientált, bizonyos kompetenciák megszerzésére irányuló felkészítés történik, feldolgozzák a szükséges elméleti ismereteket, biztosítják azok alkalmazását önkontrollal összekapcsolva. A gyakorlatok értékelésével és tesztek alkalmazásával a résztvevő adott tevékenységre való alkalmazását is feltárja, a tevékenységhez személyiségjegyek kibontakozását, fejlesztését is megvalósítja.” (Poór 2009)

1.3.3. A kommunikációtudomány interdiszciplináris területei

Az alkalmazott kommunikációtudományhoz tartozó területek jelentős része interdiszciplináris megközelítést kíván. Ez azt jelenti, hogy ezeken a területeken két tudomány illetékessége körvonalazható. A legismertebb kutatási területek felsorolásszerűen a következők:

- marketingkommunikáció
- üzleti kommunikáció
- politikai kommunikáció
- kampánykommunikáció
- kríziskommunikáció
- közéleti kommunikáció
- pedagógiai kommunikáció
- szakrális kommunikáció
- hálózati kommunikáció
- vizuális kommunikáció
- tudományos kommunikáció
- művész(et)i kommunikáció
- orvosi kommunikáció
- stb.

Közülük némelyek a kommunikációtudományhoz állnak közelebb (pl. közéleti kommunikáció, tudományos kommunikáció), mások inkább a társtudományokhoz (pl. marketingkommunikáció, hálózati kommunikáció).

Feladat

Válasszon ki az 1.3.3. felsorolásából egy interdiszciplináris területet, olvasson utána, és mutassa be a társainak.

Ismétlő kérdések

1. Milyen értelmezéseket ismer a kommunikációval kapcsolatban?
2. Sorolja el a kommunikációtudomány területeit.
3. Nevezzen meg néhányat a kommunikációtudomány interdiszciplináris területei közül.

2. A KOMMUNIKÁCIÓ ALAPFOGALMAI, MŰKÖDÉSE

Az előző fejezetben szóba került, hogy az ember biológiai és társadalmi lény egyszerre, s hogy ez a kettősség kommunikációját is jellemzi. Tudjuk, az állatok is közösségekben élnek, a közösség működéséhez-működtetéséhez nekik is szükségük van a kommunikációra.

2.1. Állati kommunikáció – emberi kommunikáció

A jeladás, a jelek vételének képessége, a jelzés, az információátadás az emberre és az állatra egyaránt jellemző, kommunikációnkban ezek közös vonások. Az állati és az emberi kommunikáció között azonban alapvető különbségek vannak. Ezeket most röviden összefoglaljuk. (Vö.: H. Varga 2003: 12–3.)

Jelek. Az egyik ilyen eltérés az alkalmazott jelek és azok rendszere között van. Az állatok jelei mind *globális* (szerkesztetlen) jelek. Bár ilyeneket az ember is használ (pl. bólintás, térképjelek), az emberi kommunikációban kitüntetett szerepe van a nyelvnek. A nyelv is jelek rendszere, a nyelvi jelek (szavak és toldalékok) viszont két szinten is szerkeszthetők: a) kisebb egységekből (hangokból, betűkből) hozhatók létre, b) maguk a jelek is összekapcsolhatók egymással (mondatokká). A globális jelek szerkesztéssel nem hozhatók létre, és össze sem kapcsolhatók, mert mind önálló közlésértékűek.

Jelrendszer. Az állatok viszonylag szűk, kis számú és *zárt jelkészlettel* bírnak, még a leggazdagabb készlettel rendelkező állatoknak sincs néhány tucatnyinál nagyobb *jelállományuk*. A nyelv viszont nagy számú és folyamatosan változó, bővülő, nyitott rendszer. A gazdagságot tovább szélesíti a nyelvtani szabályok rekurzív (újra felhasználható) jellege, s ez gyakorlatilag végtelenné teszi a nyelvi elemek kombinálódását. (A magyar nyelvben becslések szerint egymilliónál is több szó van.) Ráadásul az ember nem nyelvi természetű jelállománya is igen gazdag.

Kommunikációs szándék. További különbség a két kommunikációs rendszer működése között: a *szándék*. Hogy tudniillik ki miért kommunikál. Ha pl. a legelésző gazellák valamelyike megpillantja a ragadozót, annak látványa kiváltja belőle a vészjelet, ezt hallva az egész csorda elvágat. A jel leadása nem önzetlenségből vagy szeretetből történik, hanem ösztönösen: a veszély képe kiváltja belőle a vészjelet. Sőt, ösztönös a felfogása, észlelése is: a társak nem kívánnak meggyőződni a veszély mértékéről, körülményeiről, hanem a vészjel kiváltja bennük a menekülés reflexét. Ezért mondjuk, hogy az állati kommunikációnak oka, az emberinek oka és célja van.

Elvonatkoztatás. Az állat csak a veszélyt, táplálékot stb. képes jelezni, azt már nem, hogy az mihez képest hol van, és hogy mikor lesz esedékes. Az állati kommunikáció térben és időben *aktuális*, az ember viszont képes elvonatkoztatni (absztrahálni), és közölni tudja a múltat és jelent, a közelt és a távot.

Tanulhatóság. És végül különbség van a kommunikációs rendszer működtetésének alakulásában is. Az állatok életében nagyobb szerepe van az *öröklésnek*, kisebb a *tanulásnak*, az ember életében pedig fordítva.

Feladat

1. Figyelje meg, hogyan kommunikálnak a (házi)állatok fajon belüli, a fajon kívüli egyedekkel és az emberrel. Milyen üzeneteket küld a kutya a gazdájának, és milyeneket idegen embereknek?

2. Olvasson utána valamelyik állat kommunikációjának. (Pl.: méhek, madarak, elefántok, delfinek stb.)

2.2. A kommunikáció összetettsége

2.2.1. A kommunikáció síkjai

Az emberi magatartás vizsgálatával foglalkozó kutatók megfigyeléseik során arra a megállapításra jutottak, hogy az emberi viselkedésnek – azaz mozdulatainknak, testtartásunknak, öltözködésünknek stb. – informatív tartalma, *jelzésértéke* van embertársaink számára. Vagyis viselkedésünk kommunikációnk része. Mivel mindig viselkedünk valahogyan, kézenfekvő a fölismerés: folyamatosan kommunikálunk, egyszerűen nem lehet nem kommunikálni.

A kommunikáció során a partnerek számára nemcsak annak tartalma bír jelentőséggel, hanem a „hogyan”-ja is. A kommunikáció mindig *két síkon* zajlik: egy kommunikatív (tartalmi) és egy metakommunikatív (viszony-) síkon.

Kommunikatív síkon a közlés és annak minden összetevője a témához kötődik. A *metakommunikáció* lényegében a „kommunikációról való kommunikálás”. Olyan közlemény, amely a közlésben részt vevő személyek viszonyairól ad tájékoztatást. Általában a nem verbális elemek spontán együttthatásaként jelenik meg.

A metakommunikáció a következőkről tájékoztat:

1. A beszédpartnerek tulajdonságairól:

a) személyiségjegyeiről, gondoljunk pl. az öltözködésre, a testtartásra, a mozgás intenzitására stb.;

b) pillanatnyi lelkiállapotáról, ezt mutatja a mozdulatok hevéssége vagy enerváltsága, az arckifejezés, de jelezheti pl. a hanghordozás is.

2. A beszédpartnerek viszonyairól

a) a mondanivalóhoz, a beszédhez: jelzi a közlendő szubjektív fontosságát, valószerűségét;

b) a beszédpartnerhez: alá- vagy fölérendeltségi viszony, együttérzés, rokonszenv, ellenszenv;

c) a szituációhoz: helyfoglalás, távolságtartás stb.

A szándékosan és tudatosan megalkotott (és felfogott, megértett) kommunikációval szemben a metakommunikáció többnyire spontán (szándéktalan és tudattalan), s az a „megértése” is. Jelzésrendszere nem tagolható pontos egységekre, közlése is, „vétele” is a maga globalitásában történik. (H. Varga 2001: 25.) A metakommunikáció a maga teljességében szimultán folyamat: mindkét partner folyamatosan jelzéseket küld a másik felé magáról.

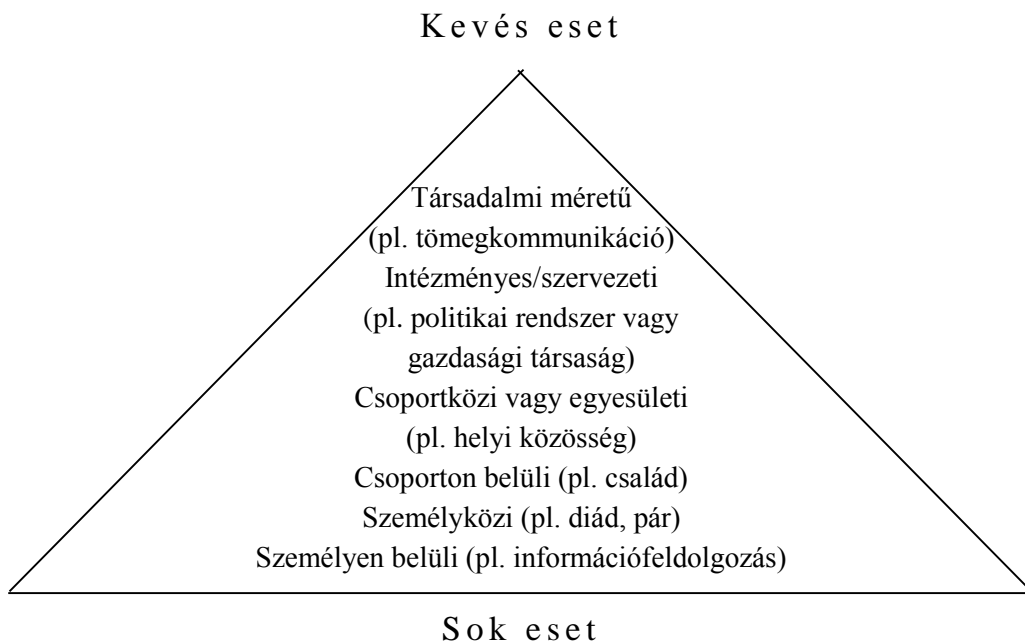
A *kommunikáció* mindig egypólusú: egy időben csak a beszédpartnerek egyike lehet feladó. A metakommunikáció kétpólusú és folyamatos: minden partner egyidejűleg és folyamatosan tájékoztatja a többi résztvevőt saját viszonyairól. Az aktuális hallgató ilyenfajta megnyilatkozásait – főleg a pszichológiában – visszacsatolásnak nevezik.

Kommunikációnk hitelessége a *kongruencián* (egyeztetésen, megfeleltetésen) múlik. Közlésünk akkor mondható kongruensnek, ha benne összhangban van a (szóbeli és nem szóbeli) kommunikáció a metakommunikációval. Ha közöttük

valamilyen ellentmondás van, pontosabban a metakommunikatív üzenet ellentétezi a kommunikatív közlést, akkor kommunikációnk inkongruens.

2.2.2. A kommunikáció szintjei

Nevezetes munkájában Denis McQuail (2000/2003) – a tömegkommunikáció helyét keresve – úgy véli, hogy a kommunikáció a társadalom különböző szintjein zajlik, s a társadalom szerveződése jelöli ki a kommunikációs folyamatok szintjeit. Szerinte ahogyan nő a társadalom szervezettsége, úgy csökken a kommunikatív események száma. Kommunikációs piramisának széles talapzatán találjuk az egyének permanens belső kommunikációját, a csúcson pedig az össztársadalmi méretű tömegkommunikációt. (Amennyiben a globalizálódó világ értelmezni hagyja még ezeket a fogalmakat.) A piramis egymás alatti szintjein lefelé növekszik a kommunikációs esetek száma, s mindegyik szint a kutatás és elméletalkotás sajátos problémahalmazát jeleníti meg. (McQuail 2003: 18).



Az egyes szintek kommunikációs sajátosságairól a következő fejezetben lesz szó.

Feladat

Hozzon példákat arra, hogy egy kézmozdulat mikor tölt be kommunikatív, mikor metakommunikatív szerepet.

2.3. A kommunikáció tényezői

A kommunikációt szemlélhetjük állapotában és folyamatában. Az előbbi esetben az összetevőit, a tényezőit, azaz a szerkezeti elemeit tesszük nagytípusú alá. Ha a folyamatot helyezzük megfigyelésünk középpontjába, akkor a kronológiai összefüggések, az események időbeli egymásutániséga mint láncszerű eseménysor tűnik a szemünkbe. A következőkben a kommunikáció tényezőit vesszük sorra.

2.3.1. Szituáció

A kommunikáció dinamikus jelenség, amelynek szerveződése és lefolyása különböző tényezők összhatásában érvényesül. A közlés keretét mindig a valóság egy konkrét szelete, részlete szolgál. Ezt hívják *beszédhelyzetnek* vagy *sztuáció*nak. Rendkívül sokfélék, hisz az őket alkotó elemeknek is gazdag tárházat biztosít a természet és a társadalom. A szituációt azok az elemek alkotják, amelyek hatással vannak (vagy lehetnek) a kommunikáció folyamatára vagy kimenetelére. Ha ezek a tényezők ismétlődnek, tipikusnak érezzük a beszédhelyzetet. Ilyen lehet például egy társalgás, vita, iskolai felelet, tudományos előadás, ünnepi beszéd stb.

A szituáció fontos tényezője a *térbeliség*. Vannak tipikus terek (tanterem, vendéglő, színház, futballpálya stb.), amelyek alapvető befolyással vannak a kommunikáció működésére, és vannak alkalmi terek (utca, park, folyosó), amelyek kevésbé határozzák meg a kommunikációs cselekvéseket. A térrel szoros kapcsolatot alkot a *térberendezés*. Bizonyos kommunikációs helyzetek ezt nem igénylik (pl. egy találka vagy telefonálás), mások pedig speciális berendezést kívánnak (tanítási óra, értekezlet, bírósági per).

A szituáció másik fontos összetevője az *időbeliség*. Minden kommunikációs esemény bizonyos időkeretben zajlik, s a kommunikációs szint sajátosságaitól függően strukturálódik. A személyközi kommunikációs események például általában három időbeli fázisban bonyolódnak le. A kiépülés fázisában történik a kapcsolat kialakítása, az üdvözlőformulák cseréje, a szerepek definiálása; a legterjedelmesebb szakasz a törzs: a szereplők exponálják a témát, a feladatot (problémát), majd magasabb szinten újradefiniálják (megoldják); végül a lezárás fázisában a partnerek verbális és nem verbális jelzésekkel, udvariassági és köszönőformulák cseréjével zárják le a kommunikációs eseményt.

A szituáció többféleképpen is megszerezhető. Beszélhetünk *nyilvános és magán*, illetve *formális és informális* szituációról.

2.3.2. Résztvevők (kommunikátorok)

A beszédhelyzet főszereplői, a közlésfolyamat legdinamikusabb tényezői a kommunikációs partnerek (adó–vevő, közlő–címzett, beszélő–hallgató). Mind-egyik fél – a különféle interakciók során, társadalmilag kialakult, személyiségének egy részét vagy egészét igénylő – *szerepeken* keresztül vesz részt a kommunikációban. A szerepek igen sokfélék, vannak tipikus és kevésbé tipikus szerepek. A tipikus szerepeken (szülő, diák, edző, főnök, barát, szónok stb.) könnyebben fölismerhetők a társadalmi elvárások, így azt mondhatjuk, hogy ezek sajátos, a környezet által előírt viselkedésminták készletei. (Horányi 1999: 59 kk.)

A kommunikáció sikere a saját és a partnerek szerepeinek ismeretétől és felismerésétől függ. A környezet által elfogadott szerepmegvalósítások normakövetők, megváltoztatásuk vagy elvetésük normaszegésnek minősül. Ha a normaszegést a közösség pozitívan értékeli, *kreativitásról* beszélünk, ha viszont negatívan áll hozzá, *devianciának* minősül.

A kommunikációs partnerek között kétféle viszonytípus is érvényesülhet: hierarchikus és szolidáris. *Hierarchikus* szerepviszonyban egyenlőtlenség (alá-főlé rendeltség) esetén az egyik résztvevőnek – a másik fél rovására – nagyobb befolyása van a kommunikációra. A főlérendelt helyzetben lévő irányítja a folyamatot, a társ pedig alkalmazkodik hozzá. Ilyen viszony nyilvánul meg pl. vezető és beosztott, szülő és gyerek, tanár és diák kapcsolatában. Egyenrangúság esetén a beszédpartnerek egyforma lehetőséggel bírnak a kommunikáció befolyásolására, alakítására.

A *szolidáris* viszony keresztezi a hierarchia mentén kialakult szerep- és kommunikációs viszonyokat. A szolidaritás érvényesülése esetén a partnerek valamilyen szempontból közösséget vállalnak, együvé tartozónak érzik magukat. Például alá-főlé rendeltségben a magázódás az elfogadott érintkezési forma, egyenrangúságban – ha ez nem társul szolidaritással – magázódás, ha társul, tegeződés a szokásos. A szolidáris viszony fölébe is kerekedhet a hatalminak (pl. ha a főnök és a beosztott azonos településről, nemzetiségből származik, egykori iskolatársak stb.).

2.3.3. Közlemény (kommunikátum)

A kommunikáció során létrejövő információcsomag, a közlemény (üzenet, kommunikátum) értelmezhető olyan *eszközként*, melynek segítségével a kommunikáció végbemegy. Ugyanakkor úgy is felfogható, mint a kommunikációs folyamat *terméke*. A közlemény/üzenet manifesztálódhat verbális és nem verbális jelek segítségével.

- Vannak tisztán nem verbális üzenetek (pl. egy festmény vagy egy zenemű).
- Elvileg vannak tisztán verbális üzenetek is (pl. egy beszélgetés, vita, újságcikk, novella), itt azonban jelen vannak nem verbális elemek is (mimika, hanglejtés, íráskép), ezért helyesebb *alapvetően* verbális üzenetekről beszélni.
- A legtöbb üzenetben azonban mindkét csoportból előfordulnak elemek, súlyuktól, szerepüktől függően találkozunk dominánsan verbális (tankönyvek, előadások) és dominánsan nem verbális üzenetekkel (képregény, plakát). Ha egyik jeltípus sem domináns, akkor kevert kódú üzenetekről beszélhetünk.

Az alapvetően és a dominánsan verbális üzeneteket hagyományosan *szövegeknek* nevezzük.

2.3.4. Kód (jelrendszer)

Az információk nem anyagi természetűek, így nem adhatók át közvetlenül. Ezért tőlük független, fizikai természetű jelenségekkel kapcsoljuk össze őket – pl. egy kis, vékony, kör alakú aranytárgy és a házasság fogalma –, a fizikai jelenség, tárgy képes felidézni a tőle független fogalmat, információt is. De a tárgy szerepe is megváltozik: ezután már nem azt mutatja az őt ismerőknek, hogy ő kicsi, kerek és arany, hanem azt, hogy viselője házasságban él. Vagyis már nemcsak tárgy, hanem *jel* is: alakja és jelentése van. Mint láttuk, az alak és a jelentés összekapcsolása nem logikai, nem természetes összefüggésen alapszik. Egy-másra vonatkoztatásukat az (emberi) közösségek szokásai alakítják ki. Ezért tartjuk a jeleket *konvencionális* és *önkényes* természetűeknek.

Vegyünk egy másik példát. A közlendő információ a következő: „Ebbe az utcába ebből az irányból behajtani tilos!” Tudjuk, ez így nem közölhető, fizikai jeltestet kell hozzá. Ez lehet egy akusztikai csomag (szavak sora, azaz mondat) vagy pl. egy kör alakú piros tábla, a közepén egy fehér csíkkal. A jeltestre ráültetjük az információt, pontosabban „elrejtjük” a tábla mögé. Ezért nevezzük ezt *kódolásnak* (rejtjelezésnek, elrejtésnek), az ellentétét pedig *dekódolásnak* („visszarejtésnek”, megfejtésnek).

A jelek általában nem önmagukban léteznek, hanem más, hasonló társaikkal rokonságot, rendszert alkotnak. A nyelv csupán egy a jelrendszerek között, de egy lényeges tulajdonságában különbözik a többitől. Minden jelrendszer – így az egyes *tudományok* (matematika, térképészet, elektronika stb.), a különböző *művészetek* (zene, képzőművészet, film) vagy a *mindennapi élet* (öltözködés, udvariassági szokások stb.) – egy tőle független jelrendszer, a nyelv segítségével írja le önmagát. Kivéve a nyelvet. Ez ugyanis oly tökéletes, kidolgozott, árnyalt, a többi pedig hozzá képest olyan szegényes – most itt lényegtelen, miért –, hogy a nyelv kénytelen önmagát leírni. A nyelvnek ezt az öndefiniáló használatát nevezzük *metanyelvi* funkciónak. (H. Varga 2001: 13.)

A kódot (jelrendszert) mindig egy adott közösség alakítja ki és formálja tovább, vagyis a kód egy-egy kommunikációs közösség konvenciókon alapuló közös tudása. Az egyén a szocializációs folyamatok során sajátítja el. (Horányi 1999: 69.)

2.3.5. Csatorna

A jelek mint fizikai jelenségek alkalmasak továbbításra, s minthogy információkat (tartalmat, jelentést) kapcsoltunk hozzájuk, így ezek hordozóiként az információk közlésének az eszközeivé váltak. A *közeget*, amelyben a leadott jelek haladnak, illetve *eszközt* (esetleg intézményt), amely a jeleket a feladótól a címzetthez továbbítja, csatornának nevezzük.

A közvetlen emberi kommunikáció egyidejűleg több csatornán zajlik. A *verbális* csatornán a nyelvi jelek (a szavak), a *nem verbális* csatornán át pedig a beszédet kísérő egyéb megnyilvánulások közvetítődnek a beszédpartnerhez. Az akusztikai eszközök – pl. a nevetés, a taps – a nyelvi közlés hangzós rétegét, a vizuálisak – gesztusok, mimika, tekintet stb. – pedig a beszédtevékenységet kísérik.

A kommunikációs formák két alaptípusa

A) A *verbális* – más szóval: nyelvi – kommunikáció nem egyetlen közeg megnevezése. Elkülönül a hangzó beszéd akusztikus csatornája és az írásos kommunikáció vizuális csatornája. Mindkettőnek van kiegészítő eszközrendszere: a beszédnek a *vokalizáció* (hangszín, hangerő, dallam, beszédtempó stb.), az írásnak az *írás kép* (betűtípus, elrendezés, bekezdések stb.). Az emberi társadalmak néhány ezer évvel ezelőtt az élőbeszéd rögzítésére, az elszálló szó megőrkítésére

kialakították az *írást*. Ezzel a nyelvi kommunikációnak egy új, vizuális csatornája jött létre. Folyamatos tökéletesedése során kialakult saját karaktere és funkciója, már régóta nem pusztán a beszéd lejegyzésére szolgál. (Ezekről részletesebben lásd a 4. fejezetet.)

B) A *nem verbális* (nem nyelvi) csatorna sokrétű. A két legjelentősebb típus itt is az *akusztikus* és a *vizuális* csatorna. Az előbbi a közege a verbális jeleknek, de – mint láttuk – az állatok életében is fontos szerepet játszik; a vizuális csatornát is sok faj használja. Ezenkívül számon tartjuk még a *taktilis* (érintésen alapuló) és a *kémiai* (szagláson alapuló) csatornát. A nem verbális jelzések egy része összeméri (bizonyos testtartások, a mimika egy része), a nem szóbeli jelzések másik, talán nagyobb része viszont kultúránként eltérő (pl. kéz- és fejmozdulatok). (A nem verbális kommunikációval részletesebben az 5. fejezetben foglalkozunk.)

Tehát az üzenet a csatornán keresztül jut el a befogadóhoz. A csatornában fellépő bármilyen zavaró tényezőt *zajnak* nevezzük. A zavaró hatás következményeként a küldött információ nem mindig – vagy sérülve – jut el a címzethez, ez pontatlanságot, zavart okozhat a dekódolásban.

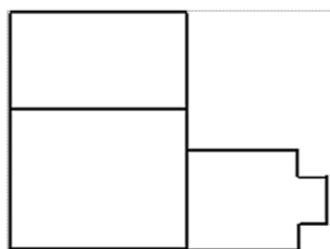
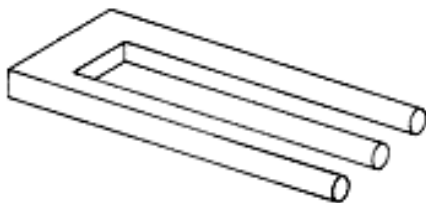
Feladat

1. Gyűjtsön jeleket valamelyik tudomány vagy művészet kommunikációjából. (Pl.: matematikai jelek, kottajelek stb.)

2. Párokban, társalgás közben próbálják ki a térközök típusait. Melyikben a legkellemesebb, melyekben kényelmetlen a társalgás?

3. Páros gyakorlat. Üljenek egymásnak háttal. Egyikük kap egy rajzot, másikuk papírt és tollat. (Egymás papírját nem látják.) Szóbeli instrukciókkal magyarázza el a partnerének, hogy hová mit rajzoljon a lapon. A rajzoló társ nem szólalhat meg. Ha kész van, mutassák meg egymásnak a rajzokat, és beszéljék meg a kommunikáció nehézségeit, eredményességét és hibáit.

A lerajzolandó ábrák:



Ismétlő kérdések

1. Milyen különbségek ismerhetők fel az állatok és az emberek kommunikációja között?
2. Miről tájékoztat a metakommunikáció?
3. Sorolja el a kommunikáció szintjeit.
4. Jellemezze néhány mondattal a kommunikáció tényezőit.

Olvasmány

Az ember fontosabb nem verbális csatornáit és jeleit

Mimika. Arcvonásainknak két nagy csoportjuk van. A statikusak az egyéniség állandó és könyörtelen kifejezői. Ez részint genetikai adottság, részint az évek során „vésődik” rá arcunkra. A dinamikus vonások a pillanatnyi lelkiállapotunkat tükrözik. Az emberre 6-7 érzelmi állapot, illetve azok kifejeződése és megértése jellemző: öröm, szomorúság, meglepetés, félelem, harag, undor. Ehhez sorolhatjuk még az érdeklődést is, de az nem minden kultúrkörben fejeződik ki ugyanúgy. Az érzelmek kiváltásának ingerküszöbe, kifejeződésének tartalma, mértéke, szabályozottsága, valamint a másik emberre való hatása kultúránként és egyénenként változik. Mimikailag az arc legfontosabb területei: a szem, a szemöldök és a száj.

Tekintet. A szem nem csupán információk szerzésében jut szerephez: azok adására is alkalmas. (Ennek régi fölismerését jelzik olyan kifejezéseink, mint a szem a lélek tükre, a szeme sem áll jól, felcsillan a szeme, vérszemet kap, majd felfalja a szemével stb.) A szem, a nézés, a tekintet lehet csábos, huncut, kacér, ideges, hideg, meleg, fagyos, lenéző, barátságos, szemrehányó, könyörgő, unott, üres stb., stb. A szemnek, a tekintetnek a harmadik fontos szerepe: a kommunikáció fenntartása. Mindannyian tapasztaltuk, milyen rossz úgy beszélgetni, hogy nem látjuk a partnert, nem tudunk a szemébe nézni.

Gesztusok. Gesztusokon tágabban a taglejtéseket, szűkebben a kéz- és kar mozgásokat értjük. Ezek egy része – a szavakhoz hasonlóan – saját jelentéssel bír. Ilyen pl. a megállást parancsoló, fölemelt tenyér, a tiltást kifejező függőleges mutatóujj, a „fügét” mutató nagyujj stb. Más részük nem értelmezhető ilyen pontosan, vagy többféleképpen is érthető. (Pl.: tenyérdörzsölés, nyak-, tarkó-, orr-

stb. -vakarás, kézkulcsolás, fölemelt hüvelykujj stb.) Gyakori az is, hogy szerepük a mondanivaló kiemelésére, erősítésére korlátozódik. A nem verbális jelek közül a gesztusokban találjuk a legtöbb egyezményes jelet.

A **testtartás** (poszturális kommunikáció) viszonyt, álláspontot, szubjektív értékelést fejez ki részint normatív módon, részint tudattalanul. Hírt ad az illető egyéniségéről, aktuális testi-lelki állapotáról (peckes, görnyedt tartás, főszegett vagy lekonyuló fej stb.). Jelzi a partnerhez való viszonyt is (pl. odafordulás, zsebre tett kéz). A szakemberek kinémáknak nevezik azokat a kifejező mozgásokat, amelyek a beszédet kísérik, kiegészítik. Ilyenek a járás, az álló vagy ülő helyzetben történő mozdulatok (hátradőlés, feszengés stb.), a fej-, kar- és lábmozgások (fejbillentés, vakaróztatás, lábkulcsolás stb.).

Teststilizációnak nevezzük azokat a jegeket, amelyeket magunkra veszünk, magunkon viselünk. Alkalmazásaikat részint normatívák, társadalmi szokások, részint szubjektív tényezők befolyásolják. Külsőnk megformálásával egyéniségünket tárjuk környezetünk elé, vagyis akarva-akaratlan tájékoztatjuk magunkról a társainkat. A teststilizáció egyik megnyilvánulási formája az öltözködés. A teljes öltözet – a kiegészítőkkel (ékszerek, óra, telefon) – általában a személyiségtípust is jelzi (elegáns, lompos, divatos, zárt, „szexis”, sportos). Fontos, meghatározó erővel bír a külső kép megformálásában a fej, főleg az arc (nők: smink, férfiak: bajusz, szakáll), a hajviselet, a frizura kialakítása. A rövidre nyírt vagy a festett haj ugyanúgy karaktert ad az arcnak, mint a gondosan kialakított hajkorona vagy a torzonborz, gondozatlan „frizura”.

Térközszabályozás. Megfigyelések és tudományos vizsgálatok egyaránt igazolják, hogy kommunikációs jelentősége van annak a távolságnak, amelyet az emberek beszéd közben tartanak egymás között. Bár a távolságtartást több tényező is befolyásolja (kulturális szokások, közvetlenség stb.), mégis viszonylag jól elkülöníthető négy zóna: bizalmas, személyes, társasági, nyilvános. (Részletesebben lásd az 5. fejezetben.) A tér szabályozása, a „felségterület” kijelölése a biológiai evolúció terméke, az állatvilágban is megfigyelhető. Az ember életében kulturális jelzéssé alakult.

3. KOMMUNIKÁCIÓS HELYZETTÍPUSOK

A kommunikációs helyzetek rendkívül sokfélék. Számtalan részletben, mozzanatban különböznek egymástól. Másképp szerveződik egy beszélgetés pl. akkor, ha csak ketten, és másképp, ha többen építik. Elkülöníti a szituációkat egymástól a szereplők viszonya, a közlemény és a közlési körülmények formális jellege, intimitásának foka stb. Jellemzi a helyzeteket az is, hogy mennyire alakíthatják a kommunikációt a résztvevők: mekkora a lehetősége a beszélő-hallgató szerepcseréjének. Nem elhanyagolható szempont az sem, hogy az egyes megnyilvánulások spontán módon történnek-e, vagy előzetes felkészülést, logikai-nyelvi szerkesztést igényelnek. Az elmondottak figyelembevételével különíthetjük el egymástól a kommunikációs helyzettypusokat. Ezeket tekintjük át a következőkben.

3.1. Belső (intrapersonális) kommunikáció

A kutatók azt mondják, hogy az ember nemcsak a környezetével, hanem önmagával is kommunikál. A belső (intrapersonális) kommunikációban történik az információk felfogása, megértése, egyénen belül az információk gyűjtése, tárolása és feldolgozása. Egyéb kommunikációs aktusokat megelőzően, sőt azok közben is folyik. Itt elemezzük, értékeljük saját, másokkal folytatott interakcióinkat. Benne a kognitív komponens az információkat és az alkalmazott jelrendszert tartalmazza, az affektív komponens része a személyiség önfelfogása, valamint az attitűdök, végül az operációs komponens a figyelmet és a beszédtevékenységet foglalja magában. A belső kommunikáció súlyát, fontosságát, elsődlegességét mutatja már az is, hogy minden egyéb kommunikációnknak ez az alapja, „önmagunkkal folytatott beszélgetésünk” szinte állandóan folyik. Nemcsak akkor, ha egyedül vagyunk, hanem tömegben, mások közelében is. Ilyenkor az én valamiféle általános énnel lép kapcsolatba.

Az elmondottak alapján úgy tűnhet, hogy a belső kommunikáció a környezettől függetlenül zajlik. Ez nem így van. A külső tárgyi környezet folyamatosan hat ránk, befolyásolja kommunikációnkat. Ha nem magunkban töprengünk vagy

szemlélődünk, akkor pedig emellett még a társas környezet is befolyásol bennünket.

A belső beszéd az ember életében általában a belső feladatmegoldással kapcsolódik össze. Együttjár az agyi beszédmozgató központok izgalmával, s gyakran az artikulációs izmok enyhe fokú, tökéletlen, de mérhető működésével. Megfigyelték azt is, hogy a nehezebb feladatok megoldása közben a belső beszéd egyre közelít a külső, hangos beszédhez, motyogássá válik. (Vö. Kenesei 1995: 259.)

Feladat

Hunyja be a szemét, és képzeljen maga elé egy tájat. Mondja el, mit „látott”, mit érzett.

3.2. Személyközi (interperszonális) kommunikáció

A személyes kommunikációban két vagy több partner teremt kapcsolatot. A szereplőknek az információátadás mellett egyéb céljuk is lehet, pl. problémamegoldás, konfliktusok feloldása, információk szerzése (ellenőrzése, megerősítése) önmagukról vagy másokról, szociális, pszichológiai és egyéb mindennapi szükségleteik kielégítése, az idő strukturálása.

A személyközi kommunikáció tágabb értelemben minden kommunikációs eseményt magában foglal, amelyben a szereplők térben és időben jelen vannak.¹

A közvetlen kommunikáció legjelentősebb és legjellemzőbb formája a – szűkebb értelemben vett – személyközi vagy diádikus (kétszemélyes) kommunikáció. Ez átszövi a mindennapjainkat, ez az alaphelyzet adja a keretét a családtagjainkkal, ismerőseinkkel vagy akár idegenekkel folytatott beszélgetéseinknek. A kétszemélyes kommunikáció hihetetlenül sokszínű, palettájának rendkívüli gazdagságát a beszédpartnerek áttekinthetetlenül sokféle viszonya és a beszédhelyzetek sokfélesége adja. Pl. lényeges különbség van két barát, ellenfél, szerelmes, ismerős, ismeretlen, illetve szülő–gyerek, tanár–diák, főnök–beosztott, orvos–beteg, ügyvéd–páciens stb., stb. társalgása között. Mégis azt mondhatjuk, hogy általában kevésbé formális, benne az intimitás foka meglehetősen nagy. Az esetek többségében lehetséges a közlöi-befogadói szerep fölcserélése.

¹ A modern technika azonban ezt – főleg a térbeli együttlétet – megkérdőjelezi ([mobil]telefon, videokonferencia, szkájp stb.)

A szituáció tényezőit számba véve látható, hogy annak két dinamikus komponense van: a közlő és a befogadó (címzett). Azt is láthatjuk, hogyan működnek a kommunikációban, illetve működtetik a kommunikációt a partnerek, mi jellemzi a résztvevők szerepeit.

Feladat

1. Korábbi fejezetekben már volt szó a kommunikáció esetleges zavarairól. Megállapítottuk: ha a kommunikáció valamelyik eleme diszfunkciósan működik, sérül a kommunikációs cél. A kommunikáció melyik eleme sérül(het) a következő szituációkban?

- Görögországban eltéved, segítséget kér a járókelőktől.
- Bolgár eladónő bólogat, és azt mondja: nincs.
- Tudós kémikus magyarázza egy szobafestőnek a kénsavgyártást.
- Nagy zajban a 3. emeleti ablakból beszélget a barátjával.

2. Páros feladat. A párok közösen kitalálnak és leírnak egy rövid dialógust. Ezt a szöveget kell előadni különböző szituációkban. A szöveg mindig ugyanaz marad, csak a helyzet változik. A partnerek megélik, hogy ugyanannak a szövegnek a jelentése hogyan változik, ha más nem verbális jelzések egészítik ki, a helyzetnek megfelelően.

3. Mi a humor forrása a következő mondatban?

- Mester, kész vagyok, lefestettem az ablakot, fessek be a keretét is?

3.3. Csoportkommunikáció

A közvetlen kommunikáció másik jelentős fajtája a csoportkommunikáció. Ez olyan többszemélyes, általában ún. primer csoportokban zajló alaphelyzet, amelyben minden résztvevőnek azonos vagy hasonló lehetősége van a kommunikáció alakításában, a szerepcsere általában szabad.

A kommunikáló egyén különféle kisebb-nagyobb közösségeknek a tagja egyidejűleg. Vannak olyan csoportok, amelyekbe beleszületünk, másokhoz életünk során csatlakozunk. Ha a csoport szervezett intézkedésre jön létre, akkor formális (iskolai osztály, munkahelyi team), ha spontán szerveződéssel, akkor informális (nem formális) csoportról beszélhetünk (baráti társaság, vonaton együtt

utazók). A csoport jellege hatással van a tagokra és viszont. A formális és informális kapcsolatrendszer eltérő típusú mintákat kínál, meghatározza a mintakövetés milyenségét is.

Személyes kapcsolatainkat Griffin (2001: 123) három típusba sorolja.

– A baráti kapcsolatok önkéntes szerveződésűek, nyitottak, kölcsönösek, és függetlenek más típusú kapcsolatoktól; alapjuk a közös értékrend, érdeklődési irányulás.

– A kölcsönös választáson alapuló párkapcsolatokat két tényező különíti el a többi típustól: a) az érzelmi és szexuális intimitás, valamint b) a kizárólagosság, a partner kisajátítása.

– A harmadik típust a rokoni, családi kapcsolatok alkotják. Itt a vérrokonság, a közösen megélt múlt, az egymás iránti felelősség a kötelék lényege.

Buda Béla (2002) ezekhez még odasorolja a jóval lazább kötődésű

– ismerősi viszonyokat, amelyek interakciók, tranzakciók nyomán jönnek létre, és amelyek során a résztvevők megismerik egymás főbb társadalmi jellemzőit, valamint az

– alkalmi társas viszonyformákat, amelyek a mindennapi élettel járó találkozások alkalmával jönnek létre, bennük meghatározott, rövid tranzakciók zajlanak társadalmilag szabályozott módon.

Ezek azonban mindennapi kapcsolatainknak csak az informális típusait adják. Olyan közösségeknek is részei vagyunk, amelyeknek a tagjaival formális a viszonyunk. Legközvetlenebbül a munkahelyi (iskolai stb.) közösség hat ránk, hiszen a mindennapi tevékenységünknek és kommunikációnknak a közvetlen, kikerülhetetlen szereplői. Ezek nem egyéni választások nyomán, hanem szervezeti előírások és interakciós kényszerek révén jönnek létre és működnek. (Buda i. m.)

Szociológiai jellemzőink alapján (életkor, nem, foglalkozás, etnikum, lakóhely stb.) is többféle közösséghez tartozunk, és mindegyikben kommunikálunk. Sőt, a közösségek éppen a kommunikáció segítségével léteznek, szervezik meg tevékenységüket, működésüket. Minden közösség – és az azon belüli helyzet, funkció, kapcsolatok – normatív viselkedési formákat ír elő tagjai számára. Ennek az a következménye, hogy az ember egy adott időben több(féle) szerepet „kénytelen” magára venni, illetve eleget tenni a szerepek előírásainak. Ezek megsértése a környezettel való összeütközéshez vezet.

Feladat

1. Vitassa meg a barátaival, hogy milyen lehet az ideális iskola. Végül összegezzék a véleményeket az alábbiak szerint:

- Miben tér el a létrehozott iskolakép a jelenlegitől?
- Ahol eltér, ott miért tartják jobbnak az újat?
- Kinek kedveznek az eltérések?

2. A testvére segítségével győzze meg a szüleit valamilyen témában. (Pl.: sportkörbe akar járni, kéthetes balatoni kirándulást tervet a barátaival, szeretné kicserélni a számítógépét stb.)

3.4. Közéleti (nyilvános) kommunikáció

A közéleti kommunikáció során intézmények, szervezetek vagy társadalmi csoportok – illetve az őket képviselő egyének – vesznek részt kommunikációs eseményekben, amelyek általában nyilvánosak, tematizáltak, interakciós partnerek vagy idegenek számára is hozzáférhetőek, amelyeket médiumok közvetítenek, vagy amelyek nagyobb embercsoportok keretében zajlanak. (Buda–Sárközy 2001.)

A közélet az emberek társadalmi érintkezésének színtere, e színtéren a társadalom tagjai által folytatott diskurzusok összességét nevezzük közbeszédnek. A közbeszéd az a diskurzus-tér, ahol az adott emberi közösség saját folyamatainak szabályozása érdekében igyekszik a verbális érintkezés anyagi és szimbolikus intézményeit, eszközeit, eljárásait felépíteni. A közbeszéd ilyenformán a társadalmi kommunikáció elemi rendszere. (Bogár 2007). A közbeszédben formálódik ki a köz véleménye adott témákban, vagyis a *közvélemény*.

A közéleti kommunikáció a közvélemény alakításának lehetőségeit kutatja, sajátos kommunikációs formák leírására törekszik. Tárgyalja a közéletben felmerülő konfliktusok kommunikációs megjelenését és megoldásait, elemzésekkel mutatja be a közéleti kommunikáció sajátos területeit: a politikai, a kampány-, a kríziskommunikációt. Ismerteti a társadalmi változásokból (globalizálódás) következő nyelvi-kommunikációs változásokat, a nagyobb struktúrákkal járó, megváltozott közéletiséget.

A közéleti kommunikáció főbb szerkezeti összetevőinek alaposabb, különböző elméleti irányokból való megközelítése lehetőséget ad arra, hogy a *nyilvánosság* működésének magyarázatához különféle elemzéseket használjanak fel, s

ennek fényében értelmezzék a közéleti kommunikáció folyamatait. Az állam, az igazságszolgáltatás, a közszféra, az egyház, az oktatási intézmények, a kulturális szféra kommunikációs funkcióinak így eltérő magyarázatát és beágyazottságát is láthatják.

Feladat

1. Figyeljen meg egy-két közéleti szereplőt (szóvivő, polgármester, aktivista stb.). Gyűjtse össze az illető szónoki erényeit és gyengeségeit.

2. Menjen el egy lakossági fórumra vagy valami más vitaeseményre. Figyelje meg a lebonyolítás technikáját és menetét. Értékelje a vitavezetést és a partnerek vitakultúráját. Sikerült-e a vitát mederben tartani (a témánál maradni)? Eljutottak-e kompromisszumig vagy konszenzusig?

3. Olvasson elemzéseket reklámokról. (Pl. a Kreatív c. lapban.) Elemezzen reklámokat (figyelemfelhívó jelleg, képi és színvilág, szöveg, tömörség stb.).

3.5. Kultúraközi kommunikáció

A kultúraközi (interkulturális) kommunikáció az egyes népek *kultúrájának*, továbbá a különféle társadalmi csoportok, közösségek által létrehozott *szubkultúráknak* a kommunikációját kutatja. A nemzetközi kultúrakutatás fő irányzatai: monokulturális (egy-egy nemzet kultúrája), interkulturális (két vagy több kultúra összevetése), multikulturális (több kultúra találkozása, egymásra hatása) vizsgálatok.

A kultúrák közötti kommunikáció az utóbbi évtizedekben – az Európai Unióban kiváltképpen – nagy lendületet vett. A nyelvtudás felértékelődésével megnőtt az érdeklődés más népek kultúrája iránt, egyre több szó esik az interkulturális kompetenciáról, a kulturális tudatosságról. A kultúraközi kommunikáció beépült az oktatási rendszerbe is.

A kultúraközi kommunikáció alapfogalma, a *kultúra* nagyon összetett jelenség, emiatt – definíciók százai ellenére – nincs egységesen elfogadott meghatározása. Geert Hofstede közismert *hagymamodellje* a kultúrát a hagyma rétegeihez hasonlítja. A modell belsejében az alapvető értékek találhatók (jó, rossz, tisztesség, morál). A második réteget a rítusok alkotják, ezek afféle funkciótlan, de az adott kultúrában társadalmilag fontosnak tartott közös tevékenységek (üdvözlés, udvarlás stb.). A harmadik réteg a hősöké, azoké a valódi vagy kitalált

személyeké, akik tulajdonságaikkal mintát adnak az adott kultúrában. Végül a külső héjat a szimbólumok jelentik: sajátos jelentést hordozó szavak, gesztusok, tárgyak, amelyek jelentését csak az adott kultúrához tartozók ismernek.

A másik híres, ún. *jéghegymodell* Goldman nevéhez kötődik, azt fejezi ki, hogy a kultúra jelentős, lényegi része – akárcsak a jéghegy 90%-a – láthatatlan, megismerhetetlen, így a kutatása is bizonytalan. Goldman szerint a kultúra „látható” része (nyelv, hagyományok, viselkedés, történelem) racionálisan ismerhető, tanulható, kutatható. A kultúra egyén számára érzelmileg túlságosan is fontos „láthatatlan” 9/10-ének (értékek, feltételezések, gondolkodási és szocializációs minták) nem vagyunk tudatában mindaddig, amíg egy másik kultúrával nem ütköztetjük.

Edward T. Hall véleménye szerint az emberek a másoktól érkező kommunikációs üzeneteket közös tudásuk alapján értelmezik, amelynek szerves részét alkotják a kultúra beállítódásai, értékei és gondolkodásmintái. Éppen ezen közös információs bázisra támaszkodva az üzenet környezete és körülményei gyakran kiegészítik a tényleges üzenetet, és segítik értelmezni annak tartalmát. Hall szerint az egy kultúrához tartozó egyének kommunikációjuk során a közös segítőeszközöket (pl. testbeszéd, vokalitás) használják mondanivalójuk egyértelmű közléséhez és értelmezéséhez.

Feladat

1. A *kulturális szignálok* társadalmi közmegegyezésen alapuló külsőségek (öltözködés, hajviselet, testfestés, ékszerek, használati tárgyak stb.), amelyek alkalmazásával akarva-akaratlanul az ember sok mindent elárul bizonyos népeiséghez, foglalkozási, vagyoni csoporthoz való tartozásáról, más csoportokhoz való viszonyulásáról, ízléséről, viselkedéséről stb.

a) Elemezze saját kulturális szignáljait.

b) Figyelje meg a környezetében élők kulturális szignáljait.

2. Egy utazási iroda munkatársaként szórólapot kell készítenie 3-4 országról. Mutassa be az ott élő nép(ek) kultúráját néhány jellegzetességgel.

3. Olvassa el Kosztolányi Dezső *A bolgár kalauz* című novelláját. Milyen módon tudott kommunikálni Esti Kornél a kalauzzal? Okozott-e nehézséget a nyelvi akadály? Megértette egymást a két kommunikáló fél?

3.6. Szervezeti kommunikáció

Nemcsak az egyének kommunikálnak, de a társadalom intézményei sem tudják működésüket megszervezni kommunikáció nélkül. A *szervezeti kommunikáció* az intézmények (vállalatok, hivatalok, egyesületek stb.) ilyenfajta tevékenységét jelenti. Emberek hierarchikus csoportja végzi összehangolt tevékenységét a szükséges infrastrukturális körülmények és feltételek között. Számukra a tökéletesebb és hatékonyabb működéshez eszközként szolgál a kommunikáció.

A szervezetek tevékenységük két területén hasznosítják a kommunikációt. A *belső kommunikáció* célja az intézményen belüli, az egységek (osztályok, részlegek) közötti információcsere, a *külső kommunikáció* a partnerintézményekkel vagy az ügyfelekkel folyik.

A szervezet a kommunikációját aszerint alakítja, hogy másik szervezettel vagy ügyfelekkel lép-e kapcsolatba. A stratégiák alakítására jött létre a reklám és a PR, illetve a marketingkommunikáció. Ezek mára a gazdasági intézményrendszereken túl más területeken is elterjedtek, tevékenységükhöz máshonnan (szociológia, pszichológia, oktatás, tudományok, művészetek, retorika) is merítenek, és főleg a tömegkommunikációs eszközöket veszik igénybe.

Feladat

1. Jellemezze, munkahelye, iskolája arculatát (címer, logó, színvilág, épület megjelenése, belső terek, berendezés). Milyen benyomást kelt, hangulatot áraszt saját irodája, tanterme? (Elrendezés, bútorok, színek, függönyök, szőnyeg, képek, tárgyak, világítás stb.) Hogyan tudná (még) barátságosabbá tenni?

2. Figyelje meg intézménye belső kommunikációját. Milyen formális és informális csatornákon, illetve felülről lefelé vagy oda-vissza mennek az információk?

3.7. Tömegkommunikáció

A tömegkommunikáció médiumok (sajtó, rádió, televízió, internet) segítségével közvetített – úgy is mondják: mediális – kommunikáció. Benne maga a kommunikáció intézményesül. Más intézményrendszerektől eltérően a kommunikációt nem használja, hanem önmaga a kommunikáció (Szegfű 1999: 87). Célja az univerzalitásra törekvés: minden emberi, közösségi, szervezeti igény kielégítése. Technikailag periodikus kommunikációs forma, amelyben valamely

technikai eszköz (médiium) közvetítésével nagyszámú befogadó részére ugyanazt az üzenetet egyidejűleg – vagy közel egyidejűleg – lehet közvetíteni (i. m. 88).

A tömegkommunikációban nagy számú befogadó vesz részt, ám a szerepek egyoldalúan és statikusan vannak elosztva, a szerepcseré – az internet kivételével – gyakorlatilag kiiktatódik. Az információt nem egyén, hanem intézmény (szerkesztőség, stáb) bocsátja ki. A tömegkommunikáció feltételei közé tartozik az infrastruktúra kiépítése: írás-olvasás (iskolák), az üzenet megalkotása (szerkesztőségek, stúdiók stb.), tömeges sokszorosítás (nyomdák, technikai berendezések), célba juttatása (terjesztés, műsorszórás).

Típusát tekintve Európában – így Magyarországon is – az ún. duális média-rendszer terjedt el. Az államilag fenntartott *közszolgálati* rádiók-televíziók többnyire a BBC által kidolgozott műsorpolitikát követik (pártatlan tájékoztatás, nemzeti és egyetemes kultúra ápolása, rétegműsorok, vallási, nemzetiségi adások stb.). Működését, műsorpolitikáját törvények szabályozzák.

Ezzel szemben nagy számban működnek a nyereségorientált *kereskedelmi* csatornák. Fő bevételi forrásukat a reklámok adják, ezért nagy nézettségre számító műsorokat adnak (filmek, szappanoperák, show-műsorok, vetélkedők), melyek sok nézőt vonzanak a reklámoknak.

A tömegkommunikáció funkcióit a következőkben foglalhatjuk össze:

- tájékoztatás-tájékozódás,
- szocializáció segítése,
- oktatás, tudomány- és kultúraközvetítés,
- vitára, eszmecserére sarkallás,
- befolyásolás, rábeszélés, meggyőzés (pl. politikai műsorok, reklámok),
- szórakoztatás.

Az egyes funkciók nem határolódnak el egymástól, sok közöttük az átfedés. Ezt mutatják az olyan újabb keletű szavak, mint a tájékoztatást (information) és a szórakoztatást (entertainment) vegyítő *infotainment*, a tájékoztatást és a hirdetést összevonó *infomercial* (information + commercial), az *edutainment*, a szórakoztatva oktatás pedig az education és az entertainment összevonásával keletkezett.

A tömegkommunikációban új távlatokat nyitott a telekommunikáció és a széldületes tempóban fejlődő mobilkommunikáció.

Feladat

1. Beszélhetünk-e duális médiarendszerről a sajtó és az internet esetében? Miért?

2. Soroljon föl magyar nyelvű közszolgálati és kereskedelmi csatornákat. Hasonlítsa össze egy közszolgálati és egy kereskedelmi rádió- vagy tévécsatorna napi műsorát! Elemezze a műsorokat, és tárja fel a két csatorna közötti különbséget.

3. Gyűjtsön információkat barátai, ismerősei körében médiafogyasztási szokásaikról. Válasszon ki két eltérő ízlésű, szokású embert, és – külön-külön – kezdeményezzen velük vitát, úgy, hogy Ön az ellenkező oldalon áll. Próbálja megfejteni, mik az eredői ezeknek a médiafogyasztási szokásoknak.

Ismétlő kérdések

1. Milyen típusú közösségek tagjaként kommunikálnak az emberek?
2. Melyek a közéleti kommunikáció fő feladatai?
3. Vázolja föl Hofstede hagyma- és Goldman jéghegymodelljét.
4. Mutassa be a szervezeti kommunikáció két típusát.
5. Mit értünk duális médiarendszeren?

4. VERBÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ

A 2. fejezetben láttuk, hogy a kommunikáció többszoros: a verbális csatornán a nyelvi jelek (szavak), a nem verbális csatornán pedig a beszédet kísérő egyéb megnyilvánulások közvetítődnek.

Az emberi érintkezésben a nyelvi (verbális) kommunikációnak meghatározó szerepe van. Az egyéb közlési módok (a nem verbális kommunikáció) csak mint jobbra rejtett kommunikációs csatornák működnek, de ugyanolyan jelcsere megy ezek használata során is végbe, mint a verbális kommunikáció esetén.

A verbális kommunikáció egyrészt az érintkezés, másrészt az ismeretek közvetítésének, megszerzésének, valamint a gondolkodásnak a leghatékonyabb eszköze.

A kommunikációs csatornák közül a verbális kommunikáció rendelkezik a legkomplexebb kóddal. A nyelvi jelek a gondolatok átadásán túl alkalmasak érzelmek, hangulatok közvetítésére is. A verbális közlésnél éppen ezért nagy jelentősége van a pontos kifejezésnek, fontos, hogy mondanivalónk jól felépített legyen.

A nem verbális közlésben több csatorna segítségével tudunk üzenetet közvetíteni: vizuális, kémiai, taktilis stb. A verbális kommunikációban is elkülöníthetjük az akusztikus (beszéd) és vizuális (írás) jelrendszert. Az írás – a beszédhez hasonlóan – a nyelv jelrendszerét alkalmazza.

A mai írások igyekeznek az akusztikus csatorna jeleinek is megfelelni és különböző tipográfiai eljárásokkal (írásjelek, ritkítás, aláhúzás) a szupraszegmenst is jelölik. A vizualitás, az írás képe (kézírásban a betűk formálása, döntése, tagolás, nyomtatásban a betűtípus, a címek tipográfiája, ábrák és képek elhelyezése) szintén fontos kommunikatív funkcióval bír. Igaz, a vokális és a grafikus elemeket a nem verbális jelek között tartják számon, ez a besorolás vitatható. Míg ugyanis a nem verbális jelek függetlenek a verbálisoktól, addig a vokális és grafikus jelek a nyelvi jelekre „ülnek rá”, létük és működésük ezektől függetlenül nem képzelhető el (H. Varga 2001: 27).

	<i>Akusztikus</i>	<i>Vizuális</i>
<i>Szegmentális</i>	beszéd	írás
<i>Szupraszegmentális</i>	vokalitás	íraskép

4.1. Nyelv és beszéd

A verbális kommunikáció közvetlen formája a beszéd. A beszéd sajátos emberi tevékenység, a közlésnek, a gondolatok átadásának az eszköze. A beszéd, miután az egyén hozza létre adott célból és helyzetben, szubjektív. Eszköze a nyelv. A nyelv eszköz és szabályrendszer, mely objektív. A nyelv segítségével ismerjük meg a világot, s ennek kapcsán alakul a személyiség szerkezete.

A nyelv nem csupán az emberek közti kommunikáció legfontosabb eszköze, hanem belső kommunikációs eszköz is, melyet a világ megismerése során használunk.

A nyelv és a gondolkodás elválaszthatatlan egymástól, hiszen a nyelvhasználat teszi lehetővé számunkra a fogalmi gondolkodást, vagyis azt, hogy tárgyak, események kapcsolatának szimbólumaival gondolkodjunk. Alapegysége, a szó, elkülöníthetetlen a gondolat alapegységétől, a fogalomtól.

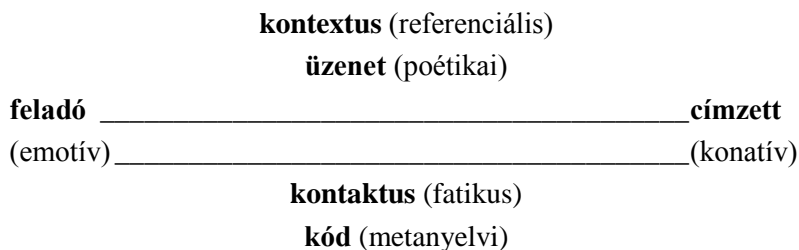
4.2. Közvetlen kommunikáció

A kutatások szerint a teljes közlésnek csupán a kisebb része zajlik a verbális csatornán keresztül, jóval több mint a fele nem verbális eszközökkel történik. A szóbeli kommunikáció főleg információk átadására használatos, a nem verbális csatorna jelei pedig érzelmek kifejezésére, a beszédpartnerek egymás iránti magatartásának érzékeltetésére, esetleg a szóbeli közlés helyettesítésére szolgálnak. Mint a szóbeli közlés kísérői, általában kiegészítik, árnyalják, módosítják az üzenetet, de alkalmanként meg is változtathatják annak jelentését.

Korábban már esett szó arról, hogy mondanivalónk hitelessége a kongruencián (egyeztetésen, megfeleltetésen) múlik. Közlésünk akkor lesz *kongruens*, ha benne összhangban van a szóbeli és nem szóbeli kommunikáció a metakommunikációval. Ha közöttük valamilyen ellentmondás van, akkor beszédünk *inkongruens*.

Roman Jakobson modellje a nyelvi kommunikációt, s az üzenet szerkezetét a következőképpen mutatja be: A feladó üzenetet küld a címzettnek. Az üzenet

dekódolásához elengedhetetlen, hogy a feladó és a címzett legalább részben közös kódot használjon. Fontos továbbá a kontextus, mert a címzett az üzenetet csak ebben az összefüggésrendszerben tudja értelmezni. Szükség van ezen kívül a feladó és vevő közötti kontaktusra, amely egyrészt fizikai adottságon (látás, hallás) alapul, másrészt feltételez egy pszichológiai kapcsolatot is. Ez teszi lehetővé, hogy kommunikációs kapcsolatba lépjenek, és abban maradjanak (Jakobson 1969: 234).



Jakobson mindegyik elemhez rendelt egy-egy nyelvi funkciót is, amelyek között három alap- és három mellékfunkciót különböztetünk meg.

Alapfunkciók:

referenciális funkció: a közlés valóságra reflektáló jellege, valóságtartalma

emotív funkció: a kommunikátor szubjektív viszonylatainak (érzelem, hangulat, attitűdök) üzenetbe kódolására vonatkozik

konatív (felhívó) funkció: a befogadó és az üzenet által kiváltott hatást jelenti (nyelvileg elsősorban a megszólításokban, felszólításokban fejeződik ki)

Mellékfunkciók:

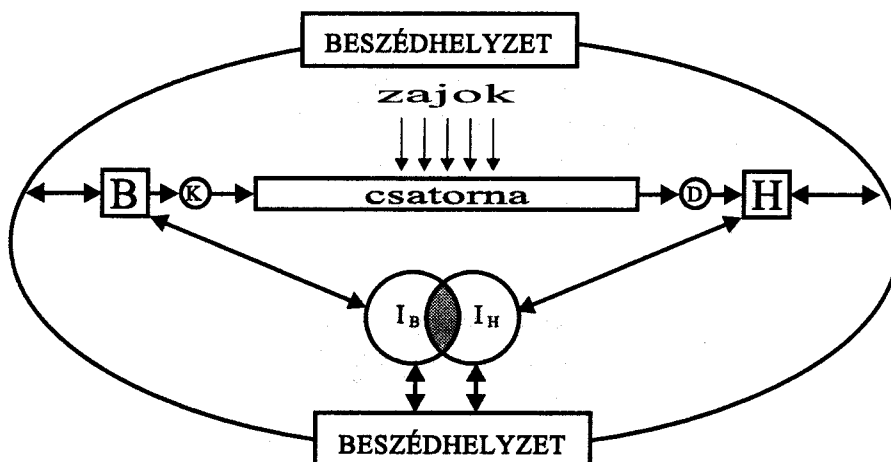
fatikus funkció: a kapcsolat fenntartására irányul

poetikai funkció: a nyelvileg megformált üzenet esztétikai hatása

metanyelvi funkció: nyelvi értelmező szerepe van

A verbális kommunikációban az üzenet közlőjét beszélőnek-írónak, befogadját hallgatónak-olvasónak nevezzük. A kódolás az információknak nyelvi jelekké való alakítását és a jelek meg- és összeszerkesztését jelenti. Az információt hordozó, grammatikai szabályok által megszerkesztett nyelvi jelsorozatot üzenetnek nevezzük. Ezt a hallgató visszaalakítja (dekódolja), és így az információ birtokába jut. A beszéd esetében a csatorna szerepét általában a levegő, az írott formájú nyelvi kommunikációban pedig a papír tölti be (H. Varga 2001: 28). A kommunikáció során a személyek közötti kommunikációval párhuzamosan köz-

lőben és befogadóban is zajlik belső kommunikáció. A hallgató nem csupán hallgat és figyel tehát, hanem közben felidézi, asszociálja előzetes ismereteit, élményeit, tapasztalatait, s összeveti azt az újonnan hallott információkkal. Varga Gyula (H. Varga: 2001: 28) mindezt a következő ábrában foglalja össze:



A nyelvi kommunikáció modellje

B = beszélő, H = hallgató, K = kódolás, D = dekódolás, I_B = a beszélő ismeretei, értékrendje, I_H = a hallgató ismeretei, értékrendje.

A csatornában lévő jelek különböző zajok, zavaró elemek hatására sérülhetnek, így az információ torzulhat. A kommunikációs zavarok elkerülésére a közlő túlbiztosítja magát, és ugyanazt az információt több jellel is kifejezi. Ezért vannak olyan jelek is, amelyek nem hordoznak új információt, hanem a korábbi ismétlik, erősítik. A hírérték nélküli jelek a redundáns elemek. Minden üzenet tehát entrópiából (hírértékű részből) és redundanciából áll (H. Varga 2001: 30). A beszédhelyzet függvénye, hogy a közleményben milyen a kettő aránya. A redundancia az információk befogadását is segíti, amire akkor van különösen nagy szükség, ha a befogadónak hallás után kell azt feldolgoznia, értelmeznie.

A nyelvi kommunikáció a folyamat irányultsága szerint lehet:

- egyirányú: amikor a befogadónak, hallgatónak nincs módja visszajelzésre
- kétirányú: a hallgatónak lehetősége van visszajelzésre

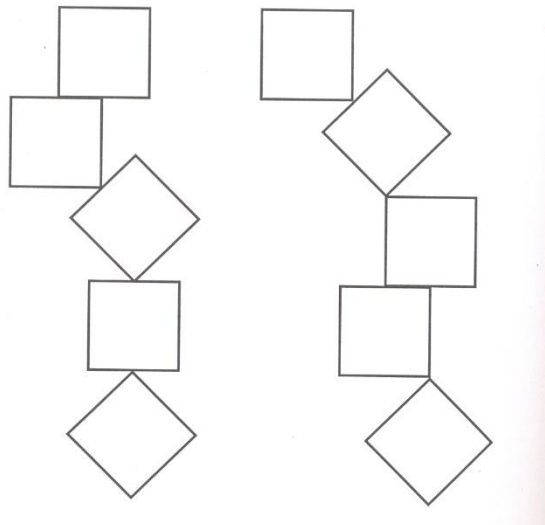
Feladat

Egy- és kétirányú kommunikáció (Németh 2002)

A csoportvezető egy önként jelentkező demonstrátornak átadja a két rajzot, és elmondja a feladatát. Amíg a demonstrátor a feladatát tanulmányozza, a csoportvezető arra kéri a résztvevőket, hogy a nekik kiosztott két üres lapot jelöljék meg egyes, illetve kettes számmal. A demonstrátor háttal megáll a csoporttagoknak. Lassan és jól érthetően ismerteti az első rajzot, melyet a csoporttagoknak le kell rajzolniuk az egyessel jelölt papírra. Kérdések nem tehetőek föl, az egyszeri ismertetésen kívül a demonstrátor más információt nem adhat nonverbális módon sem.

Amikor az első rajzzal elkészültek, a demonstrátor szembefordul a csoporttal, és ismerteti a második rajzot, amit a kettessel jelölt papírlapra rajzol le mindenki. Eközben bárki bármit kérdezhet a demonstrátortól, aki minden kérdésre válaszol (de az ábrát nem mutathatja meg). Amikor a második rajzot is elkészítették, a csoportvezető kifüggeszti az eredeti ábrákat. Így mindenki megállapíthatja, hogy az első és a második esetben hány négyzet lerajzolása sikerült megfelelően.

A csoportvezető egy táblán regisztrálja az egyéni eredményeket. Összehasonlítják a két ábra adatait, és megbeszélik a gyakorlat tanulságait.



Beszédfajták a közvetlen kommunikációban²

Személyközi kommunikáció

Mindennapi beszélgetéseinket természetes tevékenységnek tekintjük, jórészt ösztönösen zajlanak, ezért nem is szoktunk elgondolkodni azon: hogyan is működik, hogyan szerveződik? Pedig a mindennapi spontán beszélgetéseink sem véletlenszerűen alakulnak, a társalgások során is igyekszünk megfelelni bizonyos szabályoknak, elveknek anélkül, hogy ezeket explicit módon kifejeznénk.

A társalgás *együttműködést* kíván a felek részéről. Ez az együttműködés voltaképpen idealizált: igen ritkán fordul elő a megvalósuló kommunikációs aktusokban, hogy az együttműködés elvének megfelelően alakítják verbális viselkedésüket. Az együttműködési alapelvet Grice (1975 vö. Pléh-Síklaki-Terestyéni 1988: 237–238) szerint a következő parancsoknak megfelelően tudjuk betartani:

1. Hozzájárulásunk legyen a kívánt mértékben informatív, és ne legyen informatívabb a szükségesnél (mennyiségi maxima),
2. Ne mondjunk olyasmit, amiről úgy hisszük, hamis, vagy amire nincs megfelelő és elegendő bizonyítékunk (minőségi maxima),
3. Legyünk relevánsak, hozzájárulásunk legyen lényegi (viszony maximája),
4. Legyünk tömörek és rendezettek, ne legyünk homályosak és kétértelműek (modor maximája).

A beszélgetések szerveződését alapvetően két tényező határozza meg. Az egyik a közlő és befogadó *szerepviszonya*, ami lehet szolidáris és hierarchikus, a másik a *beszédhelyzet*. A társalgások fontos jellemzője, hogy szekvenciális elrendeződésűek, az egyes megszólalások ugyanis szorosan összekapcsolódnak. Jellemzője továbbá a beszélgetéseknek a tematikai rend. A nyitó témát követően bármikor bevezethetnek a beszédpartnerek újat, persze nem biztos, hogy azt a másik el is fogadja. Így tehát kötött témáról ugyan nem beszélhetünk, de nem is teljes a szabadság. A beszélgetések között vannak kötöttebb tematikájúak, amikor a téma mellett a cél is meghatározott. Ebben az esetben az egyik fél többékevésbé meg is tervezi a beszélgetés menetét. A tervezett beszélgetések egyik fajtája a tárgyalás, ami a gazdasági, üzleti élet egyik legfontosabb kommunikációs formája. A résztvevők többnyire egyenrangú felek, s hivatalos jellegénél fogva világos felépítésű, forgatókönyve rituális elemeket is tartalmaz.

² Vö. az előző fejezet 3–5. pontjával

A beszédpartnerek számától függően megkülönböztetünk monológ, dialóg és polilóg szövegépítkezést. A monológ egy-egy történet elmesélése, elsősorban a szépirodalmi művekben. Jellemzője a pontos, szabályos, nyelvi és formai szövegépítkezés. A dialógus két személy által alakított, többnyire megtervezetlen szöveg. A szövegalkotásban mindkét fél aktív. A polilóg szöveg a párbeszédhez hasonló, de kettőnél több szereplő alakítja. A résztvevők között lehetnek olyanok is, akik passzívak, véletlenül nem vesznek tevékenyen részt a társalgásban, vagy szándékosan nem kívánnak megszólalni.

Csoportkommunikáció

A többszereplős társalgásokban az intimitás foka többnyire kisebb mint a párbeszéd esetében, bár ez nyelvi eszközökben nem fejeződik ki. A szóátadás és szóátvétel bonyolultabb szabályok szerint történik, az aktuális beszélő nem tudja olyan szorosan követni a befogadók reakcióit, s a hallgató figyelme sem annyira aktív, mint a kétszereplős beszélgetésekben.

A csoportos beszélgetések is lehetnek magánéleti és közéleti társalgások, lehetnek továbbá irányítottak és kötetlenek.

A csoportkommunikáció sajátos típusa a vita, ami itt nem a műfajra utal, hanem a beszédhelyzetre, amelyben a beszédpartnerek egyenrangúak, de lehet egy kijelölt személy, aki a társalgást irányítja. Ilyenek lehetnek például a fórumok, értekezletek.

Nyilvános kommunikáció

Az eddigiektől eltérő kommunikációs helyzet, hiszen a résztvevők magas száma már nem teszi lehetővé, hogy egyenrangúan vegyenek részt a kommunikációban. A nyilvános kommunikációban egy közlő szól sok befogadóhoz. Az ilyen típusú közlésnek többféle célja lehet:

Tájékoztatás

A tájékoztatás, informálás a célja például az előadásnak, ami többnyire valamilyen tudományos-közérdekű téma részletesebb, igényes és módszeres kifejtése. Gondos felkészülés előzi meg, jobbra előre megírt, tehát nyelvilag is tervezett, szerkesztett beszédfajta.

Meggyőzés

A meggyőzés a beszélő szándéka, hallgatóra tett hatása. A meggyőző beszédek célja a hallgatóság attitűdjének kialakítása, megváltoztatása valamivel kapcsolatban. A mindennapi szóhasználatban a közéleti beszéddel azonosítjuk, aminek témája valamely kisebb-nagyobb közösséget érintő gazdasági, szervezeti, igazgatási döntés előkészítése, indoklása, bírálata.

Gyönyörködtetés

A közéleti beszédek egy részének célja, hogy valamilyen eseményt, alkalmat emlékezetessé tegyenek. Ezekben a beszédekben az emocionális, esztétikai funkció dominál. Ilyenek például az ünnepi beszédek, megemlékezések, avató- vagy búcsúbeszédek.

4.3. Írásos kommunikáció

Az írásos kommunikáció a hangos beszéddel ellentétben általában közvetetten hat, vagyis a közlő (író) és a befogadó (olvasó) nincs közvetlen kapcsolatban egymással. Míg a hangos beszéd esetében a befogadó azonnal reagálhat a hallottakra, addig az írásos kommunikáció esetében erre nincs lehetősége.

Bár az írás a hangos beszéd rögzítésére jött létre, attól azonban különbözik is. Alapvetően abban, hogy másképpen érzékeljük: vizuális formában valósítja meg a kommunikációt. Ez aztán különféle változásokat hozott magával a mondani-való megformálásában. Írásban nem segít bennünket a szituáció, hiányzik a gesztus, a mimika, a hanglejtés stb. Ezért részletesebben és pontosabban kell megfogalmaznunk mondanónkat.

Az írásos közlés ettől válik kidolgozottabbá, a hangos beszédnél pontosabbá.

4.4. Az újmédia hatása – írott beszéd

Az információtechnika fejlődése lehetővé tette a kommunikáció gyorsulását, így az szükségszerűen egyszerűsödött, hogy az üzenetváltások folytonosságát fenn tudják tartani. A gyorsaság okán az üzenetek rövidülnek, a gondolatoknak éppen csak a megértéshez elegendő formát adnak.

Az online nyelvhasználat legfontosabb jellemzője a kifejezésrendszer konvergálódása, kialakul az írott beszéd (Bódi Zoltán 2004), amit neveznek írásos dialógusnak (Kis Ádám 1997), szimulált szóbeliségnek (Aczél Petra 2013),

digilektusnak (Veszelszki Ágnes 2010) és virtuális írásbeliségnek is (Érsok Nikolett 2003). „A virtuális írásbeliséget a szituáció és a sajátos nyelvhasználat alapján ismerhetjük fel. Ilyenkor a közvetítő közeg a hálózat. A virtuális írásbeliség egyszerre hordozza magán az írásbeli és a szóbeli kommunikáció jellemzőit. Laza, kötetlen hangvétellel, felszínesebb nyelvhasználatával tartalmilag és funkcionálisan a szóbeliséghez áll közelebb, ám írott formában realizálódik, tehát az írás eddigi funkcióját újabbal bővíti (Érsok 2003: 100).

A változás nyelvi velejárói között leggyakrabban a képi információ bevonását, a beszélnyelviség erőteljes hatását és a spontán írásbeliséget említik. A vizualitásnak a korábbi kommunikációs korszakokban megszokottnál sokkal nagyobb szerep jut.

Veszelszki Ágnes (2015) a változásokat többek között pragmatikai-szöveg-tani, lexikai, grammatikai és formai szempontok szerint rendszerezte: a **pragmatikai-szöveg-tani tulajdonságok** közül kiemelhető a fatikus (kapcsolattartási) funkció jelentősége. Az internetes kommunikációban fő motivációs tényező az információgyűjtés mellett a figyelemfelkeltés. Ez szolgál magyarázatul arra, hogy a fatikus elemeknek, a nyelvi rituáléknak (a köszönésnek, a kapcsolat felvételének és lezárásának, a köszönetmondásnak) kiemelt szerepük van a digitális kommunikáció magánjellegű szövegeiben.

A **lexikai-grammatikai jellemzők** között az informatikai szakszókincs általános használatúvá válását, az idegen (elsősorban angol) nyelvi hatást említhetjük, a **grammatikai tulajdonságai** közé pedig a beszélt nyelvi, néhol redukált grammatika használatát sorolhatjuk.

A **formai-írástechnikai tulajdonságok** közül legszembevetőbb a helyesírási változatok megjelenése. Szövegeket vizsgálva több esetben is úgy tűnik, hogy a fonetikus írásmód felülírja a helyesírás szóelemző alapelvét (például: *mondjuk* > *mongyuk* vagy *monnyuk*; *játszani* > *jáccani*). Rendszerint a szövegbevitel gyorsítási szándékából adódóan jellemző a kisbetűs mondatkezdés.

Viszonylag új jelenségnek számít, hogy az egy gondolati egységet jelölő szerkezeteket egybe írják: nemááááár, neröhögj :D :D. Megváltozik az írásjelek használata is: a mondatzáró pont rendszerint elmarad, az egyéb modalitást jelzőket (a felkiáltójel, kérdőjel) viszont kiteszik a megnyilatkozásokban.

A digitális írástudásnak csoportösszetartó és másokat nyelvileg kizáró funkciója van. Ahhoz, hogy valaki a digitális kommunikációban teljes értékűnek

részt tudjon venni, elengedhetetlen például a speciális rövidítések, a szókincs és az érzelmek kifejezésére alkalmazott emotikonok ismerete.

Feladat

1. Hasonlítsa össze a megadott szempontok alapján a kommunikáció szóbeli és írásbeli formáját, vegye számba a kettő közötti átmenet jellemzőit is:

Szempontok	Szóbeli	Írásbeli
Közvetlenség		
Térbeli kötöttség		
Időbeli kötöttség		
Szerkesztettség		
Nyelvi megformáltság		
Információgazdagság		
Megértést segítő tényezők		

2. Szájról szájra (Németh 2002 alapján)

A csoportvezető öt önként jelentkezőt kér, a csoport többi tagja megfigyelő. Az önként jelentkezők egyikük kivételével kimennek a teremből. A bent maradónak a csoportvezető lassan és jól érthetően felolvasson egy üzenetet egy papírról. Ezután még egyszer felolvassa ugyanígy. Behívják a második személyt, akinek az első emlékezetből elmondja az üzenetet. Kérésre még egyszer elmondhatja ő is. A gyakorlat ugyanígy folytatódik, amíg az utolsónak maradó is meg nem hallgatja az üzenetet. A megfigyelők beszámolnak a tapasztalatokról.

Szöveg:

Körülbelül tíz órás gyakorlást igénylő mozdulatsor bemutatása, ami végezhető egyénileg, párban vagy csoportosan is, terepen vagy tornateremben, adatrögzítést, a tapasztalatok leírását eredményezi, s amit a hallgatónak prezentálnia kell a csoporttársai, gyakorlatvezető tanára és vizsgáztató tanára előtt is. A mozdulatsor kidolgozása elméleti fölkészülést, a kötelező tananyagon túl utánolvasást is igényel.

Ismétlő kérdések

1. Mutassa be a nyelvi kommunikáció működését!

2. Ismertesse a nyelvi kommunikáció beszédformáit!
3. Hasonlítsa össze a kommunikáció szóbeli és írásbeli formáját!
4. Jellemezze az újmédia hatását a kommunikációra!

5. A KOMMUNIKÁCIÓ NEM VERBÁLIS CSATORNÁJA

A fejezet célja a nem verbális kommunikáció jellemzőinek, főbb formáinak bemutatása, a kommunikáció folyamatában megjelenő nem verbális jelek értelmezésének elősegítése. A fejezet taglalja a

- a nem verbális kommunikáció
 - funkcióit,
 - dimenzióit,
 - csoportosítását,
- a nem verbális kommunikáció helyét és szerepét a teljes kommunikációs folyamatban,
- és kultúra specifikus sajátosságait.

Mint arról az előző fejezetekben szó volt, a kommunikáció sikerességének alapfeltétele a teljesség, a kongruencia – legyen szó befogadásról vagy közlésről. Ahogy a kommunikáció egyik axiómája is kimondja: Nem lehet nem kommunikálni. Hiába nem beszélünk folyamatosan, testünk és annak különböző részei folyamatos információt nyújtanak a befogadónak. A kommunikációoktatás során a tanulóknak gyakran összemosódik a nem verbális kommunikáció és a metakommunikáció fogalma. A két fogalom elkülönítését a 2. fejezetben megtettük, most mégis visszatérünk hozzá, hogy minden félreértést mellőzve mélyítsük el tudásunkat a nem verbális kommunikációra vonatkoztatva.

5.1. A nem verbális kommunikáció és a metakommunikáció

Korábban már elmondtuk, hogy a kommunikáció információk közlése vagy cseréje valamilyen erre alkalmas eszköz, illetve jelrendszer (nyelv, gesztusok) segítségével. Lényege, hogy a kommunikáló felek az őket körbevevő világot, valamint a bennük zajló eseményeket egy önkényesen kialakított rendszer segítségével közölni képesek. A kommunikáció milyenségét számos tényező befolyásolja. Minden ember a társadalomban jelrendszerek egész sorát sajátítja el

(nyelv, gesztusok, térközsabályozás stb.), amiket meghatároz a kultúra, melyben az ember szocializálódik, valamint a közvetlen közeg, mely az elsődleges és másodlagos szocializáció színtere. Mindezek együtt adják az értelmezés háttéréül szolgáló kontextust, egy olyan közös kódrendszert, ami azonnali megértést és közvetlen választ tesz lehetővé.

Ebben a folyamatban a kommunikációnak két szintjét különböztettük meg (vö. 2. fejezet). Ez a tartalmi és a rejtett szint. Tartalmi szinten történik a tényleges, tudatos információközlés, míg a rejtett szintet, a kommunikáció metakommunikatív szintje határozza meg. Ezen keresztül kommunikáljuk a másikkal kapcsolatos érzelmeinket, fejezzük ki saját érzelmi állapotunkat, a témához való viszonyunkat. Mindezek mellett a humor megjelenésének is a metakommunikatív szint enged teret például az utalások által. Tehát a metakommunikatív szinten jelzéseket közvetítünk az érzelmi viszonyulásunkról:

- a közlés tartalmához (igaz – hamis, fontos – nem fontos),
- a közlés szituációjához (szerepviszony, más személyek jelenléte),
- és a közlés jellegéhez (humor, játék) (Buda 1994).

A metakommunikáció megjelenik mind verbális, mind nonverbális eszközökkel. A szóbeli üzenetek a személyek közötti kommunikációnak csak egy kis részét alkotják. Miközben beszélünk, szavaink jelentését arckifejezéssel, gesztusokkal, testmozgással, szünetekkel, hanghordozásunkkal, vagy éppen a szavak jellegzetes kiejtésével hangsúlyozzuk vagy módosítjuk. A nonverbális üzenetek különösen fontos szerepet játszanak a társas életben az értékek, attitűdök, vonzalmak és más személyes reakciók kommunikálásában. A nonverbális jelzéseket általában gyorsabban küldjük és fogadjuk, jelentésüket hitelesebbnek tartjuk, kevesebb tudatos kontroll irányul rájuk, és kevésbé követjük őket figyelemmel, mint a verbális kommunikációt.

A viszonyt meghatározó metakommunikációnak kiemelkedően fontos szerepe van a személyes kapcsolatokban. A kapcsolat jellemzően folyamatosan fejlődő kétszemélyes rendszer, melynek az alapját a kommunikáció adja. A fejlődést a metakommunikáció biztosítja, azon keresztül megy végbe. Egy fiatal pár példáját alapul véve a következő öt főbb fázison mennek keresztül.

1. *Megismerkedés*: átlépés az ismeretlen státusból az ismerősbe. Ez a fajta viszonyváltozás társadalmilag szabályozott. Az ismeretlenek csak bizonyos szituációkban szólíthatják meg egymást. Erkölcsi, hagyományokon alapul, és bizonyos helyzetekben törvényi keretei vannak a megszólításnak. Ezzel szemben az

ismerősök már kötetlenül köszönnek egymásnak, és joguk van beszélgetésbe elegyedni.

2. *Ismertség*: beszélgető viszony, melyben egy sor közös norma alakul ki. Ebben a fázisban nagy szerepük van a kulturális szignáloknak. A közös normák itt még nem a kapcsolat mélyítését szolgálják, hanem a különböző kommunikációs tartalmakat (elfogadott szóhasználat, kifejezési stílus), és a szokványos interakciós területeket írják le.

3. *Udvarlás*: a kapcsolat fejlesztése az intimitás növelésével. Az ismertség általában nyilvános kommunikációs helyzetekhez kötődik. Az egymás személyéért való találkozás már a barátság alapfokát jelöli. Ennek a kezdeményezése, az ezt kísérő metakommunikáció fontos normaszabás, melynek elfogadása legitimizálja a találkozásokat egymás kedvéért.

4. *Szerelmi viszony*: az udvarlás fázisából a testi közelség és kontaktus különböző formáin át új normák képződnek, melynek köszönhetően kialakul a szerelmi viszony. A normák kialakítását metakommunikatív kezdeményezés előzi meg, melybe a kommunikáció minden csatornája szerephez jut.

5. *A viszony társadalmi legitimizálása*: lépések a partner társadalmi legitimizálására – állandó partner, jegyespár, házaspár (Buda 1994).

Összegezve, a verbális és nem verbális kommunikációs csatornát kiegészíti a kommunikáció metakommunikatív, tudattalan szintje, amely mindkét csatornán továbbítódik, és amely többletinformációkat hordoz magában. A metakommunikációnak mindezek alapján fontos szabályozó funkciója van. Metakommunikációval a személy megszabja, hogy milyen jellegű, stílusú kommunikációs viszonyban van a másikkal az adott szituációban, és az adott kontextusban, valamint a kommunikáció tárgyát, témáját illetően.

Feladat

Tegyük próbára a vicceket! Keressünk egy olyan viccet, melyet korábban még nem ismertünk. Olvassuk el, élvezzük. Ha megértettük („leesett”), tegyük félre egy időre, majd később újra olvassuk el, ekkor már tudatosan arra a tartalomra figyelve, ami oda van írva. Mellőzzünk minden többlettartalmat! Pontosan azt olvassuk, ami oda van írva! Igyekezzünk megmagyarázni, hogy mitől humoros az írás, mi segít abban, hogy „leessen”. Hogyan működik a vicc?

5.2. A nem verbális kommunikáció funkciói³

Most hogy egyértelművé vált a különbség a két gyakran összekevert fogalom között, nézzük meg, mit is jelent a nem verbális kommunikáció. Egy egyszerű, elméleti megközelítésben azt mondhatjuk, hogy a nem verbális kommunikáció a verbális kommunikációt kísérő analóg kódok összessége. Jellemzője, hogy nem mindig szándékos (közlés), ahogyan az érzékelése sem feltétlenül tudatos. Egyezményes jelrendszere nincs, bár tudunk univerzális jelzésekről. Erősen kultúraspecifikus, nehezen dekódolható, és könnyen félreérthető. A jelenség tartalmának és működésének megértéséhez járjuk körbe, miről is van pontosan szó, mire használjuk, milyen szerepe van a mindennapokban.

A nem verbális kommunikáció jelentőségéről eltérő nézetekkel találkozhatunk. Egyes megközelítések 7:93 százalékos arányt találnak elfogadhatónak – természetesen a nem verbális kommunikáció javára (Mehrabin kutatását idézi Pease 2000), míg más elemzések a 35:65 százalékos arányt vélik helyesnek (Birdwhistel, idézi Pease 2000). Mindenesetre abban egyet kell értenünk, hogy a nem verbális kommunikáció megléte és működése kellőképpen fontos szerepet tölt be a személyközi (face to face) kommunikációban (is). Gondoljunk csak azokra a beszélgetéseinkre, amikor többnyire csak hallgattuk partnerünket, vagy olvastuk az írását, akkor is működött a nem verbális kommunikáció. Folyamatosan információval látott el bennünket, útmutatást adott például a kommunikáció folyamatához.

Az „útmutatáson” túl több funkcióról is beszélhetünk, melyeket a nem verbális csatornának közvetítenek. Ilyen a társas helyzet kezelése, szabályozása (előbb útmutatás), az én-reprezentáció, az érzelmi állapotok tükrözése, az attitűdök kommunikációja és a verbális kommunikációs csatorna vezérlése. Vizsgáljuk meg ezeket közelebbről.

A társas helyzet kezelése. A nem verbális jelzések segítségével olyan információt tudunk a partnerünk számára hozzáférhetővé tenni, mellyel jelenlétünk, érdeklődésünk mértékének változását, valamint a helyzet megváltoztatására való szándékunkat fejezzük ki.

Én-bemutató. Vannak olyan, az identitásunkkal, személyiségünkkel, társadalmi státuszunkkal, anyagi helyzetünkkel kapcsolatos információk,

³ A nem verbális kommunikáció területeinek (mimika, tekintet, gesztusok, testtartás, teststilizáció, térközszabályozás) áttekintését lásd a 2. fejezet végén.

Attitűdök kommunikációja
Verbális kommunikációs csatorna vezérlése

5.3. A nem verbális kommunikáció dimenziói⁴

A nem verbális kommunikáció csoportosítására két, egymástól eltérő, egymást kiegészítő megközelítést ismertetünk. Az első csoportosítás a folyamatot, a nem verbális jelzés funkcióját (célját) ragadja meg. E tágabb értelmezés három kategóriát különít el: jelnyelv, tevékenységnyelv és tárgynyelv. Egy másik megközelítés a nem verbális jelzés létrehozásának helyét, módját veszi számításba. Kiinduló gondolata szerint a nem verbális kommunikáció kategóriába azokat az eseményeket foglalhatjuk, melyek során a szavakat nem mondják ki, vagy nem írják le. Vizsgáljuk meg, mi tartozik az egyik és a másik értelmezésbe.

Jelnyelv. Tartalmazza mindazokat a kódolási formákat, amelyekben a szavakat, számokat és központosítási formákat kiszorították a gesztusok. Ide sorolható az autóstopposok jele vagy a siketek jelnyelve.

Tevékenységnyelv. Azokat a mozdulatokat tartalmazza, amelyek nem kizárólagos jelzésként használatosak. Ide sorolható a sétálás vagy az ivás kettős funkciója, melyek egyrészt személyes szükségleteket szolgálnak, másrészt pedig észlelőik számára megállapításokat fejeznek ki.

Tárgynyelv. Az anyagi dolgok szándékos vagy nem szándékos felmutatását foglalja magába.

A második, szerteágazóbb és aprólékosabb megközelítés a nem verbális kommunikáció tudományterületének egyfajta meghatározása. Az eddigi vizsgálatok felméréséből és a közös irányvonalak meghatározásából alakították ki a következő dimenziókat.

⁴ Knapp (é. n.) A nem verbális kommunikáció c. tanulmánya alapján.

5.3.1. Testmozgás vagy kinezikus viselkedés

Ide tartoznak a gesztusok, a test, a végtagok, a kéz, a láb, a fej mozdulatai, az arckifejezések, a tekintet, valamint a testtartás, homlokráncolás, a váll leeresztése. Jól látható, hogy ebbe a csoportba a teljes emberi test kommunikatív jelzései belekerülnek. A verbális viselkedésekhez hasonlóan a nem verbális viselkedéseknél is találkozhatunk egészen egyedi jelzésekkel és általánosakkal egyaránt. Egyesek kommunikációs célokat szolgálnak, mások kifejező jellegűek. Ekman és Friesen a nem verbális viselkedések aktusait osztályozó rendszert dolgoztak ki. A következő kategóriákat határozták meg.

Emblémák. Olyan nem verbális jelzések, amelyek közvetlen verbális fordításban vagy szótári definícióban megadhatók. A verbális definíció tekintetében magas fokú megegyezés tapasztalható a kultúra vagy szubkultúra tagjainál.

Szemléltetők. Olyan nem verbális jelzések, amelyek közvetlenül kísérik a beszédet vagy ahhoz közvetlenül kötődnek. Céljuk a verbális közlés szemléltetése.

Érzelemmutatók. Egyszerű arckifejezés-alakzatok, amelyek érzelmi állapotokat árulnak el. Az érzelmekkel kapcsolatos nyelvi közléseket ismételik, bevezetik, megtagadják (ellentmondás, inkongruencia) vagy semleges viszonyban állhatnak velük.

Szabályozók. Ezek a verbális jelek a beszélgetés két vagy több résztvevője közötti beszélés–hallgatás váltakozó természetét tartják fenn. Tudomására hozza a beszélőnek, hogy folytassa-e, ismételje-e, vagy fejtse ki bővebben mondandóját.

Alkalmazkodók. Kialakulások valószínűleg a gyermekkori alkalmazkodásra tett olyan erőfeszítésekhez köthetők, mint a szükségletek kielégítése, cselekvések végrehajtása, az indulatok fölötti uralkodás vagy a társas kapcsolatok kiépítése. Ezek tulajdonképpen nincsenek kódolva: az agresszív, szexuális vagy bizalmas viselkedés töredékes megnyilvánulásai.

5.3.2. Testi jellemzők

Ebbe a csoportba azok a nem mozgásos nonverbális jelzések tartoznak, mint a fizikum vagy a testalkat, a megjelenés, a test és a leheletszagok, a magasság, a súly, a haj-, és bőrszín.

5.3.3. Érintkezéssel viselkedés

A tényleges testi érintkezések külön osztályként jelennek meg a nem verbális kommunikáció csoportosításában. Alkategóriái lehetnek a simogatás, ütés, üdvözlés, búcsúzás stb.

5.3.4. Paranyelv

A paranyelv a verbális kommunikációhoz legszorosabban kapcsolódó csoport. Nem azzal foglalkozik, hogy mit, hanem hogy hogyan mondunk valamit. Trager a következő összetevőit azonosította a paranyelvnek:

Hangtulajdonságok: hangmagasság terjedelme, kontrollja, a ritmus kontrollja, a beszédtempó, a hangképzés kontrollja, a rezonancia, a hangrés és a beszéd közbeni ajakkontroll.

Hangkiadás tulajdonságai (vokalizációk):

- hangbéli jellemzők: nevetés, sírás, ásítás stb.
- hangbéli módosítók: az intenzitás, a hangmagasság és a kiterjedés tartozik ide.
- hangbéli különállók: mint például az „aha”, „hmm”, „öö..” vagy az „eh”.

5.3.5. Proxemika

A „proxemikus viselkedés” Edward T. Hall nevéhez köthető, azzal foglalkozik, hogy miként használja az egyén a személyes és a társadalmi tereket. A proxemikus viselkedés kutatásába az egyén térközszabályozása éppúgy beletartozik, mint az építészeti jellemzőknek a közösségekre gyakorolt hatása. Az egyén térközszabályozása evolúciós gyökerekre vezethető vissza. Az állatoknál vizsgált és bizonyított távolságok – menekülési távolság, kritikus távolság, csoportos (ható)távolság – hasonlóságot mutatnak a személyek térköz-, távolság-szabályozásával. A proxemikus viselkedésről szóló tanulmányokban gyakran találkozhatunk a territorialitás kifejezéssel. Ezzel az embereknek azt a hajlamát jelölik, hogy meghúzza a mások számára érinthetetlen személyes területének a határait éppen úgy, mint a vadon élő állatok.

Az ember hasonlóan érzékeli a távolságokat, mint az állatok. Az emberi térérzékelés dinamikus, mert a cselekvéshez kötődik, ahhoz, hogy mit lehet csinálni az adott térben. Az emberek térközszabályozásánál négy főbb távolságot határoztak meg:

Bizalmi távolság (0–45 cm): Nem lehet nem érzékelni a másik fél jelenlétét. A látvány, a szaghatások, a másik testének kisugárzása, leheletének érzése, a léggéssel járó hangok tisztán érzékelhetők. Ide sorolható a szeretkezés, a birkózás vagy a vigasztalás. Távlabbi szakaszában (15–45 cm) a két test már nem érintkezik. Ebből a távolságból a fej méretei nagyobbak látszódnak, az arcvonások torzulnak.

Személyes távolság (45–120 cm): Szokás ezt a távolságok kicsiny buborékának, védelmi vagy személyes szférának nevezni. Közeli szakaszában (75 cm-ig) még megérinthetjük a másik felet, de már nem látjuk torzulni partnerünk vonásait. A személyes zóna közeli szakaszában való tartózkodás még mindig intimitást fejez ki. A távolabbi szakaszban (75–120 cm) már kartávolságról beszélünk. Ezt a távolságot a személyes érdeklődés témaköreinek megbeszélésére szoktuk használni.

Társalgási távolság (120–360 cm): A közeli szakaszt (210 cm-ig) a személytelen ügyek megvitatására szokták használni, bár a közeli szakaszban még több személyes mozzanat is jelen van. Együtt dolgozó emberek szokták ezt a távolságot használni. A távoli szakaszában (210–360 cm) hivatalos jellegű üzleti vagy társasági beszélgetéseket folytatunk. Ebből a távolságból a másik fél arcának pigmentációja vagy az arc finomabb részletei már nem kivehetők. A bőr felülete, szerkezete, a hajazat, a fogak és a ruházat állapota viszont jól látható. Ebben a szakaszban a hangerő észlelhetően magas.

Nyilvános távolság (360–750 és tovább): A közeli szakasz összhangban van az állatok menekülési távolságával. Itt a távolság hangereje kifejezetten nagy, de nem maximális. A test kezdi elveszíteni térbeliségét, a fej jóval kisebbnek hat, mint valójában. A távoli szakasz (750 cm-től) használata kifejezetten nyilvános szereplések alkalmával használt távolság. Elvesznek a normális hangerő közvetítette finomabb jelentésárnyalatok csakúgy, mint a mimika és a mozgás részletei. A nem verbális kommunikációból szinte csak a gesztusok és a testhelyzet tartja meg informatív szerepét. Lassul a beszédtempó, és az érthetőség okán bizonyos stílusbeli változásokat kell alkalmazni (Hall 1987: 160–175).

5.3.6. Készítmények

A készítmények magukban foglalják az interakcióban részt vevő személyeken lévő tárgyak elhelyezését és kezelését, melyek nem verbális ingerként működnek. Ide sorolható a parfüm, a rúzs, a szemüveg, a különböző szépítőszeres és kozmetikumok teljes készlete.

A felsoroltak közül a parfüm mint illatanyag külön szót érdemel, ugyanis a szaglás kiemelten fontos szerephez jut a társas interakció egy szegmensében: a párválasztásban. Mindenkinek egyedi a testszaga, melyet senki máséval nem lehet összehasonlítani, akár az ujjlenyomatunk. Ezt a szagot érzékeljük és tartjuk vonzónak vagy taszítónak párválasztás során is, még ha nem is tudatos keresés eredményeként (Thornhill–Gangestad 1999).

5.3.7. Környezeti tényezők

Azokat az elemeket foglalja magában, melyek kapcsolódnak az emberi viszonyokhoz, azonban nem képezik közvetlen részét. Ilyen például a bútor vagy az építészeti stílus, a színek, a szagok vagy a háttérzene. A kommunikációs aktusokat nagymértékben befolyásolják a környezeti tényezők. Gondoljunk csak bele, hogy milyen eltérő beszélgetési stílust alkalmazunk egy adott barátunkkal különböző helyszíneken, például egy vendéglátó egységben vagy a másik fél munkahelyén.

Feladat

1. Értelmezzék az alábbi idézetet. Gondolataikat csoportosan vitassák meg!
„Azok, akik közülünk szemüket nyitva tartják, könyvként olvassák mindazt, amit magunk körül látunk.” (E. T. Hall)
2. Párokban gyűjtsenek példát az egyes nem verbális megnyilvánulásokra! A példák helyességét csoportosan vitassák meg!

<i>Emblémák</i>
<i>Szemléltető</i>

<i>Érzelemmutatók</i>
<i>Szabályozók</i>
<i>Alkalmazkodók</i>

5.4. A nem verbális elemek szerepe a kommunikáció folyamatában

A nem verbális kommunikáció egyes elemeinek, csoportosításainak körüljárását és meghatározását célszerű azzal a gondolattal zárni, hogy kontextusba helyezzük magát a nem verbális kommunikációs csatornát, hiszen ahogy a nem verbális kutatások úttörője mondta egyszer: a nem verbális tanulmányok folytatása olyan, mint a szív működésétől eltekintő élettan (Knapp é. n. 49). A nem verbális kommunikáció szerepe a teljes kommunikációs folyamatban többféle is lehet:

Ismétlés. Ebben az esetben a nem verbális kommunikáció egyszerűen megismétli azt, amit verbálisan mondtunk. Például azt mondom valakinek, hogy fáradjon be, és közben a mozdulataimmal mutatom az utat, beinvitálom.

Ellentmondás. Megeshet, hogy a nem verbális viselkedés ellentmond a verbális közlésnek. Ilyen például a fiatal pár veszekedése, amikor az egyik fél ingerülten válaszol a kérdésre: „Hát persze, hogy szeretlek!” Érdeemes felhívni a figyelmet a verbális közlés és a nem verbális viselkedés közötti szoros kapcsolatra. A tudatos tévesztés kifejezetten megterhelő lehet az egyén számára. Próbáljuk ki, hogy meggyőzően igent mondunk, és nemet bólogatunk. Vizsgálatok igazolják, hogy amikor a verbális és a nem verbális szintekről ellentétes üzeneteket kapunk, valószínűbb, hogy a nem verbális üzenetre támaszkodunk, inkább annak hiszünk.

Helyettesítés. A nem verbális viselkedés helyettesítheti a verbális közleményeket. Ilyen például a stoppos este, vagy az út túloldaláról egymásnak mutogató ismerősök példája.

Kiegészítés. A nem verbális viselkedés módosíthatja vagy elmélyítheti a verbális üzeneteket. A kiegészítő funkció azt a célt szolgálja, hogy az egyik személynek a másik felé irányuló szándékait és attitűdjeit tükrözze.

Hangsúlyozás. A nem verbális viselkedés hangsúlyozhatja a verbális üzenet egyes részeit, hasonlóan az írott eltérő kiemeléseihez.

Viszonyítás és szabályozás. A nem verbális viselkedés arra is szolgál, hogy szabályozza az interakció résztvevői közötti kommunikációs folyamatot. Így például a fejbólintás, a szemmozgás vagy a helyzetváltoztatás közül bármelyik vagy együttes kombinációja azt jelezheti, hogy a másik személy beszéljen tovább, vagy hagyja abba, mert most mi szeretnénk beszélni.

A fejezet kezdéseként a kommunikáció teljességét, kongruenciáját hangsúlyoztuk. Most, hogy a nem verbális „fegyvertárral” és annak működésével is tisztában vagyunk, a kezünkben van minden eszköz, hogy tudatosabban törekedjünk a kongruens kommunikációra: a verbális és nem verbális kommunikációs csatorna összhangban történő használatára.

Ismétlő kérdések

1. Hogyan különböztetné meg a nem verbális kommunikációt a metakommunikációtól?
2. Ismertesse a nem verbális kommunikáció funkcióit!
3. Sorolja fel a nem verbális kommunikáció dimenzióit, ismertesse azok sajátosságait!
4. Milyen szerepe van a nem verbális kommunikációnak a teljes kommunikációs folyamatban?
5. Mit értünk az érzelmi állapotok kommunikációja alatt?

6. KOMMUNIKÁCIÓ ÉS ÖNISMERET

Mit jelent az önismeret? Mi köze kommunikációhoz? Hogyan hat a két jelenség egymásra? Ha az önismeretet egyszerűen szeretnénk megfogalmazni, akkor azt mondhatjuk, hogy az önismeret nem más, mint hogy tisztában vagyunk azzal, hogy mit várhatunk magunktól az élet különböző szituációiban. Mi az, amire könnyen képes vagyok, mi az, ami próbára tesz, melyek azok a helyzetek, melyekben jól helyt tudok állni, és melyek azok, melyekkel nem, vagy csak nagyon nehezem tudok megbirkózni. A kommunikáció szerepe az önismereti folyamatokban igen jelentős. Gondoljunk az önkifejezésre, önmagunk megjelenítésének sajátosságaira, és egyéb számos olyan tényezőre, melyek megismeréséhez a kommunikáción keresztül vezet az út. Vizsgáljuk meg kicsit mélyebben, eleget téve a tudományos elvárásoknak (is), hogyan fejleszthető, alakítható az önismeret.

6.1. Az önismeret fogalma, szintjei

Az *önismeret* szó a hétköznapi értelemben az önmagunkról való tudást jelöli, azt, hogy ismerjük képességeinket, adottságainkat, vágyainkat, céljainkat, tudatában vagyunk személyiségünk pozitívumainak, negatívumainak, ismerjük hiányosságainkat. K. Pálffy úgy definiálja az önismeretet, hogy lényegében az egyén „áttekintése saját személyisége összetevőiről, határaitól és lehetőségeiről, betekintése saját viselkedésének a rügóiba, háttérébe, motívumrendszerébe, képessége arra, hogy helyesen megítélje saját szerepét, hatását az emberi kapcsolatokban” (1989: 15.). Hasonló jelentéssel bír az *én* fogalma is: magában foglalja az énről való tudásunkat, önmagunkkal kapcsolatos ismereteinket, melyek egyidejűleg magukban foglalják testi énképünket, szociális szerepeinket, vágyainkat, értékrendszerünket. Az *én-reprezentáció*nak – annak, ahogy önmagáról, az énemről gondolkodom – három fontos összetevője van. Az *aktuális énkép* elemei azon tulajdonságok, melyekkel éppen jellemezzük magunkat; az *ideális énkép* olyan tulajdonságokat tartalmaz, melyekkel rendelkezni szeretnénk; a *vágyott énkép* azok a tulajdonságok alkotják, amelyeket értékesnek gondolunk,

és azokkal rendelkezni szeretnénk. Az aktuális énképet reális, az ideális és vágyott énképet lehetséges énképnek tekintjük. A lehetséges és a reális énkép közötti távolság, különbözőségük megítélése az önértékelés kulcstényezője. Ha kicsi közöttük a távolság, akkor az ideális én nem motivál megfelelően, ekkor az egyén önértékelése esetleg indokolatlanul is pozitív. A reális és lehetséges énkép nagy távolsága esetén a személy úgy érzi, hogy céljai elérhetetlenek, ennek következtében önértékelése alacsony lesz.

Az önismeret stabilitásának alapját három motívum határozza meg:

1. Énkonzisztencia: olyan információk keresése, amelyek beillenek az önmagunkról már meglévő képbe, és olyan információk elutasítása, melyek nem illeszkednek hozzá.

2. Énnövelés motívuma: törekvés a lehető legpozitívabb önértékelés fenntartására.

3. Pontosságra törekvés: önmagunkkal kapcsolatban pontos információk el-sajátítására törekszünk.

Összegezve, énképünk egy dinamikus, összetett reprezentáció. Tartalma a vélt, szubjektív kép (amilyenek önmagamat tartom), a tulajdonított kép (ahogyan mások látnak) és a visszatükrözött kép dinamikus egyensúlyából alakul ki (Tókos 2005).

Az önismeret szintjei

Az önismeret különböző szinteken valósulhat meg. Az első, felszínes szint az adottságokról és a képességekről való tudás szintje. Ez a saját tudásunkról, akaratérőnkéről, érdeklődési körünkről, feszültség- és kudarctűrő képességünkről szerzett ismereteinket jelenti.

A második szint egy mélyebb történeti szintet jelent, és a ránk ható élményekre vonatkozik. Mik voltak ezek, és hogyan befolyásolták az egyén jelenlegi törekvéseit, érzéseit, szándékait, viselkedését?

A harmadik szint az önismeret társas szintjét jelenti. Hogyan tudunk megfelelni a velünk szemben a különböző társas szerepeinkben támasztott elvárásoknak? Milyenek látnak mások, és ez mennyire egyezik a sajátmagunkról kialakított képpel? (K. Pálffy 1989)

Az önismeret és a személyiségfejlesztés ugyanannak a dolognak a két oldala, hiszen a személyiségfejlesztő módszerek célja az egészséges emberek önismeretének a fokozása, segítése az önmegértésben, valamint célja az egyén érzelmi és kommunikációs készségeinek, képességeinek fokozása (Buda 1994, 1998).

Feladat

Az önismerethez szorosan kapcsolódó fogalmak az önmagunk elfogadása és megbecsülése. Saját magunk elfogadása különbözik attól, hogy meg is becsüljük önmagunkat. E készség fejlesztéséhez fontos, hogy ráleljünk erősségeinkre, és azonosítani tudjuk gyengeségeinket. Erősségeink és gyengeségeink feltárásának egyik jól bevált módja a személyes SWOT-analízis készítése. A SWOT angol mozaikszó, az erősségek (strengths), gyengeségek (weaknesses), lehetőségek (opportunities) és veszélyek (threats) angol szavak kezdőbetűiből tevődik össze. Az erősségek és a gyengeségek az egyénre, a lehetőségek és veszélyek a környezeti tényezőkre vonatkoznak. Elgondolkodva az egyes tételeken, elkezdhetjük feltárni személyes sajátosságainkat, valamint viszonyunkat a környezetünkkel.

Készítse el saját SWOT-analízisét! Milyen erősségei, gyengeségei vannak? Melyek azok a jellemzők, amelyek újabb lehetőségeket kínálnak fel, és melyek okozhatnak később komolyabb fejtoréseket?

6.2. Az önismeret modelljei

6.2.1. Johari-ablak

A Johari-ablakot Joseph Luft és Harrington Ingham dolgozta ki az ötvenes években. Az elnevezés a szerzők keresztnévének (Joseph és Harrington) összevonásából származik. A Johari-ablak azt modellezi, amit személyiségünkben mi magunk vagy mások ismernek.

A *nyitott én* azt a területet jeleníti meg, amellyel maga is tudatában van, és másokkal is hajlandó megosztani. Ez a terület ismert mind a személy előtt, mind mások előtt, akikkel kapcsolatban áll. (pl.: név, kor, nem, fizikai megjelenés stb.).

A *zárt én* azt a területet reprezentálja, melyet az egyén ugyan ismer, de másokkal nem szándékozik megosztani. Tudatosan és szándékosan elrejt a többiek elől (pl.: intim szféra).

		ÉN	
		ismerem	nem ismerem
MÁSOK	ismerik	Nyitott én (terület)	Vak én (terület)
	nem ismerik	Zárt én (terület)	Sötét, ismeretlen én (terület)

A Johari-ablak

A *vak területhez* azon tulajdonságaink, viselkedési módjaink, érzéseink tartoznak, amelyeket mások ugyan észrevesznek, de amelyekkel mi magunk nem vagyunk tisztában.

A *sötét terület* azokat a tulajdonságainkat, viselkedési módjainkat, érzéseinket mutatja, amelyekkel sem mi, sem mások nincsenek tisztában. A sötét területet nem lehet tudatosan szabályozni vagy megváltoztatni.

A négy területnek a határai rugalmasak. Megváltoztathatóságuk függ a helyzettől, a személy és a másik személy kapcsolatának jellegétől, a személy korábbi pozitív vagy negatív társas tapasztalataitól, valamint függ a személyiségtől is. E tényezők határozzák meg azt, hogy a négy negyed milyen arányban tölti ki a teljes ént. A személyiségfejlesztés célja a nyílt terület megnövelése, ami természetesen a vak és a rejtett terület csökkenésével jár együtt (Rudas 2001).

Feladat

1. Fogalmazzon meg magában olyan állításokat (1–3), melyeket egyértelműen a zárt területen őriz. Név nélkül írja fel egy papírra. Hajtsa félbe a papírt

és adja a közösbe. A csoport minden tagja ugyanezt a feladatot végzi el. Miután mindenki elkészült, a csoport vezetője egyenként olvassa fel a papírokon szereplő állításokat.

Vitassák meg a tapasztaltakat az alábbi szempontok alapján:

- Milyen típusú, témájú állítások fordultak elő?
- Miért a zárt területben foglalnak helyet a felolvasott állítások?
- Milyen hatással lenne a társas kapcsolataira, ha ilyen állításokat osztana meg ismerőseivel? Megváltozna a viszony? (Vö.: Rudas 2009: 125.)

2. Gyűjtsenek olyan állításokat, melyek jellemzően az egyén vak területén találhatóak!

- Miért a vak területen találhatók ezek a gondolatok?
- Milyen folyamatokkal segíthetjük elő a vak terület csökkentését?

6.2.2. Visszacsatolás (feed-back)

A Johari-ablak működésénél fontos szerep jut a *visszacsatolásnak* (feedbacknek). Annak a folyamatnak, amikor más személyekkel tudatjuk viselkedésmódjunktal kapcsolatos érzéseinket és észrevételeinket. Tehát a visszacsatolás az, amikor az egyik személy közli a másikkal annak magatartására és munkájára vonatkozó észrevételeit, érzéseit. A visszacsatolás-adás legfőbb célja, hogy adatokat, tényeket szolgáltatson az illető viselkedésmódjáról és annak másokra gyakorolt hatásáról (Barlai–Torma é. n.).

A *visszacsatolás adásának a szabályait* Németh (2009) nyomán ismertetem:

1. A visszacsatolást kérni kell, nem szabad ráerőltetni, rákényszeríteni a partnerre. A visszacsatolás hasznosítása a fogadó fél feladata. Ő kéri, s majd megítéli, mennyit nyert vele, milyen a visszacsatolás tartalma stb.

2. A visszacsatolás a fogadó fél javára történik. Azért adják, hogy segítsen, de a fogadót nem lehet változtatásra kényszeríteni.

3. A visszacsatolás csupán az adó fél észlelése. Se nem jó, se nem rossz. Mindössze az adó fél észlelését, érzéseit fejezi ki az adott időpontban.

4. Mivel a visszacsatolás az adó fél felfogása, életélménye, mindkét félnek lehet olyan igénye, hogy egyeztessen más jelenlévőkkel, hogy ők miként élik meg, észlelik az adott szituációt.

5. A visszacsatolás nagyobb hatékonyságú, ha minél hamarabb követi azt az eseményt, amelyre vonatkozik.

6. A visszacsatolás megértése és felhasználása eredményesebb, ha a visszacsatolás specifikus, nem pedig általános.

7. A visszacsatolást kevesebb védekezés fogadja, ha inkább leíró jellegű, mintsem értékelő.

8. A visszacsatolás legyen hasznos és sokatmondó. Elég fontos legyen ahhoz, hogy motiválja a befogadó felet, és irányuljon olyan viselkedésre, amit meg lehet valósítani.

9. A visszacsatolás legyen a partner számára elfogadható. A durva kritika sérődéshez, visszautasításhoz vezet.

A visszacsatolás fogadása eltérő lehet attól függetlenül is, hogy a közlő fél a felsorolt kilenc szabálynak eleget tesz-e. Igaz, a negatív fogadtatásnak nagyobb a valószínűsége abban az esetben, ha a visszacsatolás rombolja az önmagunkról alkotott képet, vagy távol esik az önmagunkkal szemben támasztott elvárásainktól. Ez a disszonancia okozta feszültség eredményezheti a magatartásforma megváltozását. A visszacsatolást fogadó személy kétféle eljárást alkalmazhat a disszonancia csökkentésére: védekező vagy problémával szembenező magatartást tanúsíthat.

Védekező magatartás	Szembenező magatartás
tagadás, elutasítás	elfogadás, önvizsgálat
megmagyarázás	beleélés, megvizsgálás
kivetítés, behelyettesítés	adatgyűjtés, érzelmek kifejezése
gyors elfogadás, visszahúzódás	segítségkérés, nyugtalanság
hatalom alapú támadás	meghallgatás, gond megosztása
tréfa, cinizmus	pozitív értékelő magatartás
ésszerűsítés, elméletgyártás	csoportkapcsolat keresés

A visszacsatolás fogadásának magatartási formái (Németh 2009 nyomán)

Feladat

Ragadja meg az első adandó alkalmat, és kérjen visszacsatolást viselkedésére egy külső szemlélőtől!

- Milyennek látta Önt?
- Milyen érzéseket váltott ki belőle a viselkedése?
- Milyen hatással volt rá a cselekmény?

6.2.3. Az önismereti kerék

A következőkben egy olyan önismereti modellel ismerkedünk meg, amely elsősorban nem a „mit?”, hanem a „hogyan?” kérdésre ad választ. Vagyis az önismeret fejlesztésének egyik fogalmi keretére. Az önismereti kerék Miller, Nunally és Wackman (2001) nevéhez fűződik. Azokkal a területekkel foglalkozik, amelyek a személyiség fejlődése/fejlesztése szempontjából különösen jelentősnek tűnnek. Egy olyan fogalmi keretet alkot, amely jól használható az önismeret fejlesztésében. Az információ öt típusát különbözteti meg. Ezek a típusok bizonyos mértékig eltérő, jóllehet összefüggő kognitív folyamatokhoz kapcsolódnak.

1. *Érzet*. Idetartoznak az érzékszerveink – látás, hallás, szaglás, tapintás, ízlelés – útján felfogott információk.

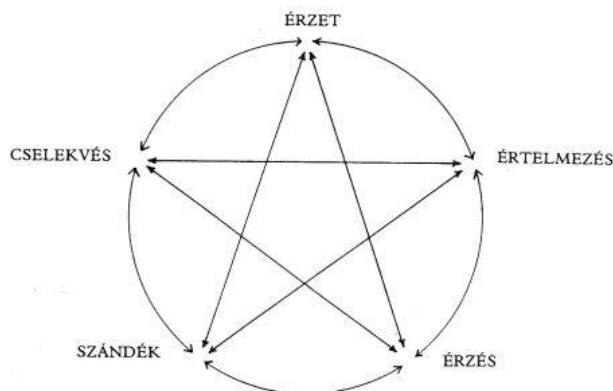
2. *Értelmezés*. Az érzékszervi benyomásokat intellektuálisan feldolgozzuk, átszűrjük a múltbéli tapasztalataink és értelmezéseink rendszerén, és valamilyen jelentést tulajdonítunk nekik. Ezáltal valamilyen benyomásunk, következtetésünk vagy feltételezésünk lesz az adott dologról. Tehát az érzet intellektuális feldolgozása tartozik ide.

3. *Érzés*. Az érzés magában foglalja az érzéki adatokra és a nekik tulajdonított jelentésre adott érzelmi vagy indulati választ. Az érzelmeink a legbelsőbb énünk jellemzője. Tükrözik a környezethez való szubjektív viszonyunkat, és energiát biztosítanak a cselekedetek megindításához, fenntartásához. Összegezve: az érzelmi, indulati állapotaink megtapasztalását jelenti.

4. *Szándék*. Magában foglalja az adott helyzetben megjelenő vágyainkat, akaratunkat. A szándék még nem cselekvés, sokkal inkább az adott probléma megoldására tett kísérlet, törekvés.

5. *Cselekvés*. A tényleges viselkedést, a tetteket jelenti. Tetteinkkel, megnyilvánulásainkkal valamilyen hatást gyakorlunk környezetünkre, majd a változásokat érzékszerveinkkel érzékeljük.

És a kerék újból indul.



Az önismereti kerék (Miller, Nunally és Wackman 2001)

Az önismeretünk annál teljesebb, minél inkább tisztában vagyunk mind az öt területtel. Ha egyik vagy másik terület hiányos, a személyiség nem lesz eléggé hatékony a társas kapcsolataiban. Az önismereti kerék hiányosságai alapján hat típust különböztethetünk meg:

1. *Értelmez–cselekszik.* Az ilyen típusú ember logikusan gondolkodik, majd ennek megfelelően cselekszik. Érzéseit, szándékait nem tudatosítja.

2. *Értelmez–érez–cselekszik.* Az ilyen ember bezárkózik a saját világába, sokat foglalkozik önmagával, a saját érzéseivel, nem veszi figyelembe a többi embert.

3. *Érzékel–érez–cselekszik.* Itt a logikus gondolkodás marad ki, és ennek megfelelően a tudatos szándék. Az ilyen embert érzelmei, indulatai „viszik”, azoknak megfelelően reagál a külvilági ingerekre.

4. *Értelmez–érez.* Nagy gondolati, lelki gazdagság jellemezheti az ilyen embert, de ezt nem fordítják át cselekedetekbe.

5. *Értelmezés összekeverése az érzelmekkel.* Az ilyen embereknél a gondolatok és az érzelmek összekeverednek egymással, ami kifejeződhet az érzelmi átélés túlzottan alacsony szintjében.

6. *Szándékol–cselekszik.* Az ilyen ember nem értelmezi a másik személy üzeneteit, és nem tudatosítja a saját válaszait sem. Így a viselkedése gyakran kiszámítottnak, manipulatív szándékúnak tűnik.

Az önismereti kerék valamely részéről tett világos kijelentés kommunikációs jártasságot kíván. Miután az önismereti kerék öt részből áll, a hiánytalan önismeret kifejezése is ötféle jártasságot igényel. Ezek a kijelentések ésszerűen egybeesnek az önismereti kerék öt részével:

- érzetekkel kapcsolatos kijelentések,

- értelmező kijelentések,
- érzelmekre vonatkozó kijelentések,
- szándékokra vonatkozó kijelentések,
- cselekvésre vonatkozó kijelentések tétele.

Ha feltárjuk önismeretünket, még egy hatodik, döntő fontosságú jártasságot is hasznosíthatunk, az énkifejezést. Azt, hogy saját nevünkben beszélünk. A saját nevünkben való beszélés a saját érzeteink, gondolataink, érzéseink és szándékaink kifejezését jelenti. Saját nevünkben beszélve az „én”, az „enyém” nyelvi fordulatot használjuk az általánosítások (pl.: „Emberek, ilyen helyzetben mindenki úgy gondolná, hogy ...”) E jártasság azért döntő fontosságú, mert világosan jelzi, hogy a személy ellenőrzése alatt tartja tapasztalatait, ura saját személyének. A saját nevében beszélő személy egyrészt növeli saját autonómiáját, másrészt viszont teljes felelősséget vállal azért, amit mond, elkerülve a szélsőségeket, a csekély és a túlzott felelősségvállalást.

Abban az esetben, ha ez a felelősségvállalás csekély mértékben valósul meg, a személy nem ismeri fel sajátjának a saját gondolatait és érzéseit. Még saját nevében sem szokott beszélni. Úgy véli, hogy az ő szempontja, nézete nem fontos, és nem is lehet hasznos sem önmagának, sem másoknak. Lebecsüli énjét, és kerüli azt, hogy elismertesse saját gondolatait, vágyait és érzéseit. Céljainak elérése érdekében gyakorta közvetett módon cselekszik.

A másik szélsőséges esetben a túlzott mértékben felelősségvállaló személy megpróbál mások vagy éppen mindenki nevében beszélni (pl.: „Jól érzed magad” vagy „A házasságban a férfiaknak kell domináns helyzetben lenniük”). A mások nevében való beszélés gyakorta ölti normatív felszólítások formáját. (Például: bizonyos módon kell érezni, meg kellene tenni valamit.) Az ilyen személy semmilyen vagy csak kevés tiszteletet tanúsít mások jogai és autonómiája iránt. Jellemző módon a mások nevében beszélő személy arra tesz kísérletet, hogy olyan gondolkodásmódról, érzésről, cselekvésről győzze meg a másikat, vagy olyanra vegye rá manipulatív módon, amit az nem fogadna el saját választása alapján.

Ha saját nevünkben beszélünk, ez mind saját autonómiánkat, mind pedig a másik személyes autonómiáját növeli, akárcsak mindkettőnk személyes felelősségét. Először is, ha saját nevünkben beszélünk, akkor ez világosan jelzi, hogy a miénk a felelősség – és nem másé – az értelmezéseinkért, érzéseinkért, szándékainkért és cselekedeteinkért. Ha kerüljük azt, hogy mások nevében beszéljünk,

akkor ez lehetőséget biztosít a másik embernek, hogy beszámoljon saját észlele-
teiről, gondolatairól, érzéseiről, szándékairól és cselekvéseiről, s egyúttal fele-
lősséget is vállaljon azokért (Miller–Nunally–Wackman 2001).

Feladat

1. Gondolja végig, hogy milyen jellemző kijelentéseket tesz önmagával kap-
csolatban. Milyen szinten áll az önismerete, önkifejezése? Rajzolja meg a saját
önismereti kerekét! Ábrázolja, hogy milyen önismerettel rendelkezik az önisme-
reti kerék egyes ágain.

Melyek azok a területek, amelyek fejlesztésre szorulnak?

Dolgozzon ki stratégiát a kevésbé fejlett területek erősítésére!

Ismétlő kérdések

1. Hogyan határozná meg az önismeret fogalmát?
2. Milyen motívumok határozzák meg az önismeret stabilitását?
3. Mutassa be a Johary-ablakot, ismertesse annak jelentőségét az önismeret
fejlesztésének folyamatában!
4. Mit jelent a visszacsatolás (feedback)? Ismertesse annak szabályait!
5. Ismertesse az önismereti kerék működését!
6. Milyen szintjeit különböztetjük meg az önismeretnek? Jellemezze az egyes
szinteket!

7. KOMMUNIKÁCIÓS STÍLUSOK

A kommunikáció hatékonysága nem csupán azon múlik, hogy szavainkat hogyan válogatjuk, a testbeszéd, a hangszín, hangerő, hanglejtés éppúgy része az üzenetnek, és ezeknek összhangban kell lenniük ahhoz, hogy a kommunikátor hiteles legyen. A sikeres kommunikáció feltétele tehát, hogy képesek legyünk a kommunikációs helyzetben asszertívan, azaz kellő magabiztossággal kommunikálni.

A tudomány sajátja, hogy igyekszik különböző elméleti modellek megalkotásával elősegíteni többek között az emberi viselkedés mikéntjét. Számos, a társadalomtudományokban elterjedt modellt ismerünk, melyek közül többet a kommunikációtudomány is felhasznált célja elérésének érdekében. Ehhez hasonlóan a kommunikációs stílusok kategorizálása, azonosítása is ilyen előzményekre vezethető vissza. Három, a pszichológiából elterjedt és meggyökeresedett fogalmat felhasználva asszertív, szubmisszív és agresszív kommunikációs stílusokról beszélhetünk. Először nézzük meg a kifejezések általános jelentését.

– *Agresszív*: támadó, erőszakos, rámenős, sértő.

– *Asszertív*: középút a behódoló és a fenyegető között; kellő határozottságú és öntudatú.

– *Szubmisszív*: behódoló viselkedés.

Vizsgáljuk meg, hogy milyen kommunikációs sajátosságai vannak az egyes viselkedési formáknak. Kezdjük a középúttal.

7.1. Asszertív kommunikáció

Az önbizalom a szociális készségek alapja. Az *asszertív kommunikáció* első-sorban a közlő magabiztosságától és empátiájától függ. A választás lehetőségét jelenti, azt, hogy ki tudjuk fejezni az igényeinket, pontosan meg tudjuk fogalmazni a véleményünket, érzéseinket, s biztosak lehetünk abban, hogy senki nem kényszerít akaratumkon kívül semmire (Bishop 2008: 7).

Az *asszertivitás* azt jelenti, hogy ki tudunk állni saját jogainkért anélkül, hogy közben másokat sértenénk, másokban szorongást keltenénk. A korábbi fejezetekből tudjuk: testbeszédünk árulkodó. Mindegy, hogy szavainkat mennyire jól válogattuk, verbális üzenetünk mennyire asszertív, ha nem a megfelelő arckifejezéssel, testtartással kísérik mondanivalónkat, közlésünk hatástalan lesz. Az asszertív közlő pozitív énképpel rendelkezik, arra törekszik, hogy a kommunikációs partnerrel való együttműködése pozitívan záruljon, a kommunikáció mindkét fél számára sikerrel járjon.

Az asszertív magatartás segíti a kapcsolatok egyenlőségét, képessé teszi az embert arra, hogy szorongás nélkül kiálljon az érdekeiért, szabadon fejezze ki érzéseit, gondolatait.

Az asszertív viselkedés választott, de vannak olyan alkalmak, kommunikációs helyzetek, amikor nem ez a megfelelő viselkedési forma, olykor a passzív vagy agresszív kommunikációs mód is elfogadható.



Az asszertív viselkedés arra való képességet jelent, hogy ki tudjuk fejezni az érzéseinket és gondolatainkat sérülésmentes módon, miközben kiállunk a jogainkért. Megnyilvánulásában a magabiztosság a legközelebbi forma, melyben megragadható. Három alapvető összetevőből áll:

- képesség, hogy kifejezzük az érzéseinket;
- képesség, hogy hiedelmeket és véleményeket fejezzünk ki;
- képesség, hogy kiálljunk a jogaink mellett, és ne engedjük másoknak, hogy zavarjanak vagy kihasználjanak minket.

Az asszertív emberek nem túlságosan merevek vagy szégyenlősek, képesek a külvilág felé kifejezni érzéseiket (gyakran közvetlenül), anélkül, hogy agresszíven vagy szubmisszíven viselkednének.

Az asszertivitás – ahogy a magabiztosság is – kialakítható, fejleszthető. A magabiztosság növelése jellemzően két dolgot jelent. A visszahúzódnás, féltékenység, zárkózottság, azaz a *szubmisszivitás* leküzdését, valamint az indulatosság, lobbanékonyosság, *agresszivitás* kordában tartását. Először is meg kell határozni, hogy az adott kontinuumban hol helyezkedünk el akkor, amikor magabiztosnak kellene lennünk.

Féltéken visszahúzódnunk? Vagy harciasan kiállunk magunkért? Az asszertivitáshoz empátiára és bátorságra van szükség. Ezek segítenek nekünk abban, hogy megtaláljuk az arany középutat. Az empátia segít mások szempontjainak a figyelembevételében, így könnyebben tudunk másokkal tisztelettel és méltósággal bánni. A bátorság segít abban, hogy több kockázatot vállaljunk. Segít az önálló vélemények megfogalmazásában, az érdekeinkért való kiállásban.

Az asszertív ember nem passzív, az asszertív ember nem agresszív. Az asszertivitás az arany középut. Verbális kommunikációban tömören, világosan megfogalmazott üzenet formájában nyilvánul meg, de egyúttal azt is jelenti, hogy mondanivalónkat ahhoz a személyhez igazítjuk, akihez beszélünk, s elkerüljük azokat a kifejezéseket, amelyeket a befogadó feltehetően nem ismer.

Fontos szerep jut a nem verbális csatornának is az asszertív megnyilatkozások során. A nem verbális jelzések hitelesíthetők, vagy éppen hiteltelenné tehetik a verbális üzenetet, fontos tehát, hogy közlésünk kongruens legyen. Arckifejezésünk, gesztusaink, testtartásunk összhangban legyen azzal, amit mondunk. Alapvető, hogy kommunikáció közben tekintetünkkel is a beszédpartnert figyeljük, ugyanakkor a merev nézés agresszív magatartásnak is minősülhet, így időről időre szakítsuk meg a szemkontaktust. A fej mozdulatai (pl. bólintás) megerősítő-jóváhagyó vagy cáfoló jelzések. Az asszertív testtartás nyitottságot, érdeklődést mutat. A mozgás magabiztosságról árulkodik, a gesztusok modorosság nélküliek, nem túlzók, a szemkontaktus közvetlen és szabályos, a figyelem tehát érdeklődést tükröz (Bishop 2008: 63).

Az asszertív jogok

A testbeszéd és a verbalitás összehangolását elősegítendő, foglaljuk össze, mely jogok illetik meg az asszertív embert (mindenkit) és annak partnerét.⁵

⁵ Az asszertív jogok listáját Smith „When I say no, I feel guilty” című könyvében dolgozta ki. Jelen összeállítást az eredeti listát alapul véve (Smith 1975), valamint az azóta tett kiegészítések figyelembevételével közöljük (pl.: Németh 2002, 2009).

Jogunk van ahhoz, hogy önbecsülésünk és méltóságunk megőrzése érdekében megfelelően eljárjunk.

Jogunk van ahhoz, hogy tisztelettel bánjanak velünk, meghallgassanak és komolyan vegyenek bennünket.

Jogunk van ahhoz, hogy nemet mondjunk anélkül, hogy büntudatot éreznénk.

Jogunk van ahhoz, hogy információt kérjünk.

Jogunk van arra, hogy ha önérvényesítő jogaink értelmezésében bizonytalanságok vannak, akkor ezeket tisztázzuk az érintett személlyel.

Jogunk van bármit csinálni, amíg ezzel nem zavarunk, nem korlátozunk, nem hozunk hátrányos helyzetbe másokat.

Jogunk van arra, hogy tévedjünk.

Jogunk van arra, hogy megváltoztassuk a döntéseinket.

Jogunk van arra, hogy döntésünk logikátlan legyen.

Jogunk van azt mondani, „nem tudom”.

Jogunk van arra, hogy magatartásunkat, gondolatainkat, érzéseinket magunk ítéljük meg, és hogy vállaljuk értük a felelősséget.

Jogunk van arra, hogy magatartásunkat ne magyarázzuk mások előtt, ha ez nem érint előzetes megegyezést vagy közös érdeket.

Jogunk van arra, hogy a másokhoz való viszonyt magunk alakítsuk, a magunk által választott eszközökkel.

Jogunk van eldönteni, hogy vállaljuk-e vagy sem a felelősséget mások problémájának megoldásáért.

Jogunk van arra, hogy függetlennek érezzük magunkat mások jóindulatától.

Jogunk van azt mondani másoknak, nem értjük, hogy mit akarnak tudatni velünk, ha szándékaikat, problémáikat, érzéseiket, gondolataikat csupán jelzésekkel próbálják közölni, és azt várják, hogy kitaláljuk azokat.

Jogunk van az egyedüllétre.

Minden egyes jog a másik felet is megilleti.

Ezen jogokat szem előtt tartva számos kellemetlennek vélt helyzetben szánhatjuk rá magunkat a magabiztos viselkedésre, véleményünk és gondolataink kifejezésére.

A következőkben valamivel rövidebben, de mégis a teljesség igényének megfelelően vizsgáljuk meg a szélsőséges kommunikációs stílusokat.

Feladat

A következő felsorolás segítségével gyűjtse össze az asszertív kommunikátor jellemzőit. A válaszokat vitassák meg csoportban.

Hangerő:

Tekintet:

Gesztikuláció:

Térhasználat:

Testtartás:

7.2. Agresszív kommunikáció

Ez a viselkedés abban gyökerezik, hogy az interakcióban részt vevő emberek nem azonos jogokkal rendelkeznek, azaz az egyiknek több joga van arra, hogy érdekeit érvényesítse, érzelmeit, véleményét kifejezze (Németh 2002: 74). Jellemzője az erőszakosság, az erőteljes gesztusok, hangerő. Akár nyílt, akár burkolt formában jelenik meg a kommunikációban, a partner elnyomottnak érzi magát. Gyakran akár előnyös is lehet ez a viselkedés, különösen a szubmisszív (alárendelt) emberrel szemben. Az így elért eredmény azonban csupán tartalmi szintű lehet, érzelmi és kapcsolati szinten rombol.

Agresszív testbeszéd

Az agresszív kommunikátor testtartása egyenes, feszes, mozdulatai szaggatottak, türelmetlenségre utalhatnak. Arc kifejezése szigorú, ugyanakkor gyakran bizonytalan mosolya is lehet. A szemkontaktus jobbára intenzív, jellemzőek a türelmetlenségről árulkodó bólintások. A hangerő vagy fenyegetően halk vagy éppen túlzottan hangos.

Feladat

A következő felsorolás segítségével gyűjtse össze az agresszív kommunikátor jellemzőit. A válaszokat vitassák meg csoportban.

Hangerő:

Tekintet:

Gesztikuláció:

Térhasználat:

Testtartás:

7.3. Szubmisszív kommunikáció

Az alárendelő viselkedésre a féltékenység, bizonytalanság jellemző, az ily módon kommunikáló gesztusai visszafogottak, hangja halk. A kommunikátor a másik féllel való kapcsolatát egyenlőtlennek érzi, így nem mer véleményt nyilvánítani, kérdezni, kérni vagy kérést visszautasítani. Mivel keveset kommunikál, környezete is nehezen tudja eldönteni, mit gondol. A szubmisszív személy gyakran érzi magát elnyomottnak, s ez időnként indulatkitörésben nyilvánulhat meg.

Behódoló testbeszéd

A passzív, önbizalomhiányos ember testtartása összeroskadt, jellemző a lábak és karok szoros összefonása. A passzivitás az arcon is tükröződik: a kommunikátor arc kifejezése túlzottan mentegetőző, nézése esedező, a stressz, feszültség vagy éppen aggodalom nyilvánvaló jelei mutatkoznak. Gyakran nehezebbre esik a szemkontaktust fenntartani, tekintetét lesüti, de ennek ellenkezője is igaz lehet, az állandó, merev szemkontaktus, mivel a passzív ember csügg a beszédpartner minden szaván (Bishop 2008: 63). Gesztusai szintén bizonytalanok, babrálhatja a ruháját, haját, vagy kapaszkodhat valamilyen tárgyba (pl. toll).

Feladat

A következő felsorolás segítségével gyűjtse össze a szubmisszív kommunikátor jellemzőit. A válaszokat vitassák meg csoportban.

Hangerő:

Tekintet:

Gesztikuláció:

Térhasználat:

Testtartás:

7.4. Az asszertivitást megterhelő helyzetek

A szélsőséges kommunikációs formákból – és személyiség típusokból – is eredeztethető, hogy azonosítani tudunk több olyan szituációt, helyzetet, amikor különösen nehéz az asszertív viselkedés megvalósítása. Helyzetek, amikor nehéz asszertívnek lenni (Németh 2002: 78–79):

- kérés megfogalmazása, visszautasítása
- kritika megfogalmazása, fogadása
- dicséret megfogalmazása, fogadása
- vélemény megfogalmazása, visszautasítása
- igaztalan vádak tisztázása
- konfliktusos helyzetek kezelése

7.4.1. Kérés megfogalmazása

A kérés megfogalmazása leginkább a szubmisszív embernek esik nehezére. A kiszolgáltatottságtól, visszautasítástól, túlzott elkötelezettségtől való félelem természetes emberi érzés, ugyanakkor fontos, hogy indokolt esetben tudjunk kérni vagy éppen kérést visszautasítani. Fontos, hogy minél objektívebben mérjük föl a helyzetet, s föl tudjunk készülni arra, ami várható.

A szakirodalomban számtalan klisé-t találunk az asszertív üzenet megfogalmazásához (Németh 2002, Bishop 2008):

Fölkészülés

– fontos, hogy kérésünk megvalósítható legyen, legyenek felkínálható alternatívák

- legyünk tisztában azzal, hogy mennyire megterhelő a kérés teljesítése
- készüljünk föl a beszédpartner lehetséges reakcióira
- tervezzük meg a mondanivalónkat, legyen kommunikációnk tudatos

Az üzenet

– legyen világos, tömör és udvarias

– éüzeneteink legyenek pontosan megfogalmazottak (megfelelően indokoljuk kérésünket)

- figyelmesen hallgassuk meg a választ
- legyünk empátikusak, mutassunk megértést
- legyünk kompromisszumkészek
- amennyiben a beszédpartner beleegyezik, köszönjük meg a szívességet
- konkretizáljuk a megállapodást

Kérést visszautasítani is megterhelő, hiszen tartunk attól, hogy a másik megbántódik. De nem szabad elfelejteni, hogy amikor nemet mondunk, nem a szérmélyt, hanem annak kérését utasítjuk el. Tartsuk tiszteletben a másik embert, miközben az interakciót lefolytatjuk, de ne feledkezzünk el saját jogainkról sem (Bishop 2008: 106)

Az asszertív kommunikátor mondanivalójában precízen összefoglalja a kérést, majd nyugodtan közli válaszát. A választ természetesen indokolja is, hangsúlyozva saját szempontjait. A diskurzus közben mindvégig empátikus, és aktívan figyel a visszajelzésekre.

7.4.2. Kritika megfogalmazása és fogadása

A kritika megfogalmazásakor – csakúgy, mint a kérés előterjesztésekor – nehéz asszertív magatartást tanúsítani. Gyakran vagyunk inkább alárendelők, s nem vállaljuk a kritizálást, illetve szabadkozunk, vagy éppen ellenkezőleg, inkább indulatosan, agresszíven tesszük. Az asszertív kommunikátor ez esetben is határozottan, mégis empátikusan, a befogadó lehetséges reakcióit is figyelembe véve fogalmazza meg üzenetét. Fontos fölmérni, hogy a kritika valóban jogos-e.

Bishop a negatív visszajelzések következő fázisait különíti el (2008: 125–126):

1. Gondosan válasszuk meg az időt és a helyet! A visszajelzést legjobb azonnal megtenni, mert így a másik is pontosan tudja, mire utalunk. Ügyeljük arra, hogy legyen elegendő idő a megbeszélésre.

2. Figyeljünk a környezetre, s arra, hogy a helyzetnek megfelelő nem verbális üzeneteket küldünk-e.

3. El akarjuk-e venni a kritika élet, vagy a bírálat egyenes beszédet követel.

4. Használjunk „én” üzeneteket! Nem szabad elfelejteni, hogy mi akarunk valamilyen változást a másiktól, s nem fordítva.

5. Határozzuk meg pontosan, mit tett a másik személy, ami zavar minket! Ne fogalmazzunk általánosításokat.

6. Ne féljünk kifejezni érzéseinket!

7. Használjuk a csendet! Az átgondoláshoz időre van szükség.

8. Legyünk kitartóak!

9. Próbáljunk mindig valami pozitív megjegyzéssel befejezni mondanivalónkat!

A kritika fogadására Németh Erzsébet négy egyszerű üzenetmegfogalmazási taktikát javasol (2002: 86):

– A túlzó kritika kezelhetőségére jó kommunikációs megoldás lehet, ha megismételjük az elhangzott álláspontot, ilyenkor ugyanis a beszédpartner belátja, hogy kritikája túlzó volt:

Őn tehát úgy gondolja, hogy sohasem tudom határidőre elkészíteni a munkámat.

– A tempó lassítása:

Az illusztráció hiányától eltekintve mi a véleménye a könyvről?

– Nyíltság:

Igaza van, valóban nem volt elég tartalmas a kérdésre adott válaszom.

– Két pozitívum közé helyezzük a kifogást:

Egyre több helyen hangsúlyozzák a tartósítószer-mentes élelmiszerek fontosságát. Ezek a termékek valamivel magasabb áruak, egészségünk érdekében azonban fontos, hogy az élelmiszerek összetételét is figyeljük.

7.4.3. Dicséret megfogalmazása

Gyakran érezzük úgy, ha hibát követünk el, hamar megkapjuk érte a kritikát is, viszont, ha jól cselekszünk, természetesnek veszik. Általában örülünk a dicséretnek, ha az őszinte. Meg kell azonban tanulnunk a dicséretet is hatékonyan fogadni.

Fontos, hogy észrevegyük, a hiteles pozitív visszajelzés esetén a másik figyel ránk, s ha megérdemelt dicséretet kapunk, azt köszönettel tudjuk nyugtázni.

Elismerést, pozitív visszajelzést adni legalább annyira nehéz, mint azt asszerítvan fogadni. Az asszertivitás témakörét feldolgozó munkák szerzői jobbára a munkahelyi pozitív visszajelzést hiányolják (Bishop 2008, Burg 2010, Németh 2002).

Németh Erzsébet (2002: 89) a szociális jutalmazás lehetőségeit számba véve úgy véli, hogy lényeges annak tudatása, hogy valamilyen csoporthoz tartozunk. Fontos annak hangsúlyozása, hogy bizonyos emberekkel megegyező nézeteket vallunk, s hogy mások elismernek, elfogadnak minket. Annak is jutalomértéke van, ha valakit meghallgatnak, elismerik együttműködési készségét.

7.4.4. Konfliktus megoldása

Olyan *ütközés*, amely mögött igények, szándékok, vágyak, törekvések, érdekek, szükségletek, nézetek, vélemények, értékek szembenállása húzódik meg (Szekszárdi 1995, 1996). Harcra, összeütközésre akkor kerül sor, amikor a felek viselkedése akadályozza egyikük vagy másikuk igényeinek érvényesítését, vagy értékrendjük különböző (Gordon 1994).

A konfliktus minősége függ attól, hogy milyen indítékok húzódnak a konfliktus mögött (igények, szándékok, vágyak, törekvések, érdekek, szükségletek, nézetek, vélemények, értékek). A személyiség szintjén minél magasabb rendű motivációs struktúrához kötődnek (pl. értékekvezérelt meggyőződések, eszmények), annál súlyosabb lefolyásúak, és kevésbé oldhatóak meg békésen. Ha minél alacsonyabb rendű a motivációs struktúra (pl. kíváncsiság), a konfliktusok annál enyhébb lefolyásúak és annál békésebben megoldhatóak.

A konfliktusok azonban lehetnek fejlődést elősegítő jelenségek, a játék és az élet nélkülözhetetlen velejárói (Cseh-Szombathy 1995).

Ha egy meglévő, fennálló konfliktust akarunk befolyásolni, asszertívan megoldani, Berndt Zuschlag és Wolfgang Thielke a következő modell alkalmazását javasolja (2008: 41):

Összetevők	Elemzések	Az elemzést irányító fő kérdés
1. A konfliktus okai	1. elemzés	Mely okok vezettek a konfliktushoz?
2. Aktuális konfliktus	2. elemzés	Mely összetevők határozzák meg a pillanatnyi konfliktust?
3. A konfliktusfeldolgozás célja	3. elemzés	Melyek az optimális célok és megoldások, ha egyszerűen arra törekszünk, hogy elkerüljük a szükséges lépések következményeképpen esetlegesen fellépő nemkívánatos mellékhatásokat?
4. Teendők a konfliktusfeldolgozás során	4. elemzés	Mely lépésekkel érhetőek el a kitűzött célok és megoldások?

Én-üzenet

A konfliktusok kezelésének egyik alapvető eszköze az én-üzenet. Lényege, hogy a feszült helyzetben figyelmemet elsősorban önmagamra fordítom, és a szituációban megjelenő ellentmondások ismertetése során folyamatosan ott is tartom. Azaz nem arról beszélek, hogy mit és hogyan tett vagy nem tett a másik fél, hanem arról, hogy számomra mit jelentett az esemény.

Gordon (2001) szerint az emberi kommunikáció célja egyrészt, hogy mi megértsük a másik embert, másrészt, hogy minket megértsenek embertársaink. A hatékony kommunikációnak két fontos elemét különbözteti meg, melyek az érthető üzenet (világos kifejezés, én-üzenetekkel) és a tiszta vétel (helyes felfogás). Az én-üzeneteknek 5 típusát különbözteti meg, melyeket „konfliktusmegelőző én-üzeneteknek” is nevez.

- 1) Elismerő én-üzenet
- 2) Problémamegelőző én-üzenet
- 3) Önfeltáró (igény és érzésközlő) én-üzenet
- 4) Elutasító én-üzenet
- 5) Konfrontáló én-üzenet

Mindemellett az én-üzeneteknek számos előnye is van. Ha őszintén kimondom, amit érzek, gondolok, erősebb lesz az ember önértékelése, fokozódik a tudatossága, és nem utolsó sorban nagy valószínűséggel sikerül megértetnie magát.

Összegezve: az én-üzenet a saját érzelmeinket vagy vágyainkat tartalmazza, anélkül, hogy közben másokról ítélkeznénk, hibáztatnánk, bírálnánk, számon kérnénk vagy fenyegetnénk őket. Úgy számolunk be egy számunkra fontos személynek a jelenlegi lelkiállapotunkról, érzéseinkről, hogy ezért teljes mértékben vállaljuk a felelősséget. Tényszerűen szólunk arról, hogy mi van velünk, de nem minősítjük a magatartását, nem fenyegetőzünk, nem moralizálunk.

Értő figyelem

A Gordon (2001) gondolatmenetének másik lényeges eleme az „értő figyelem”, melynek előfeltétele, hogy a fogadó kizárja saját érzéseit, ítéletét és kizárólag az üzenetre figyeljen. Az értő figyelem része a *visszajelzés* (feedback): jól odafigyelt-e a címzett a másik fél mondanivalójára. Ilyenkor más szavakkal ugyan, de az elhangzottakat adja vissza, elemzés és saját érzése, gondolatai hozzáfűzése nélkül.

Azonban vannak esetek, mikor nem sikerül az értő figyelmet alkalmaznunk, aminek következményeképpen a kommunikációnk akadályba ütközik. Ezen akadályokat nevezte Gordon „közléssorompója”, melyet 12 csoportra osztott:

- 1) parancsolás, utasítás
- 2) figyelmeztetés, fenyegetés
- 3) prédikálás, moralizálás
- 4) tanácsosztogatás, megoldási javaslatok
- 5) logikai érvelés, meggyőzés
- 6) ítélkezés, bírálat, vádolás
- 7) dicséret, egyetértés
- 8) megszegyenítés, kifigurázás, megbélyegzés
- 9) értelmezés, elemzés, diagnosztizálás
- 10) nyugtatás, részvét, vigasztalás, bátorítás
- 11) faggatózás, rákérdezés
- 12) elterelés, humorizálás, távolságtartás

Az értő figyelem a pontos megértésben segít, abban, hogy megértsük, mire gondol a másik fél, mit kíván kommunikálni, melynek következményeként az esetleges nézetkülönbségek, konfliktusok is elfogadhatóbbá, kezelhetőbbé válnak.

A konfliktusok kezeléséről részletesebben a 12. fejezetben olvashat.

Záró feladat

Nevezzen meg 1-2 olyan helyzetet, melyben szeretne asszertívan viselkedni. Részletesen írja le, melyek ezek, majd tervezze meg az önmagával szemben elvárt viselkedésformát.

A leírást és a viselkedésformákat csoportokban vitassák meg!

Ismétlő kérdések

Milyen kommunikációs stílusokat ismer? Definiálja az egyes stílusokat!

Melyek az asszertív viselkedés alapvető összetevői?

Mely helyzetekre mondjuk azt, hogy megterheli az asszertivitásunkat? Miért?

Mit nevezünk én-üzenetnek? Milyen típusai vannak? Mondjon mindegyikre egy-egy példát!

Mi az a „közléssorompó”? Milyen viselkedéseket lehet ide sorolni?

8. A KOMMUNIKÁCIÓS ÜZENET TERVEZÉSE, A MONDANIVALÓ STRUKTURÁLÁSA

Vannak olyan kommunikációs helyzetek, amelyekben az üzenet gondos előkészítést, tervezést, szerkesztést igényel. Ilyen például egy kiselőadás, konferencia-előadás, ünnepi beszéd vagy egy évfolyamdolgozat, szakdolgozat elkészítése. Ezekben a helyzetekben nem elég végiggondolni, hogy mit fogunk mondani, leírni, azt is meg kell terveznünk, hogyan tesszük azt. Fontos, hogy figyelembe vegyük a befogadók igényeit, képességeit, attitűdjét.

A mondanivaló felépítésében az arányosságra, a téma logikus kifejtésére, az egyes részek egymásra épülésére, kapcsolódására kell törekednünk. A befogadókhöz való alkalmazkodás tehát nem csupán a nyelv- és szóhasználatra vonatkozik, hanem a közlés megszerkesztésére is.

8.1. Az elkészítés munkarendje

1. A téma kiválasztása
2. Anyaggyűjtés
3. A gyűjtött anyag elrendezése
4. Nyelvi megformálás
5. Memorizálás
6. Előadás

8.1.1. A téma kiválasztása

A választott téma legyen jól körülhatárolható, kellően leszűkített, illeszkedjen a munka (évfolyamdolgozat, szakdolgozat, kiselőadás) kereteihez, terjedelmi korlátaihoz. A dolgozat, előadás lehetséges terjedelme annak is határt szab, amiről írni szeretnénk. Fontos tehát, hogy választott témánkat kellő elmélyültséggel, alaposan tudjuk feldolgozni.

Igyekezzünk időszerű, az érdeklődés középpontjában álló témát megjelölni. Olyan területet választani, ahol kutatásunk új eredményeket, megállapításokat is

hozhat. Ellenkező esetben előadásunk, dolgozatunk felületes, mások számára unalmas lesz.

- H. Varga Gyula (2001: 83) a témaválasztás gyakori hibájának tartja, ha:
- a téma túl általános (a szerző ez esetben nem tud elmélyült, alapos munkát készíteni)
 - a téma feldolgozása időben behatárolhatatlan
 - túlságosan leszűkített vagy speciális a téma (nincs elegendő forrás, amiből dolgozhatunk)
 - megoldott problémát választunk
 - kényszerű a témaválasztás (ha a szerző számára is unalmas, amin dolgozik, az mások számára is élvezhetetlen lesz)
 - divatos, sokak által kedvelt a téma (nem tudunk új megállapítást tenni, érdekeset mondani)
 - korai a témaválasztás (nem tudjuk, van-e felhasználható szakirodalom)

8.1.2. Anyaggyűjtés

A következő fontos lépés a választott téma kidolgozásához szükséges források, korábbi vizsgálatok feltérképezése, az anyaggyűjtés. A szakmai alaposág fontos feltétele, hogy a témához kapcsolódó legfontosabb monográfiákat, tanulmányokat, korábbi kutatásokat felleljük, munkánk hitelességét támasztják alá. Többféle forrásból dolgozhatunk:

- személyes tapasztalatok, megfigyelések
- interjúk, kérdőíves felmérések
- könyvtárban elérhető források
- internetes adatbázisok

A személyes tapasztalatokat ritkán és többnyire bátortalanul alkalmazzuk a kutatásban, pedig élményszerűvé tehetik munkánkat. Egy jól összeállított kérdőív szintén érdekes empirikus adatokkal szolgálhat.

A források között legnagyobb presztízse azonban a mai napig is a könyveknek, nyomtatott formában is megjelent tanulmányoknak van. Ezek lehetnek monográfiák, amelyek legnagyobb értéke, hogy egy-egy téma átfogó feldolgozását adják, kidolgozott módszertannal, az eddigi álláspontokat értékelve (H. Varga 2001: 83). Fontosak lehetnek a kézikönyvek, segédkönyvek is, amelyek egy tudományterület ismereteit foglalják össze. A folyóiratokban, gyűjteményes köte-

tekben, konferenciakiadványokban megjelent tanulmányok, cikkek a bennük található adatok frissessége, a feldolgozott témák gazdagsága miatt szintén nélkülözhetetlen források.

Napjainkban legelterjedtebb az internetes források használata, az elektronikus adatgyűjtés. A föllelhető anyagok gazdagsága, szerteágazósága, sokszor bizonytalan elérhetősége és hitelességének ellenőrizhetetlensége miatt azonban megnehezíthetik munkánkat.

8.1.3. A gyűjtött anyag elrendezése

A következő munkafázis a gyűjtött anyag elrendezése, amikor a fellelt adatokat, tényeket, gondolatokat rendszerezünk, csoportosítjuk. Mindeközben kirajzolódik munkánk felépítése, szerkezete is. A közlés célja és az ahhoz választott forma, a műfaj, meghatározza a kommunikációs üzenet (a dolgozat, előadás) struktúráját is. A rendezés során fontos, hogy a tervezett részek egymásra épüljenek (logikai rendet kövessenek) és arányosak legyenek (az egyes részek terjedelme a gondolati egység tartalmi fontosságától függjön).

Szerkezeti vázlat

Ebben a munkafázisban készül a szerkezeti vázlat, ami a téma kidolgozását segíti, lineáris szerkezetű, tehát a dolgozat, előadás logikai-tartalmi egységeinek rendjét, hierarchiáját vázolja, többnyire pontokba szedve, címszerűen.

8.1.4. Nyelvi megformálás

Nyelvi megformáláskor, a mondanivaló megfogalmazásakor – ahogyan arra már korábban is utaltunk – a befogadók attitűdjét, előzetes ismereteit is figyelembe kell vennünk. Ez meghatározza közlésünk kifejtettségét, nyelvhasználati stílusát, célja pedig mondanivalónk felépítése.

Az egyes részek minél részletesebb, taglaltabb osztályozása segíti a szerzőt abban, hogy céljainak és szándékainak megfelelő szöveget készítsen. Az egyes részek körülhatárolt, ugyanakkor az előadás, beszéd, dolgozat egészébe szerveződő funkcióval rendelkeznek úgy, hogy az iránymutató lehet az elkészítéshez (Aczél 2004: 49). A kommunikáció céljának megfelelő beszédrészek ismerete a vázlat elkészítését is segíti. Az anyag elrendezésének munkafázisa tehát szorosan összefügg a mondanivaló megfogalmazásának szakaszával.

A tervezett szöveg általában alapvetően három részből áll: bevezetés, kidolgozás (tárgyalás) és befejezés. Az egyes részek további alrészekre tagolhatók attól függően, hogy mi a szöveg célja, műfaja.

A klasszikus retorikában a szónoklattan kidolgozása a szónoki beszéd leírásával kezdődött. Kr. e. 467-ben Korax a szónoki beszédnek három részét, a bevezetést, az elbeszélést és a befejezést írta le. Tanítványa, Teisziasz pedig kiegészítette ezt még egyel, a bizonyítással. Arisztotelész foglalkozik először tudományosan a szónoki beszéd részeivel, és megállapítja, hogy azoknak száma és kidolgozottsága az ügy milyenségétől és a szónoki beszéd fajtájától függ. Szerinte a szónoki beszédnek mindössze két állandó része van: a tétel és a bizonyítás, egyébként pedig hét szövegrész különíthető el:

- bevezetés
- elbeszélés
- kitérés
- témamegjelölés
- bizonyítás
- cáfolás
- befejezés

Ezeknek a részeknek (epizódoknak) a beillesztése műfaji kritérium függvénye, azaz a beszéd műfaja az egyes beszédrészek meglétének vagy hiányának a meghatározója. A bemutató beszéd (köszöntők, gyászbeszéd) jellemzője például a benyomásszerűség, ezért ezekben a leírás nagyobb hangsúlyt kap. A tanácskozó beszédek (például reklámok, politikai beszédek) az irányíthatóság növelésére törekednek, így azokban a személyességet erősítő kitérés, cáfolás fontosabb. A törvényszéki beszéd a döntés végett születik, ezért abban a bizonyítás a legfontosabb szövegrész.

Az ismeretterjesztő, tudományos előadások, dolgozatok szerkezete, felépítése természetesen ettől eltérő is lehet. H. Varga Gyula (2001: 91) a következő sémát javasolja hasznos kiindulási alapnak:

- I. Bevezetés
 1. Indítás
 2. Téma- és célmegjelölés
 3. A szerkezet bemutatása
 4. Az alkalmazott módszerek
- II. Tárgyalás

1. Fölvezetés
 - a) a probléma fölvetése
 - b) mások véleménye a témáról
 - c) az eddigi eredmények összegzése
 2. Kifejtés
 - a) a saját álláspont bemutatása
 - b) érvelés: bizonyítás, cáfolás
- III. Befejezés
1. Az eredmények összefoglalása
 2. Ki- vagy előretekintés
 3. Lezárás

Feladat

1. Írjon témavázlatot a következő témákhoz:
 - Ön szerint szükség van-e kommunikációs ismeretekre
 - a) a pedagógusok munkájában
 - b) az edzők szakmájában
 - c) az orvosi képzésben
 - Könyvtár vagy internet?
 - Hazai termék vagy külföldi?
 - A sport szerepe az egészség megőrzésében
2. A csoportvezető felolvassa a következő szavakat, a hallgatók csak figyelnek:
napsütés, tenger, víz, könyv, busz, labda, ceruza, fényképezőgép, polc, cserép, pörgettyű, kutya, tej, só, virág, telefon, internet

Miután a csoportvezető befejezte a felolvasást, megkéri a hallgatókat, hogy írják le azokat a szavakat, amelyeket megjegyeztek a felolvas után. Összegzik a tapasztalatokat – mely szavakat jegyezték föl a legtöbben?

Bevezetés

A befogadókra a bevezetés és a befejezés teszi a legnagyobb hatást. Különböző vizsgálatok kimutatták, hogy a közlés elején és végén elhangzottakra emlékszünk leginkább, ezért külön kell foglalkoznunk azzal, hogyan lehet hatásosan kezdeni és befejezni a mondanivalónkat.

A bevezetés fontos funkciója

- a jóindulat elnyerése, vagyis az, hogy a befogadót megnyerjük magunknak
- a figyelem megragadása, vagyis az, hogy a befogadót a témánknak is megnyerjük (A figyelem megragadásának közvetítő szerepe van a közönség és a szöveg tárgya között. Elsősorban az a feladata, hogy legyőzze a közönyt, unalmat. A figyelemfelkeltés kulcsa a szöveg stílusában, grammatikai szerkezetében rejlik.)
- a téma megadása

A kezdés hatásosságát több eszköz is szolgálhatja. Indíthatjuk mondanivalónkat időbeli vagy térbeli aktualizálással, humoros fordulattal, egy rövid személyes történettel, kérdésfelvetéssel vagy éppen idézettel. Fontos azonban, hogy az indítás a mondanivalónkat készítse elő, illeszkedjen a szöveg további részeihez, mondanivalójához.

A téma megadása egyben a témavázlat ismertetése is lehet, röviden akár arra is kitérhetünk, mi motiválta választásunkat.

Feladat

1. A csoportvezető megkéri a hallgatókat, hogy alkossanak ötfős csoportokat, majd lépésről lépésre kövessék az utasításokat.

- Írjon föl a lapra öt szót, majd adja át a szomszédjának.
 - A lapon lévő szavak alapján határozzon meg egy témát.
 - Melyik az az öt kérdés, amit riporterként biztos, hogy feltenne riportalanynak ebben témában?
 - Írjon ismertetőt, ajánlót a témához.
 - Fogalmazza meg a téma bevezetését.
2. Írjon bevezetést a következő témákhoz:
- Gyümölcsök fontossága a táplálkozásban
 - A rendszeres sportolás hatása a szellemi teljesítményre

Kifejtés, tárgyalás

Előadásunk, dolgozatunk legterjedelmesebb része. A kidolgozás során arányosan és szükség szerint használjuk az összegyűjtött anyagot, a kifejtés a mondanivalónkat szolgálja, igyekezzünk tehát a bevezetőben megjelölt irányt követni. Ennek a szövegrésznek a megfogalmazásánál derül ki, hogy az előkészítés

– vagyis az anyaggyűjtés és a rendszerezés – mennyire volt eredményes (használható-e a gyűjtött anyag, világos, logikus volt-e az elrendezés, követhető-e a gondolatmenet).

A kifejtés indulhat fölvezetéssel, amelyben tisztázzuk, pontosítjuk, értelmezzük az előismereteket. Ezt követi mondanivalónk lényegi része, itt tagolódik a téma logikai, gondolati egységekre (H. Varga 2001: 93).

Egy-egy kérdés a kifejtésben a befogadót szorosabb gondolati követésre bírja, mert a végén úgy gondolja, hogy a feltett kérdés megválaszolásával ő oldotta meg az ügyet. Alkalmassá a felszólításra is, tehát egy kérdésnek nemcsak új információkra kell rávilágítania.

A kérdés – mint a válasz meghatározásának eszköze – gyakori a politikai beszédekben, sajtóban. Tágabb értelemben a provokáció, a sértés, a vitatkozás eleme lehet. Azt, hogy a beszéd (előadás, dolgozat) tartalmaz-e kérdést, részben a műfaja, felépítése, stílusa is meghatározza, de a kommunikációs-retorikai szituáció függvénye is.

Feladat

1. Írjon kérdéseket, amelyeket riporterként tenne föl:
 - egy sportolónak, aki doppingbotrányáról lett híres
 - egy edzőnek, aki a mérkőzés alatt folyamatosan durva stílusban kiabál
 - egy olimpikonnak, aki dohányzik
2. Mivel érvelne, ha
 - tanítványait szeretné meggyőzni arról, hogy ne puskázzanak
 - ismerősét egészséges életmódra szeretné ösztönözni
 - edzőként csapatának tagjait szeretné meggyőzni: fontos, hogy az edzésekre pontosan érkezzenek

Befejezés

A befejezésnek többféle megnevezése van: tetőzés, lezárás. Tükörképe, illetve megisméltése a bevezetésnek, vele rokon szövegrész. Döntő szerepe van a hatékonyságot illetően, ezért különleges figyelmet érdemel a szövegalkotás során. A befejezés tartalmazza végső következtetésünket és ajánlásunkat, azaz a befogadók teendőit.

Következtetésünk legyen megalapozva a tárgyalásban, az ajánlás pedig a következtetésben gyökerezzen. A befejezésben fölhasználhatjuk a bevezetésnek

több módját, például a személyes hangvételt és a személyes hangvételű rövid történetet. De míg ajánlatos idézettel, szállóigével kezdeni a mondanivalónkat, úgy kevésbé ajánlatos azzal befejezni, hiszen elsősorban a magunk szavaira és gondolatainkra akarjuk emlékeztetni a hallgatóságot, nem máséra.

A befejezés összefoglalja, esetleg ismét felsorolja az előadásban, beszédben, dolgozatban elhangzott témákat és szempontokat, tehát két célja van: az emlékezet felfrissítése és az érzelmek befolyásolása. Többféle befejezést említhetünk:

- összefoglaló: ismétli a korábban elmondottakat, előnye lehet, hogy nyomatékosít, így az érzelmekre is képes hatni

- érzelemfelkeltő: a befejezés az utolsó alkalom, hogy a befogadót a saját oldalunkra állítsuk.

A befejezéssel cselekvésre lehet buzdítani a hallgatóságot, elősegítheti az emlékezetbe vésést.

- A befejezés erényei közé tartozik a rövideg.
- Jó, ha a befejezés a teljesség érzetét kelti.
- Legyen határozott, döntő lezárása a mondanivalónknak.
- Ne maradjon a befogadónak megválaszolatlan kérdése.

Feladat

1. Fogalmazzon befejezést a következő témákhoz:

- Egy szabadon választható kurzus felvétele.
- Egy ismerősének írt levél, amelyben arról szeretné őt meggyőzni, hogy az egri főiskolát válassza.

2. Írjon tudósítást:

- egy sporteseményről
- a legutóbbi szakestről

8.1.5. Memorizálás

8.1.6. Előadás

Az előadás, nyilvános beszéd fontos követelménye, hogy a befogadók számára hallás után is könnyen felfogható legyen. A hangzást környezeti tényezők is befolyásolják, de sok múlik azon is, hogy az előadó hogyan tud hangjával bánni.

A hangzó beszédnek különböző kategóriáit lehet elkülöníteni attól függően, hogy a beszéd és gondolat egymáshoz képest mikor zajlik (Aczél 2004: 133):

1. A spontán élőbeszédben, a kötetlen megszólalásokban a gondolkodás egy időben zajlik a beszéddel, nyelvileg is a kisebb fokú szerkesztettség, helyenként átgondolatlanság mutatkozik meg.

2. A felolvasásban egy előre elkészített szöveg gondolatmenetét tolmácsoljuk, amely a miénktől akár különböző is lehet.

3. Az előadói beszédben memorizált szöveget adunk elő, melynek gondolatiságát átéljük, mégsem egyidejű a gondolkodás a beszéddel.

4. A vázlatból mondott beszéd egyszerre lehet egyidejű és nem egyidejű a gondolkodással, amennyiben egyfelől követjük az előre megírt szöveg folyamatát, másfelől kiegészítjük spontán megjegyzésekkel.

Egy szöveg előadásakor különböző mondat- és szövegfonetikai eszközöket alkalmazunk: hangsínt, hangerőt, hangsúlyt, hanglejtést, tempót és ritmust, szünetet. Ezek az eszközök az előadásunkban az értelmi egységek elkülönítését, kiemelését, értelmi, érzelmi árnyalását vagy éppen átértelmezését segítik (Aczél 2004: 133–144).

A *hangsín*: velünk született tulajdonság, meghatározza egyéni karakterünket. Változását érzelmi változások adják.

A *hangerő*: hangzásbeli többlet. A hangerőváltásnak kiemelő, értelemmódosító szerepe lehet.

A *hangsúly*: a magyar nyelvben, ha egy szót hangsúlyozunk, annak első szótagjára fog kerülni a nyomaték. Azonban nagyon ritkán emelünk ki egyetlen szót, gyakoribb, hogy egy szünetekkel elválasztott szósort, egy *szakaszt* hangsúlyozunk.

Aszerint, hogyan hozzuk létre, a hangsúly lehet:

- zenei: ilyenkor a hangmagasság változásával hangsúlyozunk
- nyomatéki: hangerőtöbblettel emelünk ki.
- A hangsúly indítéka szerint lehet:
 - értelmi, ha valamely értelmi elem kiemelésére, a jobb érthetőségre összpontosítunk
 - érzelmi, ha érzelmi szempontok válnak fontossá a kiemelésnél

A *hanglejtés*: a beszéd zeneisége, a beszéd dallamának változása, folyamata. A hanglejtés értelmi indokai a mondat tartalmi viszonyaival függenek össze, érzelmi indokai pedig a beszélő lelkiállapotával. A magyar nyelvben a különféle

modalitású mondatoknak különféle tipikus hanglejtésformáit ismerjük. A hanglejtés lehet emelkedő, szökő, ereszkedő, eső és lebegő.

A *beszédtempó*: a beszélő temperamentuma, pszichés, lelki sajátosságai és a mondanivaló is szabályozhatja.

8.2. A vázlat

A szöveg legfontosabb gondolatainak, kérdéseinek a gyűjteménye, általában az anyag elrendezése közben alakul ki. Ez a korábban már említett témavázlat vagy szerkezeti vázlat. A vázlat azonban nem csupán mondanivalónk előkészítésében, megfogalmazásában segíthet, hanem az elkészült szöveg előadásában is. Míg az előbbi útmutatás, irányjelző, ez utóbbi emlékeztető, tehát a mondanivaló felidézésében van fontos szerepe. A közlőnek segít ellenőrizni, mederben tartani a gondolatot, a befogadónak pedig követni az előadást.

Prezentáció

A vázlat modern formájának tekinthető, ami szemléletessé, jól követhetővé teszi előadásunkat. Fokozza a közönség bevonódását, érdeklődését, hangulatteremtő, hatása lényegesen tovább tart, mint a szóbeli közlésé. A vizuálisan közölt információ másképp hat a befogadóra, mint a verbális, ahogyan azt pszichológiai kutatások is igazolták. Egyes vélekedések szerint a vizuális információ az érzelmekre hat, míg a verbális az értelemre. Aczél Petra azonban úgy véli, hogy a kettő közötti különbség inkább a közvetlenség-közvetettség eltérő folyamatában ragadható meg. A vizuális információ hatására ugyanis mentális kép alakul ki a befogadókban (Aczél 2012: 47). Hofmeister-Tóth Ágnes és Mitev Ariel Zoltán (2007: 102) a vizuális segédeszközök legfontosabb jellemzőit a következőkben látja:

- Emlékeztet a hallottakra.
- Élethű ábrázolást biztosítanak.
- Megerősítik a fontosabb információkat.
- Bonyolult gondolatok összekapcsolására alkalmasak.
- Segít az információk összehasonlításában.
- Összefoglal, bemutat, szemléltet, definiál és inspirál.

Collins (2000: 65) arra is rávilágít, hogy használatából milyen problémák, hibák adódhatnak:

- A közönség nem kap elegendő időt a bemutatott képek megértésére.

- Nincs összhangban a látott és hallott információ.
- Az előadó elveszti a szemkontaktust a befogadókkal.
- Ugyanaz az információ hangzik el, amit a diákon is lát a közönség.

Ismétlő kérdések

1. Sorolja föl a kommunikációs üzenet tervezésének lépéseit!
2. Milyen nehézségei lehetnek a témaválasztásnak?
3. Nevezze meg az üzenet főbb részeit!
4. Melyek a vázlat főbb típusai?

9. NYELVI STÍLUS

A kommunikáció során – legyen az írásos vagy szóbeli – létrejött üzenet nyelvi megformálásának módja szintén üzenetet hordoz, azaz a kifejezés hogyanja hozzájárul a közlés értelméhez.

A mondanivaló hatása szempontjából tehát nem mellékes, hogy jól van-e megszerkesztve. A jól megformált és ezáltal hatásos szövegről, szövegművekről gyakran mondjuk, jó a stílusa. De voltaképpen mi is a stílus?

9.1. A stílus

A stílus a nyelvi kifejezés módja, az a sajátos mód, ahogyan közölnivalónkat (gondolatainkat, érzéseinek stb.) különböző szóbeli vagy írásbeli műfajokban a megfelelően kiválasztott és elrendezett nyelvi elemek segítségével kifejezzük.

Minden leírt vagy elhangzó szövegnek van stílusa. A megfogalmazott, kimondott gondolat nem létezik stílus nélkül – mint ahogy tartalom sincs forma nélkül. Nem mindegy azonban, hogy milyen az a nyelvi köntös, amelyben a közölt gondolat megjelenik. Különösen igaz ez a megállapítás a sajtó, a tömegkommunikáció szövegtermékeire, mivel ez a közlésmód jobbra (persze nem kizárólagosan) egyirányú és közvetett. Egyirányú, azaz a befogadónak nincs módja a visszajelzésre; közvetett, mert a kommunikáció nem egy térben és nem egy időben zajlik.

A nyelv és a stílus egyaránt normatív, vagyis szabályokkal leírható. A nyelvi normák szabályrendszere szigorúbb, zártabb, hosszabb idő alatt változó, a stilisztikai normák, a társadalmi érintkezés során kialakult közlésformák változó-konyabb rendszerbe sorolhatók.

9.1.1. A stílust meghatározó tényezők

A stílus alakulását, azaz a nyelvi elemek kiválasztását a következő kommunikációs tényezők befolyásolják, ezeket stílussteremtő, stílusmeghatározó tényezőknek is nevezünk (Balázs 2002: 35).

a) Közlő: illetve a közlő egyénisége, pillanatnyi hangulata. Lehet az üzeneteknek a tárgya, mondanivalója, célja ugyanaz, a kifejezésmód mégis különböző.

b) Befogadó: a megfogalmazás módját befolyásolja az is, hogy kinek szól az üzenet. Más stílusban kommunikál például a tanár egy tudományos konferencián, és másképp, amikor ismeretterjesztő előadást tart.

c) A közlő és befogadó viszonya: ugyanarról a témáról más stílusban, más nyelvi megformáltsággal beszélünk a barátainkkal, családtagjainkkal és másképp a tanárunkkal.

d) A közlőnek a témával kapcsolatos attitűdje.

e) A közlés témája: Más nyelvi eszközöket használ például az előadó egy tudományos konferencián, és mást a költő az érzelmeinek kifejezésére.

f) A kommunikációs cél: A stílust befolyásolja a megnyilatkozás célja. A tudományos munkák célja elsősorban a kifejtés, ismertetés, a megértés, ezekre tehát a tárgyilagos jellegű nyelvi elemek használata a jellemző; az érzelmi hatásra törekvő szépirodalmi művekben viszont a szóképek a gyakoriak. Megjegyzendő azonban, hogy a szóképek használata nem csak a szépirodalmi művek sajátja, a hétköznapi nyelvhasználat során is gyakran alkalmazunk azokat.

g) A közlési csatorna.

h) A kommunikációs helyzet.

Feladat

Az alábbiakban egy film ismertetéséhez szükséges adatokat talál:

Cím: Carter edző

Műfaj: filmdráma

Rendező: Thomas Carter

Főszereplők: Samuel L. Jackson, Harry Escott, Robert Richard, Rick Gonzalez

Készült: 2005-ben

Történet:

A feszültség egyre nőtt, ahogy a richmondi High Oilers a következő kosárlabda-bajnokságra készülődött. A város csupa izgalom volt a veretlen csapatnak köszönhetően, és a lelátók minden meccsen megteltek ujjongó szurkolókkal. Senki sem gondolta volna, hogy 1999. január 4-én a közösségben kitör a viszály, és oly sok élet megváltozik, amikor Ken Carter edző lelakatolta a tornatermet, és nem engedte be játékosait, mert azok lerontották a jegyeiket...

(Az igaz történet alapján készült Carter edző az ellentmondásos gimnáziumi kosárlabda-tréner, Ken Carter lélekemelő története. Cartert az egekig magasztalták és a sárba döngölték egyszerre, amikor belekerült a hírekbe azzal, hogy az egész veretlen csapatot a kispadra küldte, gyatra tanulmányi eredményük miatt.)

Írjon az adatok alapján ismertetőt a filmről

- a) egy színházzal-mozival foglalkozó művészeti lapnak
- b) egy programismertető műsormagazinnak
- c) egy női magazinnak
- d) egy férfi magazinnak
- e) egy barátnőjének / barátjának

9.2. Stílusfajták

A stílus alakulását befolyásoló tényezők azt is eredményezik, hogy a nyelvi kifejezésmódok a társadalmi érintkezés meghatározott területeihez is kapcsolódnak, s így az eltérések ellenére többé-kevésbé azonos vonások is jellemzik egy-egy csoport nyelvi kifejezésmódját. Az így létrejött stílusváltozatok a *stílusrétegek*. Más szóval: a stílusréteg a társadalmi érintkezés meghatározott területén jellemzően használt nyelvi kifejezőeszközök rendszere, illetve az ezek használatát szabályozó törvényszerűségek összessége.

Irodalmi és köznyelvünkben a következő főbb stílusrétegeket különböztetjük meg (Szathmári 2004: 198):

<i>Írott nyelvi stílusok</i>	<i>Beszélt nyelvi stílusok</i>
Tudományos stílus	Társalgási stílus
Publicisztikai stílus	Szónoki stílus
Hivatalos stílus	Előadói stílus
Szépirodalom vagy művészi stílus	
Levélstílus	

9.2.1. Tudományos stílus

A tudomány célja a valóság összefüggéseinek megismerése logikus és adatszerű bizonyítással. Így a tudományos stíusból az érzelmi és festői hatású nyelvi elemek szinte teljesen hiányoznak. Az érthetőség kedvéért egyértelműen, pontosan fogalmaz. Nagy számban használ (magyar és idegen eredetű) terminus

technicusokat, definíciókat, levezetéseket, képleteket stb., viszont a szemléleteség nyelvi eszközeit mellőzi.

Nem használ érzelmi hatású mondatformákat, többnyire a ténymegállapító, kijelentő tartalmú, racionális mondatszerkezeteket alkalmazza. Általában világos, áttekinthető szórendre és kompozícióra törekszik. Gyakoriak benne az összetett mondatok, melyekben fontos szerephez jutnak a kötőszók mint a logikus, következetes és fegyelmezett mondatfűzés nélkülözhetetlen eszközei. Sűrűn használ párhuzamos, illetőleg ellentétes szerkesztésmódot, figyelemfelkeltő kérdéseket, idézeteket és hivatkozásokat (Szathmári 2004: 244).

A tudományos stílus a tudományos művek (monográfia, tanulmány, tudományos cikk, referátum, korreferátum, recenzió stb.) jellemző nyelvhasználata.

9.2.2. Publicisztikai stílus

Összefoglaló megnevezése a média nyelvhasználati stílusának. Heterogénebb a többi stílushoz képest, ugyanis felhasználja azok nyelvhasználati jegyeit is.

A publicisztikai stílus az újságírás, a nyomtatott és az elektronikus média nyelvhasználatára jellemző eszközök összessége. Feladata, hogy tájékoztasson a társadalom, a gazdaság, a politika, a kultúra időszerű eseményeiről, és azokkal kapcsolatban alakítsa a közvéleményt, vagy állásfoglalásra serkentse az olvasókat, hallgatókat, nézőket. Fogalmazásmódjában ezért közérthetőségre és közvetlen hatásra kell törekednie.

A nyelvi, kommunikációs funkciók közül a sajtóban a tájékoztató és befolyásoló, valamint az emotív és a fatikus szerep a legerősebb.

A médiaműfajokat a változatosság jellemzi. Az újságírás kialakulása óta sokszínű a médiaműfajok palettája, egyes műfajok eltűnnek, újak keletkeznek, s mára kialakultak az ún. hibrid (több műfaj sajátosságait magukon viselő) műfajok is. Ezek szókészletében, kifejezéstárában, mondat- és szövegalkotási sajátosságaiban, legjellemzőbb stílári eszközökben szembevető különbségek vannak.

A két legmarkánsabb műfajcsoport: a *tájékoztató* (információs) és a *véleményközlő* (publicisztikai). A tájékoztató műfajcsalád legjellemzőbb műfajai: hír, információ, közlemény, tudósítás. A véleményközlő műfajokhoz tartozik: a kommentár, glossza, jegyzet, tárcsa, nyílt levél, olvasói levél, kritika, ismertetés.

A hírműfajokat a tényszerű közlés, tárgyilagos fogalmazás jellemzi. A szerző egyénisége, egyéni stílusa ezekben nem kerülhet előtérbe; a szubjektivitást azon-

ban mégsem lehet teljesen kiiktatni belőlük: a híryanagból való válogatás, a szóválasztás, az anyag elrendezése, a cikk elhelyezésének megválasztása egyben állásfoglalás is.

A véleményközlő műfajok ezzel szemben nyíltan is élnek a képszerűség, szemléletesség stíluseszközeivel (metafora, metonímia, hasonlat), erős érzelmi-hangulati töltésű kifejezésekkel, nemritkán meghökkentő fordulatokkal. Kedveli a neologizmusokat, a figyelemfelkeltő, hatásos címeket, szójátékokat. Szívesen él a humor nyelvi eszközeivel is.

A média nyelvhasználatának lényeges jellemzője az időszerűség, a pontos adatközlés követelménye. Nagy szerepük van benne az időszerű vonatkozásoknak: személy- és intézményneveknek, hely- és időmegjelölésnek, személyekre való hivatkozásoknak. A naprakészséget olykor divatszavakkal érzékelteti. Ez utóbbiak részben elcsépeltek, szürkítik a stílust, részben azonban kordokumentumok. (A divatszavakról bővebben lásd: Balázs 2002b.)

Az újságírás stílusában többféle árnyalatot lehet megkülönböztetni: egyrészt a közéleti zsargon szavait, közhelyeket, sablonos kifejezéseket, sőt, argószleng elemeket találunk, másrészt pedig igényesebb változatában a művelt irodalmi nyelvvel találkozhatunk.

9.2.3. Hivatalos stílus

A hivatalos érintkezés stílusa jobbra eltér a köznyelvi nyelvhasználattól. Legfontosabb jellemzői: a szaknyelv alkalmazása, a sajátos műszavak és kifejezések használata; az elavult nyelvi formák, fordulatok megőrzése; olykor a mondatokat túlterhelő szóhalmozás; az idegen szavak kedvelése; szószaporító, gyakran túlzottan körülményes, s így nehezen érthető mondatok.

A hivatalos iratok stílusa változhat a tárgynak, célnak megfelelően, ezekben az esetekben a szakterminológia használata jellemzi.

9.2.4. Szépirodalmi, művészi stílus

Ez a stílusréteg a legváltozatosabb, leggazdagabb. Egyrészt azért, mert stíluseszközként felhasználja a nyelv valamennyi elemét, az összes többi stílusréteg eszközeit is. Másrészt azért, mert olyan művészi hatásra való törekvés jellemzi, amelyet a többi stílusrétegben hiába keresünk. Legfőbb jellegzetességei: képszerű ábrázolás, a legváltozatosabb nyelvi-stilisztikai eszközök felhasználása,

rendkívüli választékosság, a művészi hatásra való törekvés, az egyéniség dominanciája.

9.2.5. Levélstílus

A levél tulajdonképpen írásban megjelenő társalgás, így elsősorban a társalgási stílus jegyei jellemzők rá: a könnyed és természetes nyelvi eszközök használata. Mivel azonban írott formában él, szókincsében és mondatfűzésében megtaláljuk az írott stílus jegyeit is. A levélstílus sajátos átmenet a szóbeli (beszéli) stílusokhoz. Önálló stílusként csak formai elemei miatt vehető figyelembe.

A levélírás stílusát természetesen nagyban befolyásolja annak írója, a szerző egyénisége, s az is, hogy kinek íródik az üzenet.

9.2.6. Társalgási stílus

A társalgási stílus a szóbeli érintkezés nyelvhasználata. Barátok, családtagok, munkatársak mindennapi, kötetlen érintkezésének stílusrétege. Jellegzetes műfajai: a párbeszéd, az elbeszélés, a napló, a magánlevél, e-mail, sms, a telefonbeszélgetés, a vicceselés. A közvetlenség, a természetesség, a hétköznapi kifejezőmód és mondatfűzés jellemzi. Szókincsé ezért rendkívül sokrétű: csoportnyelvi, tájnyelvi, zsargon-, argó-, idegen szavak egyaránt megtalálhatók benne, a megértés érdekében azonban kerül a archaizmusokat. E stílusban jelennek meg leginkább a nyelvi divatjelenségek.

Fogalmazására az egyszerű, könnyen érthető, rövid mondatok alkalmazása jellemző. Nem ritka, hogy a mondatok hiányosak, közbevetéseket tartalmaznak. A jelentés szorosan kapcsolódik a szituációhoz.

9.2.7. Szónoki stílus

A szónok célja a hallgatóság befolyásolása, meggyőzése, ennek megfelelően szókincsé ünnepélyes, választékos, gyakran használ expresszív, sőt túlzó kifejezéseket. Szívesen alkalmazza a szemléletesség nyelvi eszközeit, az állandósult szókapcsolatokat. A könnyebb megértés érdekében mellőzi az idegen szavakat, és ugyanezen okból gyakori az ismétlés, az előre- és visszautalás.

Fontos a világos, érthető megfogalmazás és az arányos szerkesztés. Előnyben részesíti a párhuzamos vagy az ellentétes mondat szerkesztést a figyelemfelkeltés érdekében, valamint – a bizonyítást és cáfolást megerősítendő – a halmozott mondatrészeket, felsorolásokat. A szóbeli jelleg lehetővé teszi a hangos stílus

eszközeinek, lehetőségeinek (kiejtés, hangsúly, hanglejtés, beszédtempó stb.) kiaknázását. Szívesen él a felkiáltó, felszólító és kérdő mondatok érzelemkifejező erejével. A dinamizmust keltő alakzatok mellett a szemléletességet hordozó szóképek állnak a meggyőzés szolgálatában.

9.2.8. Előadói stílus

Az előadói stílus lényegében a tudományos stílus beszélt változatának tekinthető, ezért egyrészt ennek, másrészt a szónoki stílusnak a sajátosságait ötvözi. Ez jelenik meg például az oktatásban (a tanár és a diák részéről egyaránt), de a szakmai konferenciákon is. Minden előadónak, minden előadásnak az a célja, hogy mondanivalóját a hallgatóság megértse. Ennek érdekében világítja meg a fogalmakat és az összefüggéseket.

Főbb ismertetőjegyei: a témára vonatkozó bevezetés eligazító intonálása, a magyarázatra szoruló fogalmak, szakkifejezések ismertetése, közbevetett kérdések alkalmazása, az elhangzottak rögzítését szolgáló ismétlések.

Feladat

1. Fordítsa magyarról magyarra az alábbi szöveget! (Szabó 2001)

Rekonstrukcionális projektjeinket csak optimális pénzügyi feltételek mellett realizálhatjuk, kapacitásunk ugyanis csak minimális konstrukciómódosítási opciót tesz fizibilissé a következő periódusban. Ennek konzekvenciájaként maximalsan kell orientálnunk a racionálisan kompetitív produkció és a vele kompatibilis szerviz és marketingaktivitás irányában.

2. Hasonlítsa össze két napilap híreit ugyanarról a témáról! (Néhány lehetséges szempont: szóhasználat, mondatfűzés, címadás, terjedelem, mit emel ki a szerző?, mennyire tárgyilagos a stílusa? stb.)

9.3. Képszerűség

9.3.1. Képszerűség a nyelvhasználatban

Az már régóta igazolt tény, hogy a képszerűség nem csupán az irodalmi művek sajátja, hanem általános és természetes nyelvi jelenség.

A képszerű fogalmazásnak, azaz a metaforikusságnak a kommunikációs üzenet nyelvi szerveződésében lehet

a) retorikai funkciója: a szöveg díszítését szolgálja, szemléltet

- b) stilisztikai funkciója: a stílus élénkítését szolgálja
- c) pragmatikai funkciója: képzelget, köznapi beszédformát stimulál
- d) szemantikai funkciója: implikáció, sűrítés (a tartalom és hordozó együttes jelentéséből fakad, a két dolog képzetének kölcsönhatása eredményezi), és jelentésterületeket jelöl ki és kapcsol össze.

9.3.2. Képszerűség a sportnyelvben és a médiaszövegekben

A médiaüzenetek megfogalmazója bizonyos határokon belül megválasztja, hogy mondanivalóját milyen szavakba, nyelvtani szerkezetekbe önti. Ha a médiaszövegek hagyományos, hármass osztályozását vesszük, akkor a tájékoztató műfajcsaládba sorolt szövegekkel kapcsolatban a befogadó az objektivitást, tárgyilagos közlést nevezi meg elvárásnak, s tisztában van a publicisztikai műfajcsalád tagjainak véleményközlő, befolyásoló szándékával, ideológiai részlehajlásával. Így tehát például a hírekre, tudósításokra úgy tekint, mint a valóság hű tükrére, világos előtte az is, hogy például a vezércikk állásfoglalást tartalmaz vagy, hogy a reklám célja a meggyőzés, azaz a vásárlásösztönzés. A közlési szándékhoz igazodik a médiaüzenet nyelvi megformálása, stílusa is.

A képszerűségnek talán a tudósításokban van a legnagyobb szerepe, stilisztikai szempontból lényeges különbséget mutatnak a hírekhez képest. A hírek írói általában mellőzik a képszerűséget, a melléknevek használatát, hiszen azok esetleg állásfoglalást, minősítést hordoznak, addig a tudósításokban előszeretettel alkalmazzák azokat. Az élményszerűséget, drámaiságot különböző stilisztikai elemek biztosítják.

A képszerűségnek fontos szerepe van például a politikai tudósításokban. Azt már számtalan kutatás igazolta, hogy a politika nyelve, a politikai beszédek, kampányszövegek tele vannak metaforikus kifejezések, amelyek alkalmasak a hatalom érzékeltetésére, olykor képesek lehetnek egy-egy nagyobb problémáról elterelni a figyelmet. Másrészt a sajtóban megjelenő metaforák még egy, a tájékoztató műfajcsaládhoz sorolható szövegfajtában is lehetővé tehetik a véleménynyilvánítást, érzelmi többletjelentést adhatnak (Ebben az időszakban egyszer már *legyőzte* az erőpolitizálás és a rendőrállam *rémét*”, Népszabadság, 2007. február 16.; „...nem biztos, hogy *kiállja* az alkotmányosság *próbáját*, hogy gyakorlatilag adóként kell beszédniük a vizitdíjat az egészségügyi szolgáltatóknak.”, Népszabadság, 2007. február 19.).

A sporttudósítások tartalma sematizált, információtartalma rendkívül tömör. Nagyon leegyszerűsítve azt is mondhatnák, hogy csupán háromféle adatot közölhet: nyert, veszített, döntetlent játszott. Éppen ezért a nyelvi megformálásnak megnő a szerepe, a stílus, a közlő személyisége az, ami fogyaszthatóvá, érdekessé teheti a közleményt.

Stilisztikai szempontból a sporttudósítások lényeges különbséget mutatnak a hírekhez képest, mert míg a hírek írói általában mellőzik a képszerűséget, a melléknevek használatát (hiszen azok esetleg állásfoglalást, minősítést hordoznak), addig a tudósításokban előszeretettel alkalmazzák azokat. Persze ezt a megállapítást is lehet árnyalni, hiszen egyáltalán nem mindegy, hogy a tudósítás mennyire tervezett, vagy tartalmaz-e dialógust.

A tudósítások többnyire a sportesemény közvetítése után íródnak, és szükségszerűen átadják azok hangulatát is, itt-ott értékelik a látottakat, hallottakat. A közvetítések során a kommunikátor nagyon sok képszerű elemet használ, a legtöbb esetben metaforát (pl.: *elkaszál*), egy-egy izgalmasabb szituáció kapcsán túlzást (pl.: *toronymagasan*), a történetek értékelésekor esetleg ironiát. Ezeket az eszközöket többnyire a tudósítások is őrzik. Tehát a stílust maga a mondanivaló adja.

A sporttudósítást speciális tudósításnak tekinthetjük, hiszen az eredmény közléte mellett a cselekmény visszaadása, a történetek mikéntje, dramaturgiája, a fordulatot hozó mozzanatok megjelenítése nem csupán formai elem. (Szigethy 2002: 64.)

Ahogy Balázs Géza megállapítja (1999: 18), a sporttudósítás legfontosabb eleme a sportág meghatározása, valamint az eredmények ismertetése, s ami új elem a hírhez képest, hogy a tudósító emellett a legizgalmasabb, legjellemzőbb akciókat is bemutatja, visszaadva ezzel a sportesemény hangulatát.

A metaforák egy része a közvetítések nyelvezetébe épült kifejezéseket tartalmazza (Nemesi 2005: 72): ilyen például a harc, küzdés, amit a verseny szinonimájaként használnak. (A példák a Magyar Televízió Telesport c. műsorából valók.)

„Sebestyén Júlia elesett a lúcban, így jelenleg a 16., de megfogadta, tovább *harcol* és a kűrben bebizonyítja, igenis meg tudja csinálni ezt az ugrást is.”

A következő csoportba azok a kifejezések sorolhatók, amelyek a fejlemény bemutatására hivatottak:

„A második futamban aztán a korábbi világbajnok, Kalle Palander is *rosszul vett egy kaput*, így pedig az osztrákok *diadalmenetben foglalhatták el* a teljes dobogót.”

Az expresszivitás fokozására gyakran használnak túlzásokat:

„Torinóban ő lett a műlesiklás *királynője*”

„a többiek még csak *megközelíteni sem tudtak*”

„aki idén *már sporttörténelmet* írt azzal, hogy hétszeres Európa-bajnok lett”

Nagyon gyakran használnak állandósult kifejezéseket is. Ilyenek például:

- nem remegett meg a lába
- méltóképpen koronázta meg
- diadalmenetben foglalták el
- és itt jött a képbe
- jó az öreg a háznál

Az események értékelése kapcsán helyenként iróniával is találkozhatunk:

„A magyar induló Tuss Réka 49.-ként fejezte be a versenyt, de a *lényeg, hogy befejezte.*”

A televíziós sporttudósításoknál az információt a kép és a hang együtt hordozza. A tudósító a képet tölti meg tartalommal, hiszen nem azt kell elmondania, hogy mi történik (azt mindenki látja), hanem többletinformációt kell adnia, amit a stílussal tud biztosítani. Csak ezáltal tudja a nézőt a képernyő előtt tartani. A történet adott, a drámaiságot különböző stilisztikai elemekkel lehet biztosítani.

A sporttudósítás természetes velejárója a metaforikus nyelvhasználat, amelyek az én-megjelenítés szolgálatába állíthatók. A politikai tudósításokkal ellentétben ezekben a médiaszövegekben nem a problémaelterelés, a hatalom érzékeltetése a célja a metaforikusságnak, nem is annyira a befolyásolás, inkább az expresszivitás fokozása, az esemény izgalmának, hangulatának minél hűbb visszaadása.

Összegzés

A stílus tehát a legszembevetőbb nyelvhasználati jelenség. A közölnivalónk nyelvi megformálásának módja, vagyis az a mód, ahogyan üzeneteinket különböző szóbeli vagy írásbeli műfajokban a megfelelően kiválasztott és elrendezett nyelvi elemek segítségével kifejezzük.

Feladat

Gyűjtsön példát metaforikus nyelvhasználatra a sajtóból, rádiós vagy televíziós műsorokból!

Ismétlő kérdések

1. Milyen tényezők határozzák meg a nyelvi stílust?
2. Nevezze meg az írott és beszélt nyelvi stílusokat!
3. Mi a funkciója a képszerűségnek a médiaszövegekben?

10. A BEFOLYÁSOLÁS FORMÁI: MEGGYŐZÉS

A befolyásolás célja a hozzáállás kialakítása vagy megváltoztatása. Olyan tevékenység, amely során megpróbáljuk a befogadó magatartását megváltoztatni annak érdekében, hogy a későbbiekben az így kialakított hozzáállásnak, attitűdnek megfelelően cselekedjen.

10.1. Attitűd, sztereotípa, előítélet

Egyes szakemberek különbséget tesznek vélemény és attitűd, hozzáállás között. Németh Erzsébet (2006: 117) meghatározásában a *vélemény* az, amit tényszerűen igaznak hiszünk. A vélemények kognitív tartalommal rendelkeznek, azaz érzelmentesek, és megváltozhatnak. Az attitűd ehhez képest nagyon nehezen változtatható, mert a kognitív összetevő mellett egy értékelő és egy érzelmi komponenst is tartalmaz.

Aczél Petra – Katz kutatásai alapján – az attitűd négy funkcióját nevezi meg (2009: 179):

1. Az *önvédő* funkció segítségével jól érezzük magunkat a bőrünkben, és megvédhetjük magunkat a külvilág nyers hatásaitól.

2. Az *instrumentális* (később hozzáigazító vagy haszonelvű) funkció az egyén számára hasznot hoz. Például egy zenész vagy egy csapat iránti rajongás elfogadottá tehet minket a rajongói körében.

3. Az *értékkifejező* funkció: az értékek megléte, kifejezése és megerősítése az egyén számára megelégedést adhat, egyúttal természetesen konfliktusokat is okozhat (pl. a kamaszok viselete a szülők számára elfogadhatatlan, pedig érték-kifejező szerepe van).

4. A *tudásszervező* funkció háttérben az az elgondolás húzódik meg, mely szerint az attitűdök a világot érthetőbbé teszik számunkra.

Amennyiben az attitűd téves vagy nem teljes információkból származik, általánosításon alapul, *előítéletnek* nevezzük.

A meggyőzéshez kapcsolódó fontos fogalom továbbá a *sztereotípi*a, ami annyit jelent, hogy a csoporthoz tartozó valamennyi egyénnek hasonló jellemvonást tulajdonítunk függetlenül attól, hogy valójában a csoport tagjai mennyire különböznek egymástól. A sztereotipizálás az önbeteljesítő jóslatokhoz hasonlóan működik: ha valakivel kapcsolatosan elég erős sztereotípiák vannak a köztudatban, a velük kapcsolatos események vagy azok észlelése úgy fog alakulni, hogy az a sztereotípiának megfelelően (Németh 2006: 118).

Ha a meggyőző félnek hatalma van a befogadók fölött, akkor is befolyásolni tudja viselkedésüket, ha egyébként semmilyen attitűdváltozást nem sikerült elérni náluk. A hatalom sok mindenből fakadhat. Cselekedhet a befogadó pusztán azért is, mert a kommunikátor tetszik, rokonszenves neki. Ebben az esetben a közlő hatalma abból fakad, hogy jutalomnak tartjuk örömét. A behódolás azonban – mivel nem meggyőződésen alapul – nem vált ki tartós hatást.

A meggyőzés folyamatával, hatásával, fogalmának meghatározásával több tudományág is foglalkozik. A hatást, amit a meggyőzés kivált, a szociálpszichológia vizsgálja. A szociálpszichológiai megközelítés szerint meggyőzésről akkor beszélhetünk, ha olyan véleményeket, nézeteket akarunk kialakítani az emberekben, amelyekhez nincs gyakorlati támpontjuk, hozzáértésük.

A kommunikációtudomány a meggyőzés folyamatát vizsgálja. E folyamat célja kettős: egyrészt a befogadó számára lehetőség nyílik az információszerzésre, a közlő számára pedig alkalom arra, hogy befolyásolja a befogadó meggyőződését, beállítódását. A kommunikációból származó információ csak akkor hasznos a befogadó számára – véli Aczél Petra (2008) – ha igaz, s ezáltal pozitív kognitív hatást vált ki.

A szó jelentését Lasswell népszerű, 1948-as kommunikációs modellje jól foglalja össze: ki, mit mond, milyen csatornán keresztül, kinek és milyen hatással. A meggyőzés a kommunikáció elválaszthatatlan része, olyan tevékenység, amelynek segítségével megkíséreljük legalább egy személy magatartását megváltoztatni.

A kommunikációs helyzetről tehát akkor mondhatjuk, hogy természetét tekintve meggyőzést célzó, ha tartalmazza az egyén tudatos törekvését arra, hogy valamilyen közlemény továbbításával megváltoztassa a másik egyén vagy egyénekből álló csoport viselkedését (Bettinghaus 1997: 234).

Leszögezhetjük, hogy a meggyőzés olyan interakció, amely mindkét fél számára tudatos, vagyis a befogadónak lehetősége van ellenállást tanúsítani. Teheti

ezt annak függvényében, hogy a közlőt vagy a befolyásolás szituációját, célját tekintve milyen már meglévő attitűdjei vannak. Már az ókori retorikusok különbséget tesz meggyőzés és rábeszélés között. A rábeszélés főleg olyan stratégiákon nyugszik, amelyek a meggyőzni kívánt félben érzelmeket váltanak ki, míg a meggyőzés elsősorban észérveken, logikai bizonyításokon nyugvó stratégiákat alkalmaz, amelyek a meggyőzendő fél értelméhez szólnak (Siklaci 1994: 11–15).

A meggyőzés tehát mindig valamilyen kommunikációs folyamatban történik. Ennek a folyamatnak négy tényezője, eleme van: 1. A közlő, 2. Az üzenet, 3. A befogadó, 4. A médium.

10.1.1. Forrás

A forráshoz hagyományosan a hitelesség tulajdonsága társítható. Aronson (1980: 81–87) a meggyőző kommunikáció forrására vonatkozóan a következő tulajdonságokat emeli ki:

1. Véleményünket a szakértelemmel rendelkező és megbízható egyének befolyásolják.

2. A kommunikátor megbízhatósága fokozódhat, ha olyan álláspontot képvisel, amely minden jel szerint saját érdeke ellen való.

3. Megbízhatóbbnak tűnhet a meggyőző üzenet kibocsátója, ha a befogadó számára úgy tűnik, nem akarja őt befolyásolni.

4. Ha valaki tetszik nekünk, és azonosulni tudunk vele, akkor véleménye és viselkedése jobban hat ránk, mint egyébként ez a hatás a közlés tartalmából következne, legalábbis ami a lényegtelen véleményeket és viselkedéseket illeti.

5. Amennyiben a befogadó számára lényegtelennek tekinthető véleményről és viselkedésről van szó, ha valaki tetszik nekünk, hagyjuk magunkat befolyásolni még akkor is, ha tudjuk, hogy az illetőnek szándékában áll meggyőzni bennünket, még ha ő maga ebből hasznot is húz.

A hitelesség kialakítja, fokozza a közlő iránti bizalmat, hiszen ha egy kommunikátort hitelesnek vélünk, feltételezzük szakértelmét, szavahihetőségét. A hitelesség kialakításában fontos szerepe van tehát a következő tényezőknek:

Szakértelem. Az információk helytállóságát támasztja alá a kommunikátor szakértelme. A szakmai kompetenciát növeli például a kommunikátor tájéko-

zottsága, a szakkifejezések, az idegen szavak használata. (Idegen szavak alkalmazásával kapcsolatban persze fontos megjegyeznünk, hogy csak abban az esetben hasznos, ha a megértést nem zavarja.)

Viselkedés. Tudjuk, a közlő viselkedése akkor tekinthető hitelesnek, ha verbális és nem verbális kommunikációja összhangban van (kongruens), ha természetesnek, őszintének érezzük mondanivalóját, mozdulatait.

Megjelenés. A befogadó számára vonzóbb, rokonszenvesebb személy szakértelme és megbízhatósága ellenére is nagyobb meggyőző erővel bírhat, mint mások. Viszont érdekes, hogy egy vonzónak nem mondható személy meggyőző üzenete is lehet hatásos, ha a hallgató tudatában van annak, hogy nem akarja befolyásolni őt a maga hasznára. „Jellemünk által győzünk meg, ha a beszédet úgy mondjuk el, hogy az hitelt érdemlőnek tüntessen fel bennünket, mert a becsületes embernek általában minden téren jobban és könnyebben hisznek, különösen pedig olyan területen, ahol nincs bizonyosság, hanem megoszlanak a vélemények” – írja Arisztotelész (1356a). A megjelenés akkor erősíti a hitelességet, ha illő a kommunikációs helyzethez. A közlő öltözékének, az általa viselt ékszereknek, emblémáknak közlésértékük van. Más üzenetet közvetít magáról az, aki sportruházatban jelenik meg, és mást, aki kosztümben vagy öltönyben.

Feladat

Gyűjtsön reklámokat, majd vizsgálja meg a közlő hitelességét bennük!

10.1.2. Befogadó

A hallgatóság első jellemzése Arisztotelész nevéhez kapcsolható. A 20–21. században a befogadóval kapcsolatos vizsgálatok során többek között a nők és férfiak eltérő kommunikációját kutatták. A köztudatban az a vélekedés élt, hogy a nők nyitottabb kommunikátorok, így könnyebben változtatható az attitűdjük. McGuire vizsgálatai igazolták, hogy a befogadó meggyőzésében több tényező is szerepet játszik: genetikai (testi) adottságok, az életkori állapotok, az adott tárggyal való közvetlen tapasztalatok, valamint az intézményi struktúrák (család, iskola) (McGuire 2001: 101).

Nehezíti a meggyőzést, ellenállóvá teszi a befogadót a meggyőzéssel szemben a korábbi nézetekhez való ragaszkodás, de elutasítást érhetünk el akkor is, ha a témával kapcsolatban szorongást keltünk. Egyes kutatások szerint a düh szintén ellenállóbbá teheti a befogadót.

10.1.3. A meggyőző üzenet

Már a görög filozófusok is megállapították, hogy az akaratot mozgásba lehet hozni mind az érzelem, mind a gondolkodás által. Az egyik elméleti megközelítés az átadott üzenet érvelő erejét vizsgálja. Ennek az értelmezésnek a közép-pontjában az érvelés áll. Az állítás igazságértékével a klasszikus retorikában a toposzok tana foglalkozik.⁶

A meggyőző üzenet kétféle lehet: *racionális* és *emocionális*.

A kutatások a racionális üzenetek esetében különbséget tesznek az egyoldalú és kétoldalú érvelés között. Egyoldalú az érvelés, ha az üzenet kizárólag a vállalt álláspont mellett hoz érveket, kétoldalú, ha az álláspont mellett és ellen egyaránt sorakoztat állításokat. Aronson (1980: 82) munkájában foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy vajon az egyoldalú közlés a hatékonyabb, vagy az az eset, ahol az ellenkező álláspont cáfolatait is magában foglalja az üzenet. Véleménye szerint ez a befogadó intelligenciájától is függ, ami azzal indokolható, hogy egy kevésbé intelligens személy nem biztos, hogy tud az ellenkező álláspontról, ha viszont megjelenítjük, akkor elbizonytalaníthatjuk.

A meggyőző üzenetekben az attitűd megváltoztatása érdekében gyakran fontos szerepet kap a büntudatébresztés, illetve a félelemkeltés. Ez esetben az üzenet elsősorban a befogadó érzelmeire hat. Az utóbbi néhány évben egyre több erre irányuló kutatást végeztek. Em Griffin három szempontot javasol annak eldöntésére, hogy hol van az a pont, amitől kezdve a félelem már inkább gátolja, mint segíti a meggyőzést (2004: 98). Ha a fenyegetés már olyan mérvű, hogy inkább pánikot kelt és megbénít, ha nem tűnik valószínűnek, illetve, ha nincs rá elhíhető gyógy mód.

A félelem általi meggyőzési folyamat kétlépcsős. Kezdetben a fenyegető veszélyre kell felhívni a figyelmet, majd pedig elhárításának módjára. A büntudatkeltés szintén több problémát vethet föl: ha valaki büntudatot ébreszt bennünk, igyekszünk legközelebb elkerülni; a következő probléma a leértékelés (a befogadó nem kedveli azt, aki büntudatot keltett benne), illetve a büntudatkeltéssel többnyire csupán felszíni eredményt lehet elérni, nem párosul meggyőződéssel (Griffin 2004: 84).

⁶ „Az érvekhez rendelt általános szempontok, közös helyek a toposzok. Első meghatározása Arisztotelésztől származik, aki az érv tartalmilag üres, bárhol alkalmazható formájának tekintette” (Adamik–Adamikné–Aczél 2004: 351).

A meggyőző üzenet akkor érte el célját, ha sikeresen kialakított, vagy megváltoztatta a befogadó attitűdjét az adott tárgyra vonatkozóan.

Feladat

1. Fogalmazzon meggyőző üzenetet az alábbi céllal:
 - Szeretné meggyőzni sporttársát, hogy a dohányzás negatívan befolyásolja teljesítményét.
 - Szeretne hamarabb elmenni az óráról.
 - Hívja föl csoporttársa figyelmét arra, hogy az előadások látogatása hasznos lehet.
 - Győzze meg tanítványait, hogy puskázni nem jó.
 - Egy új televíziós csatornát hirdet.

Az üzenet címe

A válogatásban, a figyelem felkeltésében, irányításában van kiemelkedő szerepük a címeknek. A cím alkalmas arra, hogy a szöveget mint kommunikátumot megnevezze, kívülről láttassa. Az írásműre mint egészre utal, egyedíti. Ebből az aspektusból nézve a cím szerepe a tulajdonnévhez hasonló: elkülönít, tárgyiasít.

Másrészt a cím a szöveg tartalmi összefoglalását is adhatja, ekkor a szövegre mint tartalmas értelmi egységre utal. Ezek mellett azonban a címnek funkciója lehet az is, hogy a befogadó érdeklődését felkeltse, valamint jelentésével, megfogalmazásával sugallja a szerző véleményét. Kovalovszky a bemutatkozáshoz hasonlítja a cím szerepét: mindkét esetben fontos az első benyomás (1974: 326).

A cím fontos funkciója tehát a lényegkiemelés, továbbá, hogy ráirányítsa a figyelmet az eseményt prezentáló szövegre, de emellett hordozza a szerző, illetve az orgánus értékrendét is. Ezáltal képes megváltoztatni a befogadó észlelését, véleményét, tehát rejtett üzenetet közvetít, befolyásol. A szóválasztás, a cím elhelyezése egyben állásfoglalás is. Azonos témájú szövegek eltérő címe más-más előfeltevést tartalmaz, és más-más asszociációkat kelthet az olvasóban.

Feladat

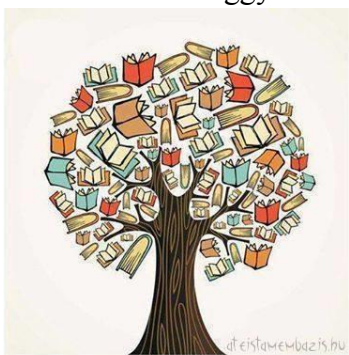
1. Vizsgálja meg egy napilap címeit, állapítsa meg azok funkcióját!
2. Készítsen népszerűsítő plakátot:
 - Egy diákolimpiához
 - Egy szakesthez
 - Egy szabadon választható tanegységhez

10.1.4. Csatorna

Az üzenet közlési körülményeire vonatkozó vizsgálatok bebizonyították, hogy az élő, illetve a vizuális üzenetek hatásosabbak, mint az írott vagy audiális üzenetek, ugyanis ebben az esetben a befogadó nagyobb figyelmet szentel a forrásnak és az üzenetnek (vö. Aczél 2009: 197). Ennek ellenére az írott közlemény feldolgozása – az olvasás ismétlésének lehetősége miatt – könnyebb lehet.

Feladat

1. Mondjon véleményt az alábbi témákban:
 - Rendszeres sportolás
 - Celebek
 - Saját főiskolája
 - Választási kampányok
 - Drogok használata
2. Írjon meggyőző beszédet a következő témákban:
 - Tegezés vagy magázás
 - Könyvtár vagy internet
 - Olvasás vagy televíziózás
 - Újság vagy internet
 - Személyes kapcsolattartás vagy közösségi oldal
3. Mi teszi meggyőzővé a következő reklámokat?



**Az olvasás súlyosan
károsíthatja
a tudatlanságot**



Ismétlő kérdések

- 1) Határozza meg a következő fogalmakat: befolyásolás, előítélet, sztereotípia.
- 2) Nevezze meg a meggyőzés tényezőit!
- 3) Milyen tényezők befolyásolják a forrás hitelességét?
- 4) Jellemezze a meggyőző üzenet két formáját!

11. A BEFOLYÁSOLÁS FORMÁI: MANIPULÁCIÓ

A manipuláció – csakúgy mint a meggyőzés – célorientált: a kommunikátor azon törekvése, hogy egy neki tetsző álláspontot alakítson ki a befogadóban, vagy megváltoztassa a véleményét egy bizonyos témában. Olyan nyelvi és nem nyelvi eszközök összessége, amelyek alkalmasak a manipulatív cél elérésére.

11. 1. Manipulatív szituáció

Zentai István azt mondja, hogy minden olyan szituációban megjelenik a manipuláció, ahol az üzenetek feldolgozása tudatosan kis mértékben vagy egyáltalán nem kontrollált (Zentai 2004: 14). A manipuláció egy központi stratégiára támaszkodik, a közönség szabadságának korlátozására. Fontos, hogy ez a stratégia álcázva legyen, különben lelepleződne, hogy manipulációs kísérletről van szó.

Ebben az értelemben manipuláláson olyan erőszakos és kényszerítő fellépést értünk, amely megfosztja az egyént a szabadságától vagy önálló gondolkodásától. Ha így van, a manipuláció megszegyenítő és lejárató folyamatnak tekinthető.

De léteznek olyan nézetek is, amelyek szerint minden manipulációnak tekinthető, a meggyőzésnek nincs semmilyen más formája. „Lényegében minden társas kommunikatív szituációt jellemez bizonyos fokú manipuláció. Így mindenfajta befolyásolásnál, tehát a meggyőzésnél is jelen van valamilyen mértékben” (Zentai 2004: 14). Az emberek tudatában köznapi kifejezésként negatívként él.

11. 2. A manipuláció folyamata

A manipuláció folyamatában az üzenet azt a célt szolgálja, hogy becsapjon, tévútra vezessen, elhitessen valamit, ami nem igaz, tehát az üzenet mindig hazug (Breton 2000: 25). Mint a társas érintkezés folyamata azonos a megtévesztéssel és a konfliktussal. A befogadónak nincs módja ellenvetésre. A közlő szándékosan vezeti félre anélkül, hogy ezt a szándékát közölné (Ekman 1990: 233). Konf-

liktus abban az értelemben is, hogy kritikát gyakorol a befogadó korábbi nézeteire, attitűdjére, mivel ha valami olyasmit elfogad, ami korábbi akaratával ellenkező, azzal belátja, hogy azok nem voltak megfelelőek.

A manipuláció lényeges sajátossága, hogy igyekszik fenntartani azt a látszatot, hogy szabad választást ad, a döntést a kezünkbe helyezi, s hogy ezt a mi érdekünkben teszi. Mivel folyamatát a szándék eltitkolása jellemzi, nem a közlésben és nem is a hatásban érhető tetten (Aczél–Bencze 2007: 283). Ahogy Chilton (2002: 6) is megállapítja, a nyelvi szerkezetek önmagukban nem manipulatívak, a nyelv tudatos, célorientált felhasználói azok, akik szándékuk szerint manipulatívává tehetik.

A manipuláció továbbá olyan – verbális és nem verbális – interakció, amikor a közlő egy bizonyos tényállás elfogadtatása céljából olyan stratégiát alkalmaz, amely nem felel meg az együttműködő kommunikációnak. A manipulált fél tehát nem megalapozott következtetés elfogadására kényszerül.

Manipulálni lehet úgy, ha a közlő elhallgat bizonyos információkat a befogadó elől, vagy éppen felesleges, a tárgyhöz nem kapcsolódó információkkal halmozza el, ha hazudik, vagy olyat mond, amit nem tud bizonyítani, valamint ha kétértelműen, homályosan fogalmaz, vagy ha hibásan érvel.

11. 3. A manipulatív információ

A manipuláció egyoldalú tudást és információt termel. Ez pedig kizárólagos kontrollt és domináns pozíciót biztosít a birtokosa számára (Terestyéni 1999: 28). A manipulatív információ tulajdonképpen dezinformáció. Breton meghatározásában olyan akció, amelyben a befogadóval úgy fogadtatják el a valóságnak a kibocsátó szempontjából valamilyen értelemben kedvező leírását, mintha az ellenőrzött lenne (Breton 2000: 69).

Technikai leleménye abban áll, hogy hamis információt hihetővé alakít. A dezinformáció egy lehetséges értelmezés szándékos leszűkítése, hatalmi szempont érvényesülése vagy a hatásgyakorlás érdekében.

11. 4. A manipuláció hatása

Árvay Anett (2004: 239) szerint a manipuláció akkor tekinthető sikeresnek, ha a befogadó elhiszi, elfogadja, és igaznak véli a közlő megnyilatkozását, és

mindeközben nem veszi észre, hogy manipuláció áldozata. Síklaki szerint viszont a sikeres manipulációnak a közlő iránti bizalom nem feltétele, a manipulatív szándék megléte azonban elengedhetetlenül fontos. A közlő szempontjából akkor számít sikeresnek a manipuláció, ha a befogadó viselkedése a közlő elvárásainak megfelel. (Síklaki 1994: 129)

A reklámok jól példázzák ezt. A célközönség tudatában van annak, hogy a reklámok azzal a céllal jöttek létre, hogy a befogadót rávegyék az adott termék, szolgáltatás megvásárlására, és annak is tudatában van, hogy a reklámok nem csak az igazat állítják a szóban forgó termékről. Mégis igazolható, hogy azok a termékek, szolgáltatások, amelyeket reklámoznak népszerűbbek a vásárlók, felhasználók körében, mint azok, amelyeket nem reklámoznak.

Árvay (2003: 19) hívja fel arra is a figyelmet, hogy a meghatározások a manipulációt jobbra negatív jelenséggént írják le, de előfordulhatnak olyan szituációk is, amelyben a manipuláció éppen a befogadó érdekében történik, jó célt szolgál. S olyan eset is előfordulhat, hogy a kommunikátornak nincs manipulatív szándéka, mégis félrevezeti a befogadót, s a befogadó így hibás következtetésre jut.

A manipuláció célja az attitűd átformálása, a viselkedés, cselekvés, érzelmek és gondolkodás megváltoztatása. A manipuláció által kiváltott hatás lehet a behódolás, ami akkor következik be, ha a befogadó azért veti alá magát a másik befolyásának, mert azt reméli, így konkrét jutalomhoz juthat, vagy elkerülhet bizonyos büntetéseket, azaz kedvező reakciót vált ki a közlőből.

A manipuláció eredménye lehet azonosulás is, amikor az egyén azért cselekszik, mert ez eszköz lehet a kívánt viszony eléréséhez, a pozitív szerepviszonyok kialakításához. A behódoláshoz hasonlóan itt sem azért teszi magáévá a kiváltott viselkedést, mert ez már önmagában kielégítő számára, hanem azért, mert ténylegesen hisz az átvett véleményekben, a viselkedést nyíltan elfogadja. S ebben eltér a behódolástól (Aczél 2007: 289).

A manipulációt Bártházi megvizsgálja közlő és befogadó oldaláról egyaránt. Azt mondja, a legfontosabb manipulációra utaló jegy a közlő részéről a manipulatív szándék megléte. A manipulatív szándék megléte pedig magában foglalja azt, hogy a közlő eltitkol, illetve elrejt valamit a befogadó elől. A befogadó oldaláról vizsgálva a manipulációt pedig azt mondja, hogy a befogadó soha nem tudja bizonyítani, hogy manipuláció áldozata lett, legfeljebb csak következtethet rá.

A szakirodalom jobbra egyetért abban, hogy a meggyőzés és a manipuláció csak vizsgálati szempontból különíthető el egymástól, a valóságban ritkán találkozunk tiszta esetekkel, hiszen a meggyőzés részeként is gyakran élünk manipulatív eszközökkel.

Feladat (Aczél 2006: 10–11)

1. Vizsgálja meg az alábbi szövegeket, és találja meg bennük a rejtést!

– „Amikor valamiről tudjuk, hogy rossz, és mégis csináljuk, az azt jelenti, hogy nincs erőnk legyőzni önmagunkat. Az igazán okos emberek nem okoznak bajt saját maguknak. És én tudom, hogy te már nagyon okos vagy.” (újságcikk, Mit mondjunk ujját szopó gyermekünknek?)

– Lady Astor Winston Churchillhez egy társasági összejövetelen: „Winston, maga undorító alak, hiszen már megint részeg!”

Winston Churchill: „Lady Astor, Önnek igaza van, részeg vagyok. Ön viszont ronda. Én holnapra kijózanodom.” (anekdota)

– „Okos ember más kárán tanul, de maga még nem ember, csak gyerekek.” (Fekete István: Tüskevár)

– Ha fogmosás után szeretnél cukrot enni, újra meg kell majd mosnod a fogad! Szeretnék még egyszer fogat mosni! (gyermekszáj)

– „Még a nyomorult féreg sem tűri, hogy lábbal tapodják. A magyar nép nem leszen, nem lehet gyávább a féregnél.” (Kossuth Lajos: Kiáltvány a néphez)

– Figyelem!

Ha elégedett vagy jelenlegi fizetéseddel,

És nem szeretnél egy jobb munkahelyet,

NE HASZNÁLD KI

Az alábbi lehetőséget (álláshirdetés)

– „Az igazán bátrak máshol keresik az izgalmakat. Ne bliccelj!” (BKV kampány)

– „Magyarországon az a gazdag ember, akinek nincsenek napi gondjai. Nekem nincsenek.” (Sváby András, nyilatkozat)

– „Aki gondos szülő, az tudja, hogy a gyermekek túlterheltek.” (főiskolai hallgatói beszédből)

– „A világon összesen két hely van, ahol ilyen választékban kaphatóak agyagedények. Ön jár mostanában Kétán?” (agyagedény-reklám)

– „Nem lenne jó, ha olyan ember lenne a párt elnöke, aki pártelnök szeretne lenni. Én nem szeretnék a párt elnöke lenni.” (politikai nyilatkozatból)

– Magyarországon a milliárdokat sikkasztókat börtönbe szokták csukni. Princz Gábort nem csukták börtönbe. /újságcikk/

2. A megadott példának megfelelően, írjon olyan következtetéseket, amelyekből a példaállítás következik, de rejtve, nem kimondva!

1. Másokat meghallgatni a legfontosabb feladat.

Például:

Nap mint nap feladatokat látunk el, fontosabbakat és kevésbé fontosakat.

Csak az tudja, hogy melyik a legfontosabb, aki már szívből meghallgatott másokat.

2. A Z szervezet rontja más civil szervezetek hitelét.

Például:

Az a szervezet, amely váratlanul megszünteti tevékenységeit, rontja a civil szervezetek hitelét.

Z szervezet az utóbbi időben szinte az összes tevékenységét megszüntette.

3. A művi magzatelhajtás a nemzet halálához vezethet.

4. Az illető hazudik/valótlant állít.

5. Hallgassuk meg egymást!

6. Te is takaríts néha!

3. A következő meggyőző, manipulatív üzenetek közül melyiket tartja a leg hatásosabbnak? Milyen eszközök használatát fedezi fel ezekben a szövegekben? (Kártyákon is elvégezhető.)

1.

Ne puskázz!

Nagy a kockázat, és nem akkora a siker; lehet, hogy végleg elveszted a tanár vagy társaid bizalmát.

Nem éri meg.

2.

Mindenki, aki kapott már egyest, puskázik. Mindenki, aki puskázik, egyest kaphat.

Jár az agyad? Vagy jár az egyes?

3.

Tettetni, csalni, hazudni bűn.

És puskázni?

4.

Ha puskázol, megtudod, mit tudnak mások.

Ha nem puskázol, megtudod, mit tudsz.

Te vagy a megoldókulcs.

5.

Vannak reménytelen vállalkozások:

ilyen az, ha egyenként számoljuk meg a hajszálainkat.

ilyen az, ha sminkkel rejtjük el szépséghibáinkat.

Ilyen az, ha puskázással hitetjük el, hogy tudunk valamit.

4. Az alábbi feladatokat csoportban végezzék (Aczél – Bencze 2007: 412):

Techtronics

A Techtronics egy vegyi anyagokat gyártó multinacionális cég. Egyik gyára egy dunántúli városban, Fűzfőn működik. A gyár a város legnagyobb munkaerő-foglalkoztatója, több mint 1200 dolgozóval. Az utóbbi időben számos panasz érkezett, arról, hogy a kémények egyre több szennyező anyagot bocsátanak ki magukból. Dobos úr, a város polgármestere találkozóra hívta az érdekelt feleket. Rajta kívül még négyen vannak jelen:

Szepesi Mihály, a cég igazgatója, Zebegény Mária, a helyi környezetvédelmi szervezet vezetője, Kis Károly, kereskedelmi igazgató a vállalatnál és Visontainé Kovács Emma, helyi lakos, háziasszony. Próbáljanak meg együtt megoldást találni a felmerülő problémára.

1. Ön Dobos úr. Mint az ülés vezetője, garantálnia kell, hogy a jelenlévők valamennyien szóhoz jussanak, kifejthessék véleményüket. Választások előtt állunk, így Önnek is érdeke, hogy pontot tegyenek az ügy végére, hiszen választási sikerén túl az is motiválja, hogy a kormányzat is sürgeti a megoldást. Véleménye szerint a cégnek jobb képet kell kialakítania magáról, ellenkező esetben még a bezárástól is félni kell.

2. Ön Zebegény Mária, környezetvédő, akit sokkal jobban érdekel a gyár környezetre ható káros tevékenysége, mint annak belső feszültségei. Szakértők szerint a levegőbe kerülő szennyezés egészségre ártalmas, így ön új filterek beszerelését sürgeti. A közelben nemrég létesített játszótér, a gyerekek védelmében még egy demonstráció lehetőségét sem veti el.

3. Ön Szepesi Mihály, vállalatigazgató. Úgy véli, hogy a kémények csupán elkoszosodtak, de nem veszélyesek. Tudja, hogy az új filterek mintegy 300 millió forintba kerülnének. A cég külföldi vezérigazgatója azonban csak 30 millió

forintot hagyott jóvá fejlesztésekre. Tudja, hogy a játszóteret is veszélyezteti néhány kémény füstje. Leginkább ezekkel tudna most foglalkozni.

4. Ön Kis Károly, kereskedelmi igazgató. Nem igazán aggaszja a szennyeződés, sokkal inkább az álláshelyek, hiszen a városban magas a munkanélküliek száma. Azonban azért Ön is úgy gondolja, hogy a cég többet tehetne a városért. Egy helyi futballcsapat szponzort keres, valamint egy új múzeumot is szeretnének megnyitni a városban.

5. Ön Visontainé Kovács Emma, helyi háziasszony. Már több ízben írt az ügyben Szepesi Mihálynak, de egyszer sem kapott választ. Gyermekei, akik a gyártól nem messze lévő parkban szoktak játszani, mostanában sokat betegeskednek. Múlt héten még a kitergetett száradó ruha is koszos lett a szállongó füsttől. Férje a cégnél dolgozik.

Szabadság

Öt ember készül börtönbe és Önnek jogában áll kettőt szabadon engedni a körülmények figyelembevételével. Melyik két elítéltet választaná?

Parád Géza

Megmérgezte feleségét, apránként adagolva neki a mérget. Szomszédai szerint kellemes, kedves ember, akivel jól ki lehet jönni. Gyermekei nagyon szeretik. Bizonyítékok alapján feleségének számtalan kalandja volt, ezzel kínozva férjét.

Kórodi Erzsébet

Tizedik alkalommal érték bolti lopáson. Hajléktalan, aki szívesen tölti a hideg téli napokat a börtönben, ahol ellátást is kap. Most december elején járunk, és már fagy.

Kerekes Vivien

Drogfüggő fiatal, aki dealerként kábítószeret árusított tizenéveseknek. Már két ízben volt elvonókúrán, még egyszer sem járt sikerrel. Kétéves kisfiát állami gondozásba veszik, ha ő börtönbe vonul.

Barna Mihály

Bűnösnek találták vandalizmus és huliganizmus vétkében. Futballmeccsek után rendszeresen verekedésekben, rongálásokban vett részt. 19 esztendő, alacsony intelligenciájú fiatalember, aki – különösen ittas állapotban – rendkívül agresszívvé és kötekedővé válhat. Már volt dolga a rendőrséggel, amikor ittasan ült volánhoz.

Nagy Tímea

Angoltanár, akit azzal vádolnak, hogy két macskáját akarta magával kicsempészni Angliába. Ezzel megszegte a hatályos karantén-előírásokat. Amikor leleplezték, rátámadt a vámősztre, akit a macska karmolása és a dulakodás komolyabban megsebesített. Nagy Tímea néhány tanítványával utazott, akiket szintén támadásra uszított, két lány sokkot kapott a jelenet miatt.

Ismétlő kérdések

1. Határolja el a meggyőzés és a manipuláció fogalmát!
2. Mutassa be a manipuláció folyamatát!

12. KONFLIKTUSKEZELÉS

A konfliktus jelenségeinek, folyamatának, szintjeinek és kezelésének elméleti és gyakorlati értelmezése előtt rögtön egy kis kitekintéssel kell kezdenünk. Mi a véleménye a konfliktusról? Milyen asszociációkat társítana a fogalomhoz? Gyűjtsön össze párat!

A konfliktus jelenségét napjainkra kettős értelmezésnek vetik alá. A konfliktusmenedzsment szakirodalmának alapvetése, hogy a konfliktus nem az ördögtől való. Bár az ókori és középkori gondolkodók szinte kivétel nélkül azon az állásponton voltak, hogy olyan társadalmi berendezkedést kell kialakítani, melyben nem alakulhat ki a konfliktus, egy olyan érzelmileg fertőzött helyzet, amely megrontja az együttműködést. Talán Marx Károly volt az első olyan gondolkodó, aki ezzel szemben azt vallotta, hogy „a konfliktusok viszik előre a társadalmat”. A társadalomhoz hasonlóan a konfliktusnak a személyes kapcsolatra is jótékony hatásai is lehetnek. A konfliktusban rejlő lehetőségeket az alábbiak szerint foglalhatjuk össze:

- A fejlődés lehetősége – önmagunk és határaink megismerése, önbizalom és önbecsülés megerősödése.
- A kapcsolat elmélyítésének lehetősége – a konfrontációban résztvevő másik féllel való kapcsolat elmélyülését eredményezi, ha sikeresen kezeljük a helyzetet.
- A feszültség levezetése (leépítése) – verbalizáció: a felgyülemlett feszültség levezetésének egyik formája a beszéd.
- Saját érdekeim védelme – a konfliktus során lehetőségem van az érdekeimért való kiállásra, az aszertív viselkedés megvalósítására (részletesen lásd: 7. fejezet);
- Önreflexió – visszaigazolás saját magunk számára.
- „Úgy szép az élet, ha zajlik!” – a konfliktusok érdekessé, színessé teszik a mindennapjainkat.

12.1. A konfliktus fogalma és szintjei

A *konfliktus* szavunk latin eredetű, jelentése 'nézeteltérés, összeütközés'. A szó eredeti – és nyilvánvaló mai – jelentése jól kifejezi azt a jelenséget, melyet számos egyéb definícióval kísérelnek megragadni az egyes tudományterületek művelői. Mivel témánk elsősorban a társas, személyközi konfliktus, így az alábbi módon határozzuk meg a jelenséget: *olyan interakció, melynek résztvevői között összeegyeztethetetlen nézeteltérések uralkodnak*. A résztvevők számára ez a fajta interakció sérelmeket okoz, az esetek többségében érzelmileg túlfűtött (vö.: Glasl 2009).

A konfliktus legmeghatározóbb jelensége az erőteljes érzelmi töltet. Némileg analógiában a kommunikáció tartalmi és rejtett szintjével (részletesen lásd: 2. és 5. fejezet) a konfliktusnak is két szintjét különböztethetjük meg.

Tárgyilagos szint:

- tények,
- adatok,
- számok.

Érzelmi, kapcsolati szint:

- érzelmek,
- vágyak,
- elvárások,
- értékek,
- önértékelés,
- beállítódás.

A kommunikáció két szintjéhez hasonlóan a konfliktusban is a tárgyilagos szint található a felszínen. Ezek azok a tények, adatok, számok, melyeket megvitatunk. Ugyanakkor a konfliktus során jellemzően tabuként kezeljük az érzelmeinket, nem nyilvánítjuk ki azokat. Így rejtve maradnak a másik fél – és sokszor saját magunk – előtt azok a momentumok, amelyek az egyes konfliktusok háttérében meghúzódnak. Konfliktus akkor keletkezik, ha a megélt valóság és az egyén személyes elvárásai, igényei, kívánságai között eltérés keletkezik. Ez a fajta eltérés gyakran vezet önértékelési problémához is. A konfliktusok időbeni alakulását vizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy az ellentétek tudatosulása általában megelőzi a cselekedetekben is kifejeződő összeütközéseket, a konfliktus nyílt felvállalását. Kérdés viszont, hogy feltétlenül valamilyen tevékenységnek,

vitának is be kell-e következnie ahhoz, hogy az érdekellentét konfliktusnak minősüljön, nem elégséges-e az ellentét felismerése. A konfliktus megjelenése nyomán szükséges két újabb fogalmat tisztáznunk: zárt konfliktus, nyílt konfliktus.

*Zárt/rejtett konfliktus*nak a konfliktus első fokát is szokás nevezni. Ezen a szinten valamilyen okból feszültség alakul ki a résztvevőben, tudatosul a nézeteltérés, ámbár hangot még nem ad az ellentétnek. A konfliktus során – mint oly sokszor – itt is döntéshelyzetbe kerül a feszültséget megélő fél: tudomásul veszi az állapotot, és megpróbál vele együtt létezni anélkül, hogy szóvá tenné (rejtett konfliktus), vagy kifejezi álláspontját a másik érintett fél számára.

*Nyílt konfliktus*ról akkor beszélünk, amikor terítékre kerülnek az ellentétek. Lehetőséget biztosítunk magunknak és a másik félnek is arra, hogy nyílt vita során ismertesse gondolatait. A konstruktív nyílt vita önmagában rejti a konfliktus kezelésének lehetőségét is.

A fogalmi tisztázás végett meg kell említeni a belső és a zárt konfliktus közötti különbségeket. Bár a két fogalmat gyakran összekeverik, az alábbiakból is jól kitűnik, hogy a két fogalom nem azonos.

*Belső konfliktus*nak vagy intraperszonális konfliktusnak azt a jelenséget tekintjük, amely az egyén belső világában játszódik le, nincs külső megnyilvánulása. Itt jellemzően az egyén saját értékkonfliktusáról vagy valamely helyzethez kapcsolódó döntésbeli konfliktusról lehet szó (Glasl 2009).

Feladat

A fogalmak jobb megértése érdekében keressen a közelmúltban olyan konfliktushelyzetet, amelyben

a) a konfliktushelyzet észlelését (megkeményedés) követően szóvá tette a másik félnek a történeteket;

b) nem volt lehetősége a másik féllel való vita kezdeményezésére és a helyzet tisztázására (zárt konfliktus);

c) önmagával került szembe. Itt lehet szó helyes és helytelen kérdések eldöntéséről, lelkiismereti ellentmondásokról vagy olyan döntési helyzetről, amely komoly fejtörést okozott, és az egyik cselekedet melletti nehéz elköteleződéssel ért véget.

12.2. A konfliktus típusai

A konfliktushelyzetek kezeléséhez fontos, hogy azonosítani tudjuk a konfliktus típusát. A személyközi, közvetlen interakción alapuló konfliktusokat számos módon tipizálták. A rendelkezésre álló tipológiák közül vegyük számba azt, amely a legközvetlenebbül megragadható a gyakorlatban is. Ez a tipológia Moore (1992) nevéhez kapcsolódik, kiindulási pontja a konfliktusok okaira vezethető vissza.

Kapcsolati konfliktus: a konfliktus forrása magában a kapcsolatban keresendő. Erős érzelmekkel jár, jellemzi a téves észlelés, a sztereotípiák alkalmazása és a kommunikációs zavarok. A kapcsolati konfliktusok valamilyen hibás megfigyelés vagy rossz kommunikáció hatására is kirobbanhatnak, így sokszor olyankor is felléphetnek, mikor objektív értelemben nincsenek jelen konfliktust indokoló vagy kiváltó okok.

Értékkonfliktusok: eltérő értékeket valló (vallási, politikai, egyéni meggyőződések) személyek ütközése. A gondolatok, viselkedések eltérő kritériumok alapján történő megítélésével jár. A konfliktus során az elérendő célokhoz eltérő értékeket kapcsolunk, melyek megjelenhetnek a szereplők eltérő életfelfogásában (pl.: vallás, politika) vagy a kulturális sajátosságokban (pl.: szubkultúrák találkozása: rocker, hippi, geek).

Strukturális konfliktus: alapja a források egyenlőtlen eloszlása, egyenlőtlen kontrollálási lehetőségek, egyenlőtlen hatalmi viszonyok, időhiány, földrajzi, fizikai környezet, amely korlátként jelenik meg. Jellemzően ide soroljuk a szervezeti közegben, a szervezet struktúrájából adódó konfliktusokat is.

Információs eredetű konfliktusok: ide tartozik az információhiányból vagy a túlinformáltságból eredő konfliktus. Az információ mennyisége mellett az információ értelmezésében való eltérések is vezethetnek konfliktushoz.

Érdekkonfliktus: az egymással szemben álló vagy a szereplők felfogása szerint ellentétben álló érdekek érvényesítésére való törekvés során alakul ki.

Feladat

1. Azonosítson az életében olyan konfliktustípusokat, melyeket a fejezet átanulmányozása során megismert. Igyekezzen meghatározni az adott típus leghatékonyabb kezelési formáját.

12.3. A konfliktus eszkalációja

Eszkalálódni annyit tesz, mint 'kiszélesedni, elmélyülni'. A következőkben elméleti szinten végigvesszük, hogy mi történik akkor, ha a konfliktus megállás nélkül eszkalálódik. Melyek azok a szintek, események, amelyeken az érintett felek keresztülmennek? Friedrich Glasl (2009) konfliktuskutató eredményei szerint a konfliktusok jellemzően az alábbi lépcsőfokokon mennek keresztül. A konfliktus eszkalációjának előrehaladtával a helyzetek hajlamosak egyre jobban kiéleződni, így egyre nehezebb a konstruktív kezelési lehetőség.

Megkeményedés. Ezen a szinten valamely okból feszültség alakul ki az egyénben. Észleljük, hogy eltérés van az általunk vágyott és a valós állapot között. Bármilyen esemény megtörténte vagy meg nem történte szóba jöhet.

Vita. A konfliktust nyílttá teszi az érintettebb, érdekeltebb fél. A nyílt vita során éppen úgy lehetőség nyílik a konstruktív kezelésre, mint a további eszkalációra.

Szavak helyett tettek. A vita kudarcát követően a felek bezárkóznak, kerülnek egymást. Fölöslegesnek vélik az egymással történő kommunikációt, meggyőződésből cselekednek a másik fél figyelmen kívül hagyásával.

Koalíció. Mindkét fél megpróbál lelkileg elengedni, ezért partnereket keresnek. Olyan harmadik fél bevonására törekszenek, aki neki ad igazat. Egymás között kitérgetik negatív tapasztalataikat, melynek köszönhetően a konfliktusban érintett másik fél egyre negatívabb képből fog szerepelni.

Tekintélyvesztés és tekintély elleni támadás. Minden lehetőséget megragadnak, hogy a másik félről kialakított negatív képet mindenki számára egyértelművé tegyék. A cél innentől kezdve az, hogy mindenki legyen tisztában a másik fél „valódi arcával”.

Ultimátum. A felek pattanásig feszültek, úgy érzik, már alig bírják tartani magukat. A helyzet mielőbbi „megoldása” érdekében ultimátumokat és fenyegetéseket vágnak a másikhoz.

Korlátozott megsemmisítő csapások. Mivel az ultimátum nem vált be, a felek tovább „küzdenek”. A másik félről mindig egyre rosszabbat feltételeznek, függetlenül attól, hogy hogy mit tesz. Mindkét oldal hajlamosá válik a paranoid érzékelésre, és minden olyan eszközt jogosnak vél, amely a saját érdekét szolgálja.

Az ellenfél rendszerének szétrombolása. Az agresszió ilyenkor kiterjed az ellenfél barátaira, rokonaira. Itt már megjelennek a nyílt, szemtől szembeni támadások (rágalmazás, megalázás).

Együtt a szakadékban. A konfliktusban résztvevő felek minden törekvése arra irányul, hogy fizikailag, lelkiileg, szakmailag és anyagilag tönkre tegye a másikat, akár annak árán is, hogy önmaga is komoly károkat szenved.

A konfliktus eszkalálódásával annak kezelési lehetőségei is változnak. Gasl szerint az 1., 2. és 3. szinten még lehetőség van a konfliktus konstruktív kezelésére közös erővel. A 4., 5. és 6. szinten már csak egy mindkét fél által tisztelt személy közbeavatkozásával lehetséges a kezelés, míg az utolsó harmadban (7., 8., 9.) egy, a felektől független hatalmi szerv (pl.: bíróság) mondja ki a végső döntést.

Természetesen nem minden konfliktusnál zajlik le az összes szakasz, és nem is mindig lehet őket élesen elkülöníteni. Bizonyos fokozatok át is ugorhatók. Ami fontos, hogy az egyes szakaszok felismerése hozzásegítheti a feleket a mielőbbi kooperatív kezelési lehetőség megválasztásához, mielőtt még túl mélyre süllyednének.

Az eszkaláció vertikális iránya mellett horizontális eszkalációról is beszélhetünk, mely elsősorban különböző szervezetekben bír jelentőséggel.

A horizontális eszkaláció szintjei:

- *Interperszonális szint:* Érzelmi jelzések, adatgyűjtés, érvelés-meggyőzés, egymás minősítése;
- *Csoportközi szint:* Támogatók, társak keresése, személyközi viták többszöröződése, informális csoportképződés, ellenségkép kialakulása;
- *Szervezetközi szint:* Szabályok kialakítása, kizárások, szekértáborok képzése, támadások.

Az eszkaláció áttekintése során találkozhattunk a harmadik fél bevonásával. Láthattuk, hogy a harmadik fél lehet kölcsönösen tiszteletben tartott személy és hatalommal rendelkező személy.

Feladat

Próbáljon meg egy megélt konfliktust az eszkaláció fokai mentén végigvezetni. A gondolatmenet helyességét vitassa meg párjával.

12.4. Konfliktuskezelési stratégiák és módszerek

A stratégia hosszabb időtartamra érvényes konfliktuskezelési szemléletet, módot jelent, amely a személyiség sajátos vonásává is válhat. A módszerek beépülnek a stratégiákba, így a stratégiák összetevői. A konfliktuskezelési modellek közül azokat tekintjük át, melyek a) segítenek a saját és mások konfliktuskezelési módszereinek azonosításában, előnyeinek és hátrányainak meghatározásában, b) olyan támpontokat adnak, melyek a megterhelő konfliktushelyzetekben is könnyen előhívhatók, c) végezetül elősegítik a konfliktus kooperatív kezelését, a másik félre való figyelem fókuszálásával.

Thomas és Kilmann konfliktuskezelési modellje

Ez a modell konfliktushelyzetnek azokat a szituációkat tekinti, melyekben két ember törekvései összeegyeztethetetlennek tűnnek. Ilyen helyzetekben egy személy viselkedése két alapvető dimenzió mentén írható le:

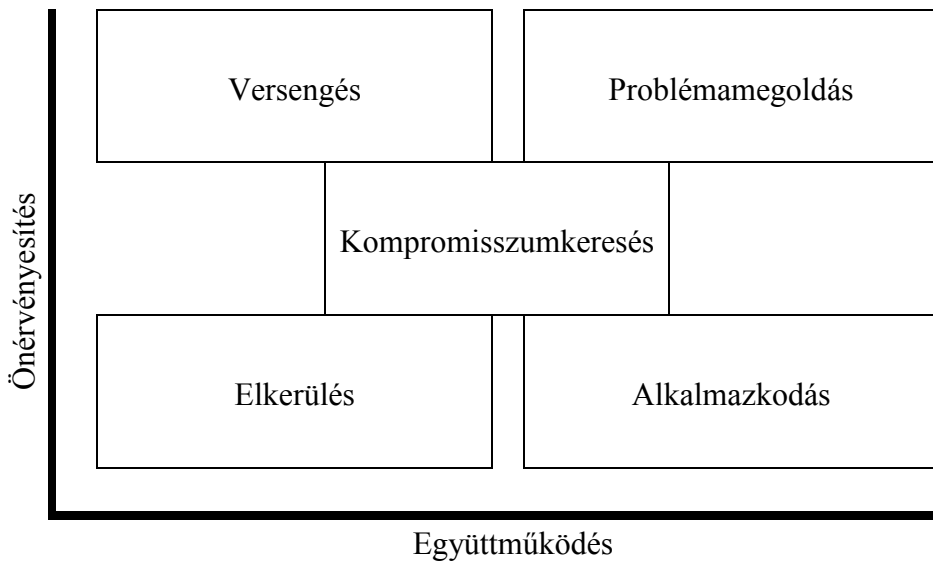
önérvényesítés, amely azt jelenti, hogy a személy minden mértékben törekszik saját szándékainak érvényesítésére;

együttműködés, amely azt jelenti, hogy a személy milyen mértékben törekszik a másik szándékainak érvényesítését elősegíteni (Thomas –Kilmann 1974, 2002, 2007).

A viselkedésnek ez a két alapvető dimenziója felhasználható arra, hogy a konfliktusok kezelésének öt sajátos módját meghatározzák. Ezek a következők:

1. Az *alkalmazkodás* együttműködő, de nem önérvényesítő magatartás. A versengés ellentéte. Az egyén lemond saját szándékairól azért, hogy a másik szándékai érvényesülhessenek. Bizonyos önfeláldozás van ebben az eljárásban. Az alkalmazkodás öltheti az önzetlen nagyvonalúság vagy jótékonyság formáját, lehet a másinak való kényszerű engedelmeskedés, vagy lehet egyszerűen csak a másik szempontjainak elfogadása.

2. Az *elkerülés* nem önérvényesítő és nem együttműködő magatartás. Az egyén nem követi közvetlenül sem saját szándékait, sem a másik személy szándékait. Az elkerülés öltheti diplomatikus kitérés formáját is, egy kérdés kedvezőbb időpontra való halasztását vagy egyszerűen visszahúzódot egy fenyegető helyzettől.



Konfliktuskezelési módok (Thomas–Kilmann alapján)

3. A *problémamegoldás* egyszerre önérvényesítő és együttműködő viselkedés – az elkerülés ellentéte. Magában rejti azt a törekvést, hogy együtt dolgozva a másik személlyel találjunk valamilyen megoldást, mely teljesen megfelel mindkettőnk szándékainak. Azt jelenti, hogy beleássuk magunkat egy problémába azzal a céllal, hogy megtaláljuk a két fél alapvető érdekeltségét, s találunk egy olyan alternatívát, amely mindkét érdekskálának megfelel. A problémamegoldás lehet például egy nézetkülönbség mélyebb feltárása azzal a céllal, hogy egymás megértése révén okuljunk, lehet valamilyen feltétel megteremtésére való szövetkezés, melynek hiánya az erőforrásokért való versengésre vagy konfrontációra készítetne, és lehet törekvés egy személyek közötti probléma kreatív megoldására.

4. A *kompromisszumkeresés* átmenet az önérvényesítés és az együttműködés között. A cél valamilyen kivitelezhető és kölcsönösen elfogadható megoldás megtalálása, amely részlegesen mind a két felet kielégíti. A kompromisszum középúton helyezkedik el a versengés és az alkalmazkodás között. A kompromisszumkereső többről mond le, mint a versengő, de kevesebbről, mint az alkalmazkodó. Közvetlenül ragadja meg a kérdést, mint az elkerülő, de nem tárja fel olyan mélységig, mint a problémamegoldó. A kompromisszumkeresés „félúton való találkozást”, kölcsönös engedményeket vagy egy gyors áthidaló megoldás keresését jelenti.

5. A versengés önérvényesítő és nem együttműködő magatartás. Az egyén saját szándékait érvényesíti a másik személy rovására. Ez hatalomorientált eljárás: a személy bármilyen befolyásolási módot latba vet, ami megfelelőnek tűnik – meggyőzőképességét, rangját, gazdasági szankciókat stb. –, hogy nyerő helyzetbe kerüljön. A versengés ugyanakkor jelentheti a „saját igazáért való kiállást”, a helyesnek vélt álláspont védelmét vagy egyszerűen a győzelemre való törekvést.

Az öt konfliktuskezelési mód mindegyike hasznos bizonyos konfliktushelyzetekben. Egy konfliktuskezelési mód hatékonysága függ az adott konfliktushelyzet követelményeitől és attól, hogy mennyire ügyesen alkalmazzuk.

Mindannyian képesek vagyunk mind az öt konfliktuskezelési mód alkalmazására. Senkire sem jellemző egyetlen merev stílus a konfliktusok kezelésében. Ugyanakkor mindenkiről elmondható, hogy bizonyos konfliktuskezelési módokat jobban tud használni, mint másokat, s ezért hajlamos arra, hogy nagyobb mértékben hagyatkozzon ezekre, mint amazokra (Thomas–Kilmann 1974, 2002, 2007).

12.4.2. Aktív hallgatás, figyelem

Egy-egy konfliktuskezelési stratégia a konfliktus természetétől függően egy időben több módszert, eszközt és eljárást is működtethet a konfliktuskezelés folyamatában.

A konfliktushelyzet legnagyobb csapdája, hogy rejtve maradnak olyan gondolatok, érzések, amelyek elősegítenék a helyzet tisztázását. Ilyenkor általában azt feltételezzük, vagy azt várjuk el a másik féltől, hogy mindent tud, ami bennem lezajlik, hiszen valószínűleg benne is ez zajlik le. Ámbár ez nem így van. Éppen ezért fontos, hogy ezekben a helyzetekben még tisztábban, még érthetőbben kommunikáljunk. Fejezzük ki, hogy

- miként észleltük a helyzetet (látásmód)
- milyen érzéseket váltott ki belőlünk (érzelem)
- milyen hatással volt ránk (értelmezés).

Ezen hármasság figyelembevételével és megfogalmazásával lehetőség kínál a konfliktusban résztvevő másik fél számára, hogy betekintszen a mi világunkba, ezáltal jobban megértve igényeinket, vágyainkat és motivációinkat.

A következő lépésben ugyanezeket a szempontokat kell kideríteni a másik félről, hogy mindkét fél számára nyilvánvalóvá váljanak a másik fél igényei, vágyai és motivációi. A kölcsönös megértésnek (nem egyetértésnek!) köszönhetően könnyebben nyílik lehetőség a konstruktív konfliktuskezelés kivitelezésére.

Ezzel az első lépést már megtettük! A további sikeres együttműködés érdekében értő figyelemmel – *aktív hallgatással* – kövessük a másik beszédét, gondolatait.

Az aktív hallgató megpróbálja megérteni a beszélő üzenetét és az ahhoz kapcsolódó érzéseit. Ez azt jelenti, hogy figyel, szemkontaktust tart, nyílt testtartást vesz fel, és a megfelelő helyen tett észrevételeivel bátorítja a beszélőt a folytatásra. A biztos megértés és a beszélő biztatásának érdekében a hallgató időnként – a beszéd szüneteiben – újrafogalmazza a beszélő üzenetét, és megerősítést, tisztázást vár. Fontos, hogy csak arra adjon visszajelzést a hallgató, amit úgy érez, hogy a beszélő üzenete jelentett, sem többre, sem kevesebbre (Németh 2002).

Az aktív hallgatás jelei:

- szemkontaktus,
- bólogatás,
- odafordulás, laza testtartás,
- figyelő hangok,
- kérdés,
- az észleltekre reprodukálása, tisztázás,
- az érzelmek visszatükrözése.

Feladat

1. Azonosítsa konfliktuskezelési szokásait, egyéni viselkedési formáit konfliktushelyzetben. Gondolatait vitassa meg partnerével, ha teheti, kérjen visszajelzést „beavatott” ismerőseitől.
2. Partnerével gyakorolja az aktív hallgatást. Kérjen visszajelzést a beszélőtől, hogy milyen benyomást keltett benne az aktív hallgatása.

Záró feladat

1. A fejezetben megismert szempontokat figyelembe véve, készítse el saját konfliktuskezelő analízisét az alábbi táblázat segítségével.

Erősségeim	Lehetőségeim
Gyengeségeim	Veszélyeim

Ismétlő kérdések

1. Határozza meg a konfliktus fogalmát! Mutassa be a konfliktus szintjeit!
2. Milyen lehetőségek rejlenek a konfliktushelyzetekben?
3. A konfliktus okai szerint milyen típusait határozhatjuk meg a konfliktusnak?
4. Mit jelent a konfliktus eszkalációja, milyen szintjei vannak?
5. Mutassa be a Thomas-Kilmann konfliktuskezelési módszert!
6. Mit értünk aktív hallgatás alatt?

Felhasznált irodalom

- Aczél Petra 2004. Retorika. A szóból épült gondolat. Krónika Nova Kiadó, Budapest.
- Aczél Petra 2006. A meggyőzés mint a kommunikáció működési elve: fogalmak, elméletek és hatások. In: Kontext – Filológia – Kultúra. Líceum Kiadó, Eger–Besztercebánya. 13–25.
- Aczél Petra 2007. A hatás formája – a forma hatása. In: H. Varga Gyula (szerk.): Kommunikáció és szövegkutatás. Líceum Kiadó, Eger.
- Aczél Petra 2009. Új retorika. Közélet, kommunikáció, kampány. Kalligram Kiadó, Pozsony.
- Aczél Petra 2012. Médiaretorika. Magyar Mercurius, Budapest.
- Aczél Petra szerk. (2015) Műveljük a médiát! Wolters Kluwer. Budapest, 2015.
http://buvosvolgy.hu/dokumentum/108/aczel_muveljuk_a_mediata.pdf
- Aczél Petra – Bencze Lóránt 2001. Mikor, miért, kinek, hogyan? Hatékonyság a nyelvi kommunikációban. A hét szabad művészet könyvtára. Corvinus, Budapest.
- Aczél Petra – Bencze Lóránt 2007. Hatékonyság és meggyőzés a kommunikációban. L'Harmattan – Zsigmond Király Főiskola.
- Adamik Tamás – A. Jászó Anna – Aczél Petra 2004. Retorika. Osiris Kiadó, Budapest.
- Andok Mónika 2013. A hatékonyság fogalma eltérő kommunikációs modellekben. In: *A hatékony kommunikáció. A kommunikáció oktatása 5.* Szerk.: Balázs László – H. Varga Gyula. Hungarovox Kiadó, Budapest. 18–23.
- Aronson, Elliot 1980. A társas lény. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Árva Anett 2003. A manipuláció és a meggyőzés pragmatikája a magyar reklámszövegekben. Általános Nyelvészeti Tanulmányok XX. kötet. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Árva Anett 2004. Pragmatic Aspects of Persuasion and Manipulation in Written Advertisements. *Acta Linguistica Hungarica* 51: 231–63.
- Balázs Géza 1999. Médiaműfajok. Magyar Rádió Rt. Oktatási Osztálya, Budapest.

- Balázs Géza 2002a. A nyilvánosság előtti megszólalás meghatározói. In: Balázs Géza: Médianorma. A nyilvános megszólalás esztétikája. Magyar Rádió, Budapest.
- Balázs Géza 2002b. Médianorma. A nyilvános megszólalás esztétikája. Magyar Rádió, Budapest. 55–64.
- Balázs Géza 2004. A frazémák szövegtipológiája. VII. Magyar Nyelvtudományi Kongresszus. www.nytud.hu/NMNYK/eloadas/balazsgeza.rtf
- Barlai Róbert – Torma Kálmán é. n. Visszacsatolás. In: Barlai R. (szerk.): Trénerképző szemelvények 2. (Belső anyag.)
- Barlai Róbert 2001. Egyéni hatékonyság. In: Rudas János (szerk.): Önismereti csoportok. Animula, Budapest. 26–34.
- Barlai Róbert é. n. Egyéni hatékonyság. In: Barlai Róbert (szerk.): Trénerképző szemelvények 2. (Belső anyag.)
- Barnlund, Dean 1970/1994. A kommunikáció tranzakciós modellje. In Horányi Özséb (szerk.): Kommunikáció 1. Budapest: General Press, é. n. [2003], 26-42.
- Bárházi Eszter 2008. Manipuláció, valamint manipulációra alkalmas nyelvhasználati eszközök a sajtóreklámokban. Magyar Nyelv 104. 443–463
- Béres István és Horányi Özséb (szerk.) 1999. *Társadalmi kommunikáció*. Osiris Kiadó, Budapest.
- Bishop, Sue 2008. Asszertivitás. Manager Könyvkiadó, Budapest.
- Bódi Zoltán (2004) Az írás és a beszéd viszonya az internetes interakcióban. In: Magyar Nyelvőr. 286–94.
- Breton, Philippe 2000. A manipulált beszéd. Helikon Kiadó, Budapest.
- Buda Béla 1994. A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei. Animula, Budapest. 185–192.
- Buda Béla 1994. Mentálhigiéné. A lelki egészség társadalmi, munkaszervezeti, pszichokulturális és gyakorlati vetülete. Animula, Budapest.
- Buda Béla 1998. Elmélet és alkalmazás a mentálhigiénében. Animula, Budapest.
- Buda Béla – Sárközy Erika (szerk.) 2001. Közéleti kommunikáció. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Burg, Bob 2010. Meggyőzés mesterfokon. Bagolyvár Kiadó, Budapest.
- Chilton, Paul 2002. Manipulation. In Verschueren et al. eds. 2002. 1–16.
- Collins, John 2000. Tökéletes előadások. Scolar Kiadó, Budapest.
- Érsok Nikolett (2003) Írva csevegés – Virtuális írásbeliség. In: Magyar Nyelvőr. 99–104

- Bettinghaus, Erwin P. 2002. Meggyőzés és kommunikáció. In: Lengyel Zsuzsanna: Szociálpszichológia. Szöveggyűjtemény. Osiris Kiadó, Budapest.
- Forgács József (2003) A társas érintkezés pszichológiája. Kairosz Kiadó. Budapest
- Glasl, Friedrich 2009. Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater. Haupt, Bern
- Gordon, Thomas 2001. Emberi kapcsolatok. Gordon Kiadó, Budapest.
- Griffin, Em 2004. Meggyőztél! Mitől változnak meg az emberek? Harmat Kiadó, Budapest.
- Gripsrud, Jostein 2007. Médiakultúra, médiatársadalom. Új Mandátum Kiadó, Budapest.
- Hall, Edward T. 1987. Rejtett dimenziók. Gondolat Kiadó. Budapest.
- Hidasi Judit 2004. Interkulturális kommunikáció. Scolar Kiadó, Budapest
- Hofmeister-Tóth Ágnes és Mitev Ariel Zoltán 2007. Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Horányi 1999. A személyközi kommunikációról. In: Béres István és Horányi Özséb (szerk.) Társadalmi kommunikáció. Osiris Kiadó. 57–85.
- Jakobson, Roman (1969) Hang – Jel – vers. Gondolat Kiadó. Budapest
- Kenesei István (szerk.) 1995. A nyelv és a nyelvek. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kis Ádám 1997. A számítógép metakommunikációja. A beszéd, az írás és a számítógépes kommunikáció. VII. Országos Alkalmazott Nyelvészeti Konferencia. (Konferencia-előadás.) Budapest, <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/tarsad/nyelvtud/szmtgps.hun>.
- Knapp, Mark L. é. n. A nem verbális kommunikáció. In: Horányi Özséb (szerk.) Kommunikáció II. A kommunikáció világa. General Press Kiadó. Budapest. 48–64.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2002. Politikai kommunikáció. Osiris, Budapest.
- McGuire, William J. 2001. Makacs nézetek és a meggyőzés dinamikája. Osiris Kiadó, Budapest.
- McQuail, Denis 2003. A tömegkommunikáció elmélete. Osiris, Budapest.
- Miller, S. – Nunally, E. V. – Wackman, D. B. 2001. Az önismereti kerék. In: Rudas János (szerk.): Önismereti csoportok. Animula, Budapest. 17–20.
- Moore, C. 1992. The mediation process: Practical Strategies for Resolving Conflict, Jossey-Bass, San Francisco.
- Nemesi Attila László 2005. Az alakzatprodukciónak empirikus kutatásának dilemmái. In: Ivaskó Livia (szerk.): Érthető kommunikáció. Szegedi Tudományegyetem, Szeged.

- Németh Erzsébet 2002. Az önismeret és a kommunikációs készség fejlesztése. Századvég Kiadó, Budapest.
- Németh Erzsébet 2006. Közszereplés. A társadalmi szintű kommunikáció kézikönyve. Osiris Kiadó, Budapest.
- Németh Erzsébet 2009. A személyes hatékonyság fejlesztése. Századvég Kiadó, Budapest.
- Németh T. Enikő 2003. A kommunikatív nyelvhasználat elvei. Általános Nyelvészeti Tanulmányok XX. kötet. Akadémiai Kiadó, Budapest. 221–254.
- Niedermüller Péter 1999. A kultúráközi kommunikációról. In: Béres–Horányi (szerk.) 1999. 96–111.
- Pálffy Katalin 1989. Bevezetés a pszichológiába. Tankönyvkiadó, Budapest.
- Pease, Allan 2000. Testbeszéd. Park Kiadó, Budapest.
- Pete Nikoletta 2010. A tréningezés története és sajátosságai. In: Juhász Erika (szerk.): *Harmadfokú képzés, felnőttképzés és regionalizmus*. Debreceni Egyetem CHERD. 369–373.
- Pléh Csaba – Terestyéni Tamás 1980. Újságcímek - az olvasó szemével. Jelkép 1980/2 113–117.
- Pléh Csaba – Síklaki István – Terestyéni Tamás 1988. Nyelv, kommunikáció, cselekvés. Tankönyvkiadó. Budapest
- Poór Ferenc 2009. A tréning fogalma és jellemzői. *HR-portál*.
<http://www.hrportal.hu/c/a-trening-fogalma-es-jellemzoi-20091116.html>
- Rom Harré 1997. Meggyőzés és manipulálás. In: Pléh–Síklaki–Terestyéni (szerk.): Nyelv, kommunikáció, cselekvés. Tankönyvkiadó, Budapest 627–43.
- Rudas János 2001. Delfi örökösei. Önismereti csoportok –elmélet, módszer, gyakorlatok. Új mandátum, Budapest.
- Síklaki István 1994. A meggyőzés pszichológiája. Scientia Humana, Budapest.
- Síklaki István 1997. Főcímek demagógiája. Jel-Kép 1997. 2.
- Smith, M. J. 1975. When I Say No, I Feel Guilty. How to cope – Using the Skills of Systematic Assertive Therapy. New York: Bantam Books.
- Szabó Katalin 2002. Kommunikáció felsőfokon. Kossuth Kiadó, Budapest.
- Szathmári István 2004. Stilisztikai lexikon. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Szegfű András 1999. A szervezetek kommunikációjáról. In: Béres–Horányi (szerk.) 1999. 86–95.
- Szikszainé Nagy Irma 1999. Leíró magyar szövegtan. Osiris Kiadó, Budapest.

- Terestyéni Tamás 1999. Együttműködés és konfrontáció a közéleti kommunikációban. In: Buda Béla – Sárközy Erika: Közéleti kommunikáció. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Thomas, K. W. – Kilmann, R. H. 1974/2002/2007. Thomas–Kilmann Conflict Mode Instrument. Xicom
- Thornhill, Randy – Gangestad, Steven W. 1999. The Scent of Symmetry: A Human Sex Pheromone that Signals Fitness? URL: http://www.ceacb.ucl.ac.uk/cultureclub/files/CC2006-02-07_Thornhill.pdf (2014. január 20.13:11)
- Tókos Katalin 2005. Serdülőkori önismeret és önértékelés az elméleti és empirikus kutatások tükrében pedagógiai megközelítésben. Új Pedagógiai Szemle, 10. 42–60. <http://epa.oszk.hu/00000/00035/00096/2005-10-ta-Tokos-Serdulokori.html>
- Tolcsvai Nagy Gábor 1996. A magyar nyelv stilsztikája. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- H. Varga Gyula 2001. Kommunikációs ismeretek. Hungarovox Kiadó, Budapest
- H. Varga Gyula (szerk.) 2003. Ismeretek a nyelvről. Diamond Kiadó, Eger.
- Veszelszki Ágnes 2010. Digilektus a lektusok rendszerében. In: Illés-Molnár Márta–Kaló Zsuzsa–Klein Laura–Parapatics Andrea (szerk.): Félúton 5. Az ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskolájának konferenciája. Budapest, ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola. 199–215.
- Veszelszki Ágnes 2015. Netspeak, e-nyelv, digilektus. Netnyelvészeti áttekintés. E-nyelv Magazin, 2015/3.
- Zentai István 2004. A meggyőzés útjai. Neumann Kht., Budapest.
- Zuschlag, Berndt – Thielke, Wolfgang 2008. Mindennapjaink konfliktushelyzetei. Medicina Könyvkiadó, Budapest.
- Zsolt Péter 2004. *Kommunikációelméletek diszciplínái*. EU-Synergion Kft., Vác.

A kiadványért felelős a kiadó vezetője.
Megjelent a Gramma Kiadó gondozásában.
Terjedelem: 136 oldal

Nyomdai munkák: Hangácsi Nyomda, Eger
Felelős vezető: Hangácsi József