

részvényopciók jutnak osztályrészül szentté avatás helyett. Egyes vezérigazgató szokásai ártalmatlanok lehetnek, például Steve Jobs és Mark Zuckerberg előszeretettel viselik minden nap ugyanazt a ruhát. Fennáll azonban a veszély, hogy egy vezető különbségei és nézetei annyira beágyazódnak a [vállalati] kultúrába, hogy hosszú távon károsan befolyásolják az üzleti tevékenységet. Henry Ford nagy sikert ért el a Tmodellel, de nem tudott változtatni rajta, amikor az divatjamúlt lett; a hiteltől való irtószása tartotta vissza Fordot akkor is, amikor más gyártók lehetővé tették a fogyasztóknak a részletre történő vásárlást. A multimilliomos Gerard Ratner eredetileg a szókimondás híve volt (a londoni Petticoat Lane piacon eltöltött gyermekora után, ahol beletanult a szakmába), mígnem ez okozta vesztét, amikor is „ócskaságnak” nevezte ékszerbolt-láncolatának termékeit. A szabadidő tevékenységek szintén romboló hatással lehetnek. Amikor a Bear Stearns befektetési bankot a bedőlés veszélye fenyegette 2008-ban, Jimmy Cayne, a vezérigazgató Nashville-ben élte ki a bridzs iránti szenvedélyét, és nem volt elérhető sem emailen, sem telefonon.

A vezérigazgatók utánzásának az a veszélye, hogy szokásaikat a rendszerint jelentős profitnövekedés és részvénytapi teljesítmény teszi divatossá, mindezek pedig kérészletiek lehetnek. A bőség idején merésznek és úttörőnek tűnő szeszélyek inkább tehernek számítanak a válságos időszakokban. Kérdezzük csak meg a Tesla részvényeseit.

(The Economist)

Annalisa Quinn

Hatások és befolyások

Létezik két ellentétes közhely az alkoholos befolyásoltság alatt álló emberről: Az egyik szerint ittasan tényleg önmagukká válunk: aljassá vagy csöpögőssé, szeretetteljessé vagy

haragossá, kötekedővé vagy elkeseredetté. (Tacitus római történész szerint az ősi germán törzsek háborús időben rézegen tartották a tárgyalásokat, azzal érvelve, hogy ez képtelenné teszi a feleket arra, hogy bármit is rejtgessenek.) A másik dolog azonban, amelyet a részekkel kapcsolatban előszeretettel emlegetünk – gyakran, amikor valakit éppen bocsánatkérően terelünk kifelé a buliból vagy a bárból –, hogy „nincs magánál” vagy „nem így szokott viselkedni”.

Akkor melyik igaz: Mindig önmagunk vagyunk, vagy benső lényünk erőtlen, a társaság és a körülmények alakítják? A „befolyás” azt sejteti, hogy van némi titkos összefüggés a kettő között – azaz bensőnk és a kívülről jövő nyomás között –, és egyikről sem állítja, hogy az lenne az erősebb. A hatalom nyíltan kényszerít, a befolyás azonban ravasz: úgy lopódzhat tudatunkba, hogy észre sem vesszük, és elkezd munkálkodni.

2017-ben a nemzeti hírszerzés igazgatójának (DNI) a hivatala, amely a számos ügynökségtől származó eredményeket fogja össze, arra a következtetésre jutott, hogy Vlagyimir Putyin „befolyásolási kampányt” rendelt el, hogy Donald Trump javára billentse a 2016-os elnökválasztást. Bot-programok és zoknibábok⁵ – magukat átlag-amerikainak feltüntető orosz ügynökök – téves információkat és elfogult nézeteket terjesztettek online, míg az orosz hírszerzés munkatársai a Demokrata Nemzeti Bizottság (D. N. C.) hálózatairól gyűjtötték be emaileket, hogy a választások előtt táptalajt adjanak a hírekben szereplő kínos sztoriknak. A rasszizmust, szexizmust, pártok közti nehezítést kihasználó kampány – amely a hazai hírszerző szervek szerint továbbra is zajlik – ugyanazt a kérdést teszi fel, mint amit mi kérdeztünk a bódult állapottal kapcsolatban: Vajon pusztán csak azt hozza ki, ami már eleve

5 Zoknibábnak olyan bejelentkezett felhasználó felhasználói neveit és „személyiségeit” nevezük, aki több különböző felhasználónéven regisztrálja magát. Ilyenkor az elsőként regisztrált felhasználói neve tekintendő eredetinek, a többi zoknibábnak. Vö. [web:] https://hu.wikinews.org/wiki/Wikih%C3%ADrek:Wikifogalmak_sz%C3%B3jegyz%C3%A9ke#Zoknib%C3%A1b

jelen volt, vagy rontott ezeken a magatartásmódokon, arra készítetve némelyikünket, hogy úgy viselkedjünk (és szavazzunk), ahogy egyébként nem tettük volna?

Az amerikaiakat jelen pillanatban Oroszország azon képessége foglalkoztatja, hogy bennünket manipuláljon; egy 2017-es népszavazás szerint a demokraták 63, a republikánusok 38 százaléka látta úgy, hogy „Oroszország hatalma és befolyása” jelentős fenyegetést jelent az Egyesült Államok számára. Oroszország azonban csak egyetlen hatás a modern korunk gyakorolta nyomások egész ökoszisztémájában, amely lobbistákból, drogokból, Facebookból, titkos ügynökökből, külpolitikai stratégiákból, rászedettekéből és kettős ügynökökből, álhírekből, megvesztegetésekből és fenyegetésekből tevődik össze. Mindezen ellentmondásos hatások közepette a politika világa érthetetlennek, hatalmak zürzavaros forgatagának tűnhet. „Háború folyik az elmétekért!” – hangzik az összeesküvés-elméletekről híres Infowars weboldal szlogenje. Akkor hát honnan kellene tudnunk, hogy mit gondoljunk?

A latin *influo* ('folyik, beáramlik') igéből eredeztethető az *influence* ('hatás, befolyás'), az *influx* ('beáramlás, benyomulás'), az *influenza* és az *Influo*, egy belga „influencer marketinges platform”. Az *influo* szót először főként a vízzel kapcsolatban használták, de a Kr. u. harmadik századra a korakeresztények már a hívők lelkébe áradó Szentlélek leírására kezdték alkalmazni. A középkorban bukkant fel egy főnévi alak – az „*influentia*”. Ezt alapvetően csillagászati értelemben használták: azt gondolták a bolygókról, hogy a Földre árasztják hatásukat, és olyan dolgokat árasztanak ki, mint a jóakarát (Jupiter), a viszály (Mars) és a téboly (a hold – innen ered a „holdkóros”). „Miféle rossz csillagzat / ráncolta homlokát, és öntötte rád gonosz befolyását?” – kérdezte a Tudor-kori költő, Edmund Spenser 1590-ben⁶.

Ezzel a hiedelemmel lelki vonatkozásai miatt együtt járt egyfajta aggodalom is. Aquinói Szent Tamás középkori keresztény teológus el-

fogadta, hogy a bolygók és a csillagok hatással vannak testi mivoltunkra, de elutasította azt az elképzelést, hogy ezek irányíthatnák elménket, amely a szabad akarat végét jelentené. C. S. Lewis [a *Narnia Krónikáinak* az írója] a *The Discarded Image (Az elvetett képzet)* című, 1964-ben megjelent könyvében összegzi a középkori gondolkodásmódokat: Azt hitték, írja, hogy ez a befolyás „nem szükségszerű, csak egy hajlammal a kiváltója, hogy így vagy úgy cselekedjünk.” Ennek a hajlammal viszont ellent lehet mondani: „A bölcs ember uralkodik a csillagokon. De gyakoribb, hogy nem mondunk ellent, mivel a legtöbb emberbe nem szorult annyi bölcsesség.” Az idők során az asztrológiát elvetették mint áltudományt, a befolyásolás pedig nem az égitestek, hanem a kormányok és a reklámozók feladatává vált. A hírek terjesztését megkönnyítette a nyomdai sajtó; a viselkedés-alapú marketing-tevékenység megjelenésével a befolyásolás a jóhiszeműségre építő üzletté vált. Lewis fájjalja, hogy a „befolyásolásnak” ez a huszadik századi használata „csak kiaszott és elaggott” változat hatalommal bíró eredeti jelentéséhez képest. A befolyásolásnak mint – jellemünk és jobb belátásunk ellenében kísértő – gonosz, homályos és távoli erőnek az asztrológiai értelme azonban még mindig tetten érhető abban, ahogy az emberek a globális hatalom és gazdagság sötét keringési pályáiról – érdekszféráiról – beszélnek. Ahogy annak idején a királyok felemelkedését és bukását az égi hatalmaknak tudták be, ma azon tűnődünk el, hogy vajon melyik, a politikai viszonyokat saját céljaira kihasználó befolyásos bróker lehetett az elnökcsináló: az oroszok vagy a Mercer-fivérek?

A huszadik század túlnyomó részében Amerika számára a Szovjetunió volt a sötét bolygó. Allen Dulles, a központi hírszerzés igazgatója mondta egy 1953-as beszédében, hogy a szovjet agy egy „fonográf; olyan lemezt játszik le, amelyet egy kívülálló zseni tett fel az orsójára, és amelyet nem irányíthat.” A szovjet agymosás szerinte betanítás által vagy valamilyen „hazugságszérumnak” köszönhetően jöhet létre, de lett legyen az bármi, „iszonyatos” lehet. (Ennek ellenére, még az

6 “What euill starre/On you hath fround, and pourd his influence bad?”

évben Dulles belefogott egy programba, ahol titkos agykontroll kísérleteket hajtott végre gyanútlan amerikaiakon és kanadaiakon.) Az oroszoknak legalább nem volt elég emberük, hogy nagy méretekben csinálják.

Ma az internet azonban azt jelenti, hogy bárkitől és bármerről érkezhethet a befolyás; lehet látható vagy láthatatlan, fizetheti bármelyik hatalom, a számtalan mód közül bármelyikén közelíthet felénk. A befolyást régebben fentről lefelé irányuló jelenségként értelmezték, kormányok, reklámozók, adományozók vagy más jelentőségteljes egyéniségek tömegekre gyakorolt hatásaként. Napjainkban ez úgy fogható fel, hogy a legerősebb befolyások nem távolról, hanem a közvetlen közelünkéből és társadalomilag érnek bennünket – azaz a hatalom birtokosai úgy fejtik ki befolyásukat, hogy átlagembereknek tettetik magukat. A marketinges szakemberek például egyre azon dolgoznak, hogy eltüntessék a reklámok és a való élet közti határt. A legutóbbi évtizedben a hivatásos „influcerek”, más szóval véleményvezérek megjelenésének lehettünk tanúi – őket azért fizetik, hogy személyes vonzerejüket felhasználva adott tartalmakat népszerűsítsenek online. A reklámok vagy hirdetőtáblák fentről lefelé történő befolyásolása helyett ezek a hirdetéseket olyasvalaki építi tudatunkba, osztja meg velünk, aki bizonyos igényszintet tekintve egyenrangúnak tűnik. A fogyókúrás teát reklámozó tizenéveseknek fizető cégek ugyanazt a taktikát használják, mint a kínai kormány, amikor kommentelőket toborzott, hogy a kommunista pártot támogató üzenetek százmillióit küldjék szét az online térben.

Ezeknek a kampányoknak az ereje természetesen még mindig fentről ered: a mögöttük álló erők pusztán csak színlelik, hogy a nyilvánossághoz szólnak. Tevékenységük többnyire a közösségi médián keresztül valósul meg, ahol a kapcsolatteremtés csendben és bizalmasan, gondosan kiválasztott alanyokat megcélözva történhet. Amikor a Cambridge Analytica, a Stephen K. Bannon nevével fémjelvezhető és konzervatívok adományai-ból finanszírozott politikai-tanácsadó cég a

végül akarta fokozni befolyását a 2016-os választáson, olyan pontossággal aknázza ki a közösségi oldalak adatait a felhasználók célba vételéhez, hogy az a hidegháborús éra kiagyaltói számára lehetetlenség lett volna. „Pusztán csak némi információt engedünk be az internet véráramába, majd néztük, ahogy növekedett, időnként kicsit besegítettünk, hogy láthassuk az alakulását – mondta Mark Turnbull, az Analytica volt menedzsere egy titokban rögzített felvételen – Most pedig ez az anyag beszívárog az online közösségbe, és terjed, de bármiféle márka megjelölése nélkül, így forrása ismeretlen, nem lehet nyomom követni.”

Nem tisztázott, hogy az effajta kampányoknak ténylegesen mekkora a hatékonysága. Az orosz álnformációk 126 millió embert értek el a Facebookon, de kérdés, hogy csakugyan hatással voltak-e bármelyikükre. Egy nemrégiben megjelent könyv – Yochai Benkler, Robert Faris és Hal Roberts *Network Propaganda* című műve – adatokat használ fel annak meggyőző bizonyítására, hogy a 2016-os kampány alatt keringő legtöbb álnformációt ténylegesen a jó öreg jobboldali amerikai média terjesztette: a Breitbart és a Foxnews. Miért kellene Oroszországnak még baljóslatúbbnak tűnni, mint Sean Hannity [híres Trump-párti] műsorvezetőnek? Talán hazai szakértőink kendőzetlen és nyílt kifejezésmódjával magyarázható mindez: Hannity például olyannyira nem titkolja elfogultságát, hogy nemrégiben vett részt egy Trumpot támogató gyűlésen. Nyugtalanítóbb a láthatatlan befolyásolás, még ha még mindig kérdéses is hatékonysága. Turnbull analógiája sokat elárul: a befolyás, mint a latin szó folyékony eredete sejteti, szívárog és eltelít, bódít és lelkesít. A kezünkben lévő távirányító legalább a választás illúzióját megadja a számunkra.

Szeretjük a magunk jellemét kialakultnak látni: megvan a magunk meggyőződése és erkölcse, vallása és pártja, állama és országa, megvannak a barátaink és ellenségeink. Szükségszerűen önmagunk vagyunk – *elkerülhetetlenül* önmagunk. Képesnek kellene lennünk, hogy ellenálljunk az effajta manipulációnak. Azonban szociológiai tanulmányok

hosszú sora tanúskodik az ellenkezőjéről, ismételtelen rámutatva arra, hogy a társadalmi nyomás milyen könnyen van hatással azokra a dolgokra, amelyeket mondunk, hiszünk, teszünk, gondolunk és eszünk. A befolyás miatti aggodalmunk ugyanarra a félelemre megy vissza, mint amelyet Aquinói Tamás is érzett, ugyanabból a kételyből táplálkozik, mint amely az alkoholisták vagy szektások családját gyötri. Erős befolyások közepette hogyan tudunk odatalálni és ragaszkodni önmagunknak ahhoz az eredeti, tagadhatatlanul egyéni szikrájához, szabad akaratunkhoz, jellemünkhöz, sőt akár lelkünkhöz? A befolyás fogalma épp ezt a félelmet fedi fel: hogy nem tudunk. Vagy talán eleve soha nem is létezett olyan, hogy önmagunk.

(*The New York Times Magazine*)

Yascha Mounk⁷

Mit taníthat számunkra a Római Köztársaság bukása Amerikáról

Edward J. Watts: *Halandó köztársaság: Hogyan került Róma zsarnoki uralom alá (Mortal Republic: How Rome Fell Into Tyranny)*, Basic Books, 2018, 336 oldal) című könyvének recenziója

A Kr. e. harmadik évszázad vége felé súlyos fenyegetés érte a Római Köztársaság uralmát az Appennini-félszigeten. I. Pürrosz (latinul Pyrrhus) épeiroszi királynak – hús félelmetes harci elefánt bevetésével – kegyetlen csaták sorozatában sikerült legyőznie a római seregeket. Amikor Pürrosz egy viszonylag kedvező békeszerződést ajánlott fel Rómának, a jelentős államférfiak nagy része lelkesen egyezett bele az alkuba.

Mint Edward J. Watts rámutat a *Halandó köztársaságban*, a római politikai intézmények vitathatatlan erejének köszönhető, hogy

Pürrosz győzelme végül annak közmondásos vereségéhez vezetett. Amikor a Szenátus öszszegyűlt az ajánlat megvitatására, „egy Appius Claudius nevű idős, vak szenátort vittek be fia a szenátus épületébe.” Amikor elcsendesedett a terem, az felállt, és ostorozni kezdte képviselőtársait: „Sokáig csapásnak gondoltam szemeim szerencsétlen állapotát, de most, amint hallom ezeknek a szégyenletes határozatoknak a megvitatását, amelyek ártanak Róma hírnevének, azt kívánom, hogy bár ne csak vak lennék, hanem süket is.” Claudius óva intett attól, hogy meghajoljanak Pürrosz előtt, mert akkor a Római Köztársaságnak még több külső erővel gyűlne meg a baja. Bármilyen kicsi is az esély a győzelemre, Rómának nincs más választása, csak a küzdelem folytatása.

Miután Pürrosz képtelen volt szerződéssel kibékíteni a Római Köztársaságot, megvesztegetéssel próbálkozott. Amikor Fabricius szenátor – akiről köztudott volt, hogy épp olyan szegény volt, mint amilyen kiváló – Pürroszhoz ment tárgyalni egy fogoly kiváltása ügyében, az olyan temérdek aranyat és ezüstöt ajánlott fel neki, hogy a világ egyik leggazdagabb emberévé tette volna. Fabricius azonban visszautasította. „A Római Köztársaság mindenben gondoskodik azokról, akik közéleti szerepet vállalnak” – jelentette ki gőgösen. Mivel még a legszegényebb embernek is lehetősége volt a legmagasabb hivatali pozícióba jutni, Fabricius számára messze fontosabb volt saját hírneve, mint Pürrosz pénze.

Watts rámutat, hogy ez a két beszéd együttesen magába foglalja Róma figyelemre méltó sikerének alapjait. „A köztársaság megalakulásakor olyan jogi és politikai struktúrát biztosított, amely a rómaiak egyéni energiáit olyan utakra terelte, amelyek az egész római nemzetközösségnek javára váltak.” A rákövetkező évszázadok során azonban ezek az alapok lassan megrendültek, majd gyorsan összeomlottak.

Mivel az alapító atyák az Egyesült Államokat kifejezetten a Római Köztársaságról mintázták, egy az utóbbi bukásának körülményeit vizsgáló tanulmány igen nagy jelentőségűnek bizonyulhat saját korunk számára. Watts szavaival élve,

7 Yascha Mounk a Harvard Egyetem oktatója.