

III. SZEMÉLYKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ

1. A személyközi kommunikáció fogalma és funkciói
2. Non-verbális kommunikáció
3. A megtévesztés formái, módszerei, felismerése
4. Személyészlelés, vonzalom, a kapcsolatok fenntartása
5. A meggyőző kommunikáció

III.1.a. A személyközi kommunikáció fogalma

Az interperszonális kommunikáció kölcsönösen elfogadott jelentést hoz létre meghatározott szituációkban. Verbális és non-verbális üzenetek váltása annak érdekében, hogy mindkét fél elméjében létrejöjjenek és/vagy megváltozzanak bizonyos képzetek. Egy minimális átfedés a kommunikáció beindulásához már szükséges, a kommunikáció eredményessége pedig az átfedés mértékének növekedésével mérhető.

Pingpong hasonlat: fogadni nehezebb, mint szerválni, de a játékosok folyamatosan szerepet cserélnek. A stabil asztal és kiszámítható labdaív (kontrollált környezet), a versenyjelleg, ti. hogy nem nyerhet mindkét játékos, hibássá teszi ezt az analógiát

III.1.b. A személyközi kommunikáció funkciói

- Informatív (tudományok, kijelentő mondatok)
- Kontroll (politika, felszólító mondatok)
- Társas (szociális kapcsolatok, kérdő mondatok)
- Expresszív (művészetek, felkiáltó mondatok)

Mindegyik fajta kommunikáció lehet: igaz-hamis (a valósághoz képest), őszinte-hazug (a beszélő szándékai szerint), helyes-helytelen (az elfogadott normák szerint)

III.2.a. A nem verbális kommunikáció

- Egyes becslések szerint egy átlagember összesen 10-12 percig beszél tiszta időben
- Egy mondat átlag 2,5 mp-ig tart
- A normális társalgásban 35-65 % az arány a nem verbális kommunikáció javára
- Egyes nem verbális eszközök veleszületettek, mások tanultak, de általánosak, megint mások egyértelműen szűkebben kultúrafüggőek

III.2.b. Személyes tér

- Személyes tér: az egyént körülvevő változó méretű tér, a másokkal szembeni távolság egyéni preferenciái szerint alakul; nem csak mérete, formája is különböző egyénenként; a közeledő (társas igények) és elzárkózási (magánszférát védő) igények közötti kompromisszum, feszültség eredménye (vö.: harcművészetek)
- Edward Hall (Rejtett dimenziók, 1975) proxemikai elméletéből, ahol a kulturális befolyást is figyelembe véve 4 proxemikai zónát határozott meg: bizalmas, személyes, szociális és nyilvános távolságok
- Általában tiszteletben tartjuk, olykor a személyes tér megsértése kifizetődő stratégia is lehet (státusfüggő)

III.2.c. A nem verbális kommunikáció önálló fajtái

- Hans, az okos ló, 1900-ban: ha a nézők tudták az eredményt, ő is tudta, ha nem, ő sem
- Jelnyelvek, gesztusok (pl. a siketek jelelése, de az autóstoppolás is)
- Tevékenységnyelv (olyan cselekedetek, pl. sétálás amelyek mellett, hogy eredeti funkciójukat betöltik, kommunikálnak is, pl. flangálás)
- Tárgynyelv: tárgyak felmutatása, bemutatása, (az építészet, ruházkodás stb. ide is tartozik)

III.2.d. A nem verbális kommunikáció beszédhez kapcsolódó formái

Ismétlik, ellentmondanak, helyettesítik, kiegészítik, kihangsúlyozzák a verbális szöveget

- Testmozgás, kinezikus viselkedés: a test, a végtagok mozdulatai, testtartás, vállrándítás, fejbiccentések, arckifejezés, a szem mozgásai
- Emblematikus mozdulatok (pl. o.k. jel, nyugi, tévéstábok, bűvárok egyezményes kommunikációja)
- Szemléltetés (képek az írott vagy elmondott szöveghez)
- Szabályozók (pl. beszéljen hangosabban; most én jövök stb.)
- Csökevényes mozdulatok (agresszív, bizalmas stb.)

III.2.e. Egyéb kommunikatív jelek és jelzések

- Testi jellemzők (fizikum, testalkat, haj és bőrszín, lehellet)
- Érintkezéssel viselkedés (simogatás, kézfogás, mozdulatok irányítása)
- Paranyelv – a beszéd módja: hangmagasság, hangszín, hangerőnevetés, sírás, nyafogás, torokköszörülés, szünetek, beszédhibák stb.
- Készítmények – parfüm, ruha, kozmetikumok, szemüveg, paróka, műszempilla stb.
- Környezeti tényezők – épületek, bútorok stílusa, világítás, szagok, színek hőmérséklet, háttérzene

III.2. f. Érzelmi kommunikáció

- Egyénileg különböző figyelem és reakciók beszédhang (verbális, vokális), zene, képzőművészeti tárgy által sugárzott érzelmekre
- Az érzelmi érzékenység jól korrelál a kifejezőképességgel és az önmegértéssel (önreflexióval) és a verbális intelligenciával, viszont egyéb személyiségvonásokkal nem mutattak ki együttjárást
- A beszéd érzelmi jegyei a hangmagasság, a hangerő, a hangszín, a gyorsaság; életkorral fejlődik és gyakorolható, kultúrától, nyelvtől független
- Ellentétes érzelmeket összetéveszthetünk, azonosakat ritkán

III.2.g. Az érintés hatalma

- A bőr eredete azonos az idegszövettel. A csecsemők kontaktust, simogatást, ölelést, igénylő szükséglete, gyors és pozitív válasza az anyaméhben szerzett élményekből ered
- Minden motoros, észleleti és értelmi teljesítmény valamilyen korábbi készségre épül, tehát végső soron minden az érintéses tapasztalatokra
- A csecsemők összehangolják saját kezük taktilis ingereit a látványukkal a mozgásfejlődés során

III.2.h. Kommunikáció a testtartással

- Egy jó pantomimes tudja, hogy egy amerikai és egy angol különbözőképpen rakja keresztbe a lábát
- Ha választ várunk a kijelentés végén, kissé megemeljük a fejünk; szintén a fej/testtartással jelezzük általában, ha figyelünk a beszélgető partnerünkre vagy éppen félbe akarjuk szakítani (keresztbe tett lábunkat kiegyenesítjük és kissé előre dőlünk)
- A testtartások tagolják a társalgást/interakciót, odafordulás, kongruens (összeillő) testtartások
- Komplementer gesztusok összeszokott beszélgetőknél, amik kiegészítik a másik fél verbális kommunikációját

III.2.i. A kommunikáció teljessége

A verbalitás oldalán is a beszéd egésze számít kommunikációnak, beleértve nemcsak a ki sem mondott szavakat, hanem az egész atmoszférát is, amelyben a szavakat kimondják és meghallják. A közlemény egésze, összefüggése a viselkedés, a személyiség, a szituáció, sőt a környező kultúra struktúrájával. Ugyanaz a közlemény minden ember számára kicsit mást jelent, sőt ugyanannak az embernek is más helyzetben vagy időben. Ehhez járulnak még a nem verbális szimbólumok, jelentéssel bíró gesztusok, amik ellentmondhatnak a verbális üzenetnek, gazdagíthatják, ködösíthetik vagy felfokozhatják azt. A jó kommunikátor legalábbis tud ezekről.

III.3.a. Interperszonális megtévesztés

- A megtévesztés fajtái: hamisítás, színlelés (fiktív helyzet leírása v. bemutatása), elhallgatás (titkolózás), mellébeszélés, leplezés (a téma megkerülése, elrejtése, álcázás), de mind hamis képzeteket és téves következtetéseket kíván kelteni a befogadóban
- Az irónia, szarkazmus csak formálisan megtévesztés valójában nagyon is őszinte
- Három féle hazugság: hazugság, mocskos hazugság és statisztika (Mark Twain)

III.3.b. Interperszonális megtévesztés

- A megtévesztés három célt szolgálhat: valamilyen feladat/cél elérését, a kapcsolat megőrzését/megteremtését vagy az arcvesztés elkerülését/image építést. Ezen kívül a megtévesztésnek lehet egy „esztétikai” motivációja is: sokan egyszerűen azért füllentenek, mert úgy kerekesebb a történet).
- Morális megítélése eltérő lehet („háborúban, szerelemben és üzletben”)

III.3.c. A megtévesztés stílusvonásai

- bizonytalanság és határozatlanság: kurta, semmitmondó válaszok, szenvedő szerkezetek
- távolságtartás, visszahúzódás és bezárkózás: a kínos helyzetből való szabadulás vágya, nyelvtani megjelenése lehet a múlt időre váltás
- elhatárolódás, a felelősség másra tolása, a helyzet kényszerítő ereje, többes számú megfogalmazások, enyhítő módosító szók (néha, talán stb.), amik mind arra valók volnának, hogy megszüntessék a személyes kapcsolatot a cselekedettel
- a kiszivárgó gesztusok álcázása, őszintének látszó gesztusok, bólogatás, gyakori szociális mosoly

III.3.d. Esélyek a megtévesztés leleplezésére

- a helyzet biztosította információ mennyisége, az alany visszakérdezhet, hogy ezt megnövelje
- mennyire egyértelmű a megtévesztő fél motivációja
- a megtévesztő üzenet váratlansága, kontextus idegensége gyanút kelthet
- mennyire ismerik/kedvelik egymást eleve a beszélők
- a megtévesztő kommunikációban a szándékoltság és kiszivárgás aránya, a non-verbális árulkodó jelek (feszengés, pislogás, kitágult pupillák, beszédtevesztések, megemelt hang, inkongruencia)
- azonban a gyakorlott megtévesztő jobb stratégia és kevesebbet szivároztat
- a jóhiszemű befogadó esetében kevesebb stratégia kell
- a gyanakvás látszik, a megtévesztő ki van erre hegyezve

III.3.e. Szabad-e hazudni?

- Kant: nincs igazi dilemma, az igazság az egyetlen út, ez a kategorikus imperatívusz logikai következménye. „Cselekedj úgy, hogy akaratod maximája minden esetben az egyetemes törvényhozás elvéül szolgálhasson” azaz, mindig kérdezzük meg magunktól, hogy mi lenne, ha mindenki ezt tenné (Kant „kesztyű nélküli baseball játékos”).
- Szent Ágoston: „szeresd Istent és tedd, amit akarsz”. Azonban Isten a reális kommunikáció végett adta a beszédet, azt nem elrendelt céljára használni bűn. Azok a hazugságok, amiket azért követtünk el, hogy másokon segítsünk, szintén bűnök, bár kisebbek. Emiatt aztán, ha egy hazugság belopakodik az életünkbe, azt nem igazolnunk kell, hanem meg kell bánni és bocsánatot kell kérni miatta.
- Elméleti megközelítés: a hazudozók minden esetben önámítást követnek el: csak saját, rövid távú érdekeiket mérlegelik, jóval kisebb jelentőségűnek tartják a megtévesztett személyekre gyakorolt hatást és figyelmen kívül hagyják a hosszabb távú és rendszer szintű hatásokat. Hosszabb távon semmiképpen sem kifizető stratégia.

III.4.a. A személyészlelés képessége

- Az egyén személyes konstrukciók rendszerén keresztül értelmezi a világot, főként ellentétes kategóriák valamelyikében történő polarizált elrendezéssel. Egy politikus például liberális vagy konzervatív, becsületes vagy korrump, alkalmas vagy alkalmatlan, sőt szent vagy csirkefogó.
- De persze az árnyalatokkal finomítható a kép, a kongitíven éretlenebb, fekete-fehér gondolkodókön kívül vannak széles szín-, árnyalat és fokozatskálákat használók. Ki kell egyensúlyozni a megkülönböztetés és az absztrakció (belső tulajdonságokra való következtetés) képességét az egyik oldalon, az integráció képességével a másik oldalon.
- Az egyes személyekre nézve ez a képesség viszonylag állandó, azonban az életkorral a komplexitás nő.
- Függetlennek találták az IQ-tól, az empátiától, az íráskészségtől és az extrovertáltságtól is, viszont a szociális hatékonysághoz alapvető

III.4.b. Az interperszonális kommunikáció hatása a médiapolitikában

- A Kennedy-Nixon tv. vita (1962) az egyik első példa: a fáradt, elhízott testi tulajdonságait tekintve ellenszenves politikai vezért felváltja a fiatal, jóképű és életvidám jelölt. A nézők nem az érvekre figyelnek, hanem a személyiségre
- Nixon tanult a verségből, később kiválóan használta a tv-t a céljaira: képeket, felvételeket vetített a beszédei elé, „a szavak zenévé váltak”

III.4.c. A különböző társas kapcsolatok létrejöttét és megerősödését elősegítő tényezők

Alaptípusok

- barátság: önkéntesebb és függetlenebb a másik kettőnél, a társadalom a legkevésbé szabályozza, illetőleg szól bele, mindezek miatt a legtörékenyebb is
- szerelem: megkülönböztető jegyei a szexuális vonzalom és a kizárólagosságra törekvés; bensőségesség, szenvedély és elkötelezettség, ha kölcsönös, igen szoros kötelék
- család: a családtagok közös történelemmel bírnak, közös tapasztalatok akár generációkon keresztül, nagyon kiszámítható; ugyanakkor sok az ambivalencia, súrlódás, rivalizáció, sértődöttség, ezzel együtt krízishelyzetekben mégis általában ide fordulnak az emberek

A vonzalom tényezői

- kongruens a viselkedés, a megnyilvánulásai összhangban vannak az érzéseikkel, feltétel nélkül elfogadják a másikat olyannak, amilyenek és függetlenül attól, hogy mit tesznek, figyelemmel fordulnak a másik felé, empátikusak

(közgazdasági jellegű hasonlatok gyakoriak a kapcsolatok értékelésénél)

- a kereslet kínálat szabálya: a ritka tulajdonságok kívánatosak lehetnek és jelentős értékkel bírhatnak
- befektetők, akik hosszabb távra számolnak és kereskedők, akik az azonnali sikerekre vadásznak
- Erich Fromm „két ember általában akkor szeret egymásba, amikor úgy érzik, hogy megtalálták az általuk elérhető legjobb cikket a piacon, figyelembe véve saját csereértékük határait”

III.4.d. A társalgás kezdetén...

- A társalgás nem csak baráti hangulatú kulturált párbeszéd, hanem lehet nézeteltérés, szolgálati dialógus, csevegés, „suttogás édes semmiségekről”, az idő iránti érdeklődés, orvosi kezelés, sajtókonferencia – jól modellezhetők a telefonbeszélgetéssel
- A hívott fél szólal meg először, más formákban a kezdés megszólítás, udvariassági formulák, testi gesztusok (mi van, ha megszegik a szabályokat? „Johnny, kész a vacsora, gyere be azonnal!”)

III.4.d. Beszélgetés kezdeményezése és lebonyolítása

- Szekvenciák: üdvözlés-üdvözlés, kérdés-válasz, ajánlat (kérés, parancs)-elfogadás (teljesítés), elutasítás (megtagadás), vád-elismerés, védekezés
- Beszélőváltás: leviszi vagy felemeli a hangot az a fél, aki át akarja adni a szót (ahhoz képest, hogy egyszerűen csak befejezte vagy kérdez is)
- Devianciák: túl sokáig tartja magánál a szót, kínos témát vet fel, félreviszi a beszélgetést

III.4.e. Amikor a társalgás kényelmetlen

- Alapvetően egy beszélgetés egy kis szociális rendszer, kölcsönös elkötelezettséggel és lojalitással, megosztott realitással (bevonódás), egymás attitűdjeinek és személyiségének szándékos vagy önkéntelen kivetítésével; illemszabályok szabják meg, hogy milyen képet mutathat valaki és hogyan kell a másik felet és a beszélgetést tiszteletben tartani
- Elkalandozás fajták: külső zavaró tényező, az egyik beszélgető túlzottan magára figyel, túlzottan az interakcióra (háziasszony példa) vagy túlzottan a másik félre, ami szintén zavarba ejtő és megakaszthatja a beszélgetést
- Néha illik színlelni a bevonódást, néha udvariasabb inkább megszakítani a társalgást; bonyolítja a helyzetet, ha nem azonos rangúak a felek vagy valamilyen közös feladatuk van

III.4.f. A kapcsolatok karbantartása

- külső környezet, környezeti elemek megváltozása (utazás, vacsora vagy akár egy új közös ellenség...)
- kommunikációs stílusváltás: több beszélgetés, szimbolikus gesztusok (napközben felhívja, hogy jól van-e), nyíltság és őszinteség, élmények, tapasztalatok megosztása, érzések kommunikációja
- metakommunikáció: beszélgetés a kapcsolatról, a fejlődés jeleinek megfigyelése, a problémák higgadt értékelése, a partner és magunk hibáinak és a javítás módjainak feltárása;
- antiszociális direkt stratégiák: civakodás, ultimátumok, pökhendiség, morcoság, túlzott kritika, csökönyösség, a kapcsolat leminősítése, az érintkezés megszakítása, ridegség, az önfeltárlkozás felfüggesztése, szívességek visszautasítása, a közös jövő veszélyeztetése
- proszociális direkt stratégiák: kedvesség, vidámság, elfogadás, megengedő magatartás, a kapcsolatba vetett hit ápolása, együttérzés, odafigyelés, szívességek, ragaszkodás, közös élettér, jövő megerősítése
- szertartások: fontos dátumok, nosztalgia, „mi lenne nélküled” megbeszélése, ünnepek, szóbeli ragaszkodás formális vagy non-verbális ragaszkodás kifejezése, dicséret, ajándékok
- vagy éppen ceremónia nélküli spontaneitás, meglepetés
- az összetartozás tényei: együtt töltött idő, közös tevékenység, közös ismerősökkel
- egy kicsivel több függetlenség keresése és engedélyezése
- külső támogatás igénybevétele: baráti, rokoni, vallási közösség, kapcsolati tanácsadó

III.5. a. Az attitűdök befolyásolása

A meggyőzés nem csak kellemetlen szívességek elérése ígéretekkel, fenyegetésekkel, magyarázatokkal, dicséretekkel stb. inkább általánosan az önkéntes attitűdváltozás elérése verbális üzenetekkel. Attitűd alatt gondolatokat, érzéseket, cselekvési szándékokat tartalmazó belső válaszokat, irányultságot értenek, meghatározott válaszra való fogékonyságot (bár a kinyilvánított vélemény, egy attitűdskálán való elutasítás és egyetértés jelzése nagyban eltérhet egy későbbi tényleges viselkedéstől). Miben hisz, mit tesz szívből, mit tervez konkrétan?

- üzenet tanulás: a tartalom a lényeg, meg az, hogy arra mekkora figyelmet fordítanak, mennyire értik meg és mennyi ideig emlékeznek rá
- észlelés-megítélés: csak az értelmezésre koncentrálnak, ugyanaz az üzenet két emberre teljesen eltérően hathat
- motivációelméletek: itt is a szükségletek kielégítésére való törekvés a központi elem
- attribúció: önbeteljesítő jóslat, a tükör-én szerepéből kiindulva (similis, simile gaudet)
- kombinatorikus elméletek: az új ötletek mérlegelése, egyeztetése korábbi elképzeléseikkel
- önmeggyőzés: a belső érvrendszer szerepe a meggyőződés kialakításában

Nyilvánvaló, hogy ezek különböző kombinációban működhetnek különböző szituációk, üzenetek, források és befogadók esetében. Az üzenet tartalma csak egy dolog, a forrás, a hitelesség és sok más kérdés dönti el a meggyőzés sikerességét.

III.5.b. A meggyőző kommunikáció

- Meggyőzés: a paranccsal szemben, nem csak egy másik személy vagy csoport viselkedését akarja megváltoztatni, de egy sor attitűd (beállítódás) változást is el akar érni (amik nyomán megváltozhat a vélemény, a dolgok észlelése, érzelmi megítélése majd a cselekedetek is)
- A meggyőzés hatása nem ítéhető meg a közvetlen vagy rövid távú hatások alapján; nem zéró összegű: részleges sikert is elérhet (pl. még mindig nem ért egyet, de már nem annyira...); a hatás szempontjából az sem mindegy, hogy mekkora volt a leküzdendő különbség a véleményben

III.5.c. A meggyőzés sikerét befolyásoló tényezők

- A vevő: mi a fontos számára, mit ért meg, mire hajlamos? Háttérismerete, attitűdje, személyisége, neme, életkora, kulturális háttere, foglalkozása
- A forrás: szavahihetőség, hatalom, társadalmi szerep, viszonya a vevőhöz, demográfiai jellemzők
- A közlemény: témája, tartalma, az érvek minősége, a felépítése, stílusa
- A csatorna: személyesen, írott vagy elektronikus médiában, egy vagy több csatornán
- Szituációs tényezők: egyedül, csoportban, ismerős, kellemes környezetben

III.5.d. A közlemény megszerkesztése

- Az ismertség: a vevők általában elvárják, hogy a közlemény ismert, felismerhető struktúrában kerüljön eléjük
- A tér sémája: ne ugráljon, haladjon valamilyen irányba
- Az időrend: a probléma keletkezése, megoldási lehetőségek, jövőbeli intézkedések
- Logikai érvelés: deduktív vagy induktív sémákban (hatékony lehet a nyílt végű érvelés is)
- Pszichológiai felépítés: figyelemfelkeltés, szükségletek felvetése, megoldási módok jelzése, konkretizálása, cselekvés kijelölése

III.5.e. A sorrendi hatás

- Fokozásos sorrend (a legvégén van a legfontosabb érv, ezt jegyzik meg)
- Lejtéses sorrend (a legelején van a legfontosabb érv, még friss a figyelem)
- Piramidális sorrend

Kutatási eredmények: attól függ... Ha ellenkező érveket is felsorol a beszélő, az elsőként említett hat jobban, immunizálhatja a hallgatókat az ellenkező érvekre. Ha a vevő érdekelt vagy sikerül felkelteni a figyelmét, akkor a fokozás hat jobban

A kommunikáció körülményei, amelyek befolyásolják a meggyőződést

- Életpasztalatok, személyes érdekelttség
- Kontraszthatások
- A semleges sáv jelentősége
- A referenciacsoport

Észérvek és kerülőutak

- „vizsgonozd a szívélyességemet, tartozol nekem”
- „légy következetes, mindig így csináljuk”
- „kövesd a társadalmi közmegegyezést, ez az élet rendje”
- „ha kicsit is kedvelsz, elfogadod, amit mondok”
- (tekintélyelv) „nekem aztán elhiheted, sőt el is kell hinned”
- (ritkaság érv) „ne szalaszd el a szerencsédet, kövesd a tippemet”