

Jak wykorzystać swoją uwagę do efektywnej pracy?

Wielu psychologów sportu jest zdania, że sukces można osiągnąć realizując regułę KOP, czyli, że kluczem do osiągnięcia celu są koncentracja, opanowanie oraz pewność siebie. Do tej reguły stosowało się wielu wybitnych sportowców, w czasach swoich największych osiągnięć.

Jednym z podstawowych mechanizmów odpowiedzialnych za prawidłowe funkcjonowanie człowieka jest uwaga. Uwaga wpływa na sprawność naszego działania, bo to ona decyduje jaka część stymulacji zewnętrznej przedostaje się do naszej świadomości i o tym, które informacje ignorujemy, a na które zwracamy uwagę. Jest to niezwykle istotna funkcja, bo umiejętność koncentrowania się na najważniejszych aspektach otaczającego nas środowiska zazwyczaj stanowi klucz do sukcesu. W sytuacji, gdy ciągle zmagamy się z nadmiarem różnego rodzaju bodźców, zignorowanie części z nich jest koniecznością. Ważne jednak, aby dokonywać prawidłowego rozróżnienia informacji istotnych i nieistotnych. Dla sportowców podstawowym zadaniem często jest umiejętność skupienia uwagi na właściwym obiekcie i we właściwym czasie. W biznesie koncentracja na priorytetach i ignorowanie informacji nieistotnych również bywa kluczowym czynnikiem sukcesu.

Za wybór tego, co istotne i ignorowanie tego, co zbędne odpowiada podstawowa funkcja uwagi – selektywność. Funkcja ta ma różne przejawy – przykładowo, pozwala określić skąd pochodzą określone informacje i skupiać się na bodźcach płynących z najważniejszych źródeł (np. zawodnik w czasie meczu koncentruje się na poleceniach trenera, a nie okrzykach kibiców). Odpowiada także za systematyczne sprawdzanie wszystkich pojawiających się bodźców, tak, aby selekcja była prawidłowa.

Ważne dla usprawnienia funkcjonowania człowieka jest poznanie jego indywidualnego stylu uwagi. Umożliwia to zrozumienie, przewidywanie oraz kontrolę wielu zachowań, a także pozwala kształtować i rozwijać (poprzez odpowiednie ćwiczenia) własną koncentrację.

Robert Nideffer, na podstawie swoich wieloletnich doświadczeń, między innymi ze sportowcami, stworzył teorię i model uwagi, które pozwalają na określenie własnego stylu uwagi.

Model Nideffera oparty jest na założeniu, że istnieją dwa wymiary koncentracji: jej ukierunkowanie oraz zakres. Naszą uwagę możemy skupiać na obiektach, które są dla nas zewnętrzne (np. samochód, piłka) lub wewnętrzne (np. myśli, uczucia). Możemy także skutecznie skupiać uwagę jednocześnie na tym, co wewnętrzne i zewnętrzne. Drugi wymiar

koncentracji, jej zakres, oznacza natomiast, że możemy obejmować naszą uwagę dużo lub mało bodźców.

Kombinacja obu tych wymiarów (zakresu i ukierunkowania) pozwala na wyróżnienie czterech typów uwagi:

1. uwaga o charakterze szerokim zewnętrznym
2. uwaga o charakterze szerokim wewnętrznym
3. uwaga o charakterze wąskim zewnętrznym
4. uwaga o charakterze wąskim wewnętrznym

Uwaga o charakterze szerokim zewnętrznym oznacza, że koncentrujemy się na dużej ilości bodźców zewnętrznych. Przykładowo, piłkarz może skupiać swoją uwagę na wszystkich zawodnikach, którzy są na boisku. Ten typ uwagi w niektórych sytuacjach może być korzystny także np. dla nauczycieli, którzy muszą koncentrować się na wszystkich uczniach obecnych w klasie.

Dla uwagi o charakterze szerokim wewnętrznym charakterystyczne jest skupianie się na dużej ilości bodźców wewnętrznych. O sportowcach, którzy mają ten styl uwagi mówi się często, że są mistrzami strategii, bo potrafią wiele czasu poświęcić na wybór odpowiedniego sposobu działania. Tego typu umiejętności potrzebne są jednak także na przykład osobom, które pracują nad strategią rozwoju firmy lub ścieżkami kariery pracowników.

Uwaga o charakterze wąskim zewnętrznym korzystna jest np. dla sportowców, którzy trenują łucznicstwo, czy strzelectwo. Aby odnieść sukces, muszą oni skoncentrować się na określonym celu zewnętrznym (np. tarcza), a jednocześnie zignorować inne dochodzące do nich sygnały (np. hałasy publiczności).

Dla zawodnika, który w danej sytuacji musi skupić się np. na jednej tylko uwadze trenera i cały czas ją realizować, optymalny jest typ uwagi o charakterze wąskim, wewnętrznym. Osoby takie mają dużą świadomość własnego ciała i potrafią wykorzystywać sygnały płynące z wnętrza organizmu.

Pośród wymienionych powyżej stylów uwagi nie można wyróżniać lepszych i gorszych. W różnych sytuacjach optymalny jest inny styl uwagi. Wiele błędów w wykonywaniu określonych czynności wynikać może właśnie z niedopasowania stylu koncentracji, czy braku umiejętności, jak skutecznie skupiać, czy podtrzymywać swoją uwagę. Z tego powodu wybitni sportowcy od lat sporo czasu poświęcają na pracę nad swoją koncentracją, co jest podstawowym elementem sportowego treningu umiejętności psychologicznych.

O koncentracji często mówi się, że jest kluczem do sukcesu (pokazują to zarówno badania naukowe, jak i praktyka), a ludzki mózg ma zdolność przetwarzanie ogromnej ilości informacji. Dlatego nad koncentracją warto pracować, tak, aby optymalnie wykorzystywać pełnię możliwości, którą daje nam nasz organizm oraz wartość napływających do nas bodźców.

Zgodnie z teorią attention economy o zarządzaniu uwagą możemy też mówić w kontekście organizacji. Wyróżniamy tu uwagę zewnętrzną i uwagę wewnętrzną. Przez zarządzanie uwagą zewnętrzną rozumie się koncentrowanie uwagi interesariuszy na wybranym aspekcie działalności organizacji i w konsekwencji podjęcie pożądanych przez organizację działań. Zarządzanie uwagą wewnętrzną organizacji polega z kolei na skierowaniu uwagi pracowników lub ich grup na określonym aspekcie działalności firmy i w ten sposób doprowadzanie do ich pożądanych zachowań.

Kinga Bernacka

Dom Szkoleń i Doradztwa

Opracowano na podstawie:

1. Tony Morris, Jeff Summers - Psychologia Sportu. Strategie i techniki (Warszawa: Centralny Ośrodek Sportu, 1998)
2. Edward Nęcka, Justyna Sarzyńska - Uwaga w sporcie. Referat wygłoszony na konferencji zorganizowanej przez Zakład Psychologii AWF w Krakowie Pt „Praktyczna psychologia sportu” (14-15 maja 2008 r.)
3. Beata Mierzejewska, Maria Aluchna - *Attention economy* - koncepcja zarządzania uwagą (część 1) http://www.e-mentor.edu.pl/artukul_v2.php?numer=19&id=404