

Meggyőzés és befolyásolás

Mindennapjainkban sokszor megtörténik, hogy olyan kötelezettséget vállalunk: szerződést kötünk, vásárolunk valamit, amit nem állt szándékunkban, elfogadjuk egy csoport vagy politikai párt ideológiáját, amelyet voltaképpen nem érzünk magunkénak, és még sokáig lehetne sorolni – egyszerűen olyan döntéseket hozunk, amelyeket később megbánunk. Ez mindaddig a kiszolgáltatottság és bizonytalanság állapotát idézi elő bennünk, amíg nem ismerjük fel a befolyásoló erők eredetét és hatásmechanizmusát. Profitorientált világunkban az egyes ember meggyőzése egy meghatározott ügy érdekében annyira tökéletessé vált már, hogy szinte észrevétlenül ejtenek át, csapnak be bennünket, leszünk csoportérdekerek elkötelezettjei.

A befolyásolás azokkal az értékrendszeri eszközökkel történik, amelyek benne vannak abban a kultúrában, amelyben élünk. Szocializálódásunk során, egészen kicsi korunktól kezdve, szinte észrevétlenül tanuljuk meg azokat a szabályokat, amelyek a mindennapi kapcsolattartásainkban nélkülözhetetlenek.

A kölcsönösség ilyen megtanult szabály, amely minden emberi társadalomban jelen van, mindenféle tevékenységet áthat, amelyet az emberek egymásért tesznek. Ez a szabály azt mondja ki, hogy valamilyen módon viszonzunk kell azt, ha valakitől valamit kapunk. Ha valaki szívességet tesz nekünk, viszonzunk kell; ha valaki ajándékot küld születésnapunkra, nem felejtjük el, hogy mi is ajándékot küldjünk a születésnapjára; ha egy család tagjaitól meghívást kapunk az összejövetelekre, nekünk is meg kell hívnunk őket – és még sokáig sorolhatnánk a mindennapi történéseket. A kölcsönösség elve alapján a jövőben le vagyunk kötelezve a szívességek, az ajándékok, a meghívások és ehhez hasonló viszonzására. Olyannyira tipikus, hogy ezek kötelezettséggel járnak, hogy a „nagyon lekötelez” kifejezés a „köszönöm” szinonimájává vált a legtöbb nyelvben.

A kölcsönösség elve, majd az abból következő kötelezettségérzés az emberi társadalomban óriási fejlődést eredményezett, mert azt jelentette, hogy az egyén bizalommal adhat valamit – ételmezt, energiát, gondoskodást stb. – valakinek anélkül, hogy az számára valóban elveszett volna, mert máshol, valamilyen más formában visszakapja azt. Mindannyiunkat úgy tanítottak, hogy megfeleljünk ennek az elvnek, és mindannyian tudunk a társadalmi szankciókról és megvetésről, amelyekkel az elv megszegése jár. Az ilyen személyt negatív jelzőkkel illetik: hálátlan, szélhámos, potyázó stb. Általános ellenszenv sújtja azokat, akik elfogadnak szívességet, de nem veszik a fáradságot, hogy viszonzzák azt, amit kapnak. Általában mindent elkövetünk hát azért, hogy ne soroljanak bennünket közéjük. Ezért sokszor kényszerülünk arra, hogy mindent megtegyünk, hogy vissza is adjunk, és erre „kényszerítenek” is bennünket az olyanok, akik nyerni akarnak kötelezettségérzésünkön.

A kölcsönösség elvének félelmetes hatása van; gyakran adjuk beleegyezésünket olyan esetekben is, amikor – ha nem létezne a kötelezettség érzése – inkább nemet mondanánk. Ezt az elvet használják velünk szemben az olyan emberek, akiket nem kedvelünk, a kellemetlen vagy nem szívesen látott ügynökök, kereskedelmi utazók, gyógyszergyárak képviselői, szavazatunkat megszerezni igyekvő politikai pártok stb., amikor arra törekednek, hogy mielőtt kérésüket előadnák, csekély szívességet tegyenek nekünk. Az ügynökök otthagynak nálunk egy ingyen példányt a kínált portékából; a gyógyszergyárak képviselői egy kedves kis tárgyat emlékeztetőül, hogy az ő készítményeiket használjuk; a politikai pártok látványos képeslapokkal kívánnak nekünk boldog új évet, és a példák a végtelenségig sorolhatók. A mélyen belénk ivódott szabály pedig arra kényszerít bennünket, hogy viszonzzuk a szívességet, megtegyük, amire kérnek bennünket.

Miért idéznek elő bennünk csekély, kedvezményező szívességek időnként sokkal nagyobb arányú viszonzást? Legtöbbször nagyon kellemtelenül érezzük magunkat a lekötöttség állapotában. Nyomasztóan hat ránk, és minden igyekezetünkkel azon vagyunk, hogy megszabaduljunk tőle. Az érzés gyökere az, hogy a kölcsönös megállapodások nagyon fontosak a társadalomban, és ezért úgy nevelnek bennünket, hogy érzelmileg zavarjon a kötelezettség terhe. Már csak azért is hajlandók vagyunk a kapottnál nagyobb szívességet tenni, hogy megszabaduljunk az adósság pszichológiai terhétől. A belső kényszer ugyanis nagyon megterhelő számunkra, ezért a kölcsönösség nevében sokszor többet adunk, mint amennyit kaptunk.

A meggyőzés és befolyásolás iránti fogékonyágunkban nagy szerepet játszik az, hogy amit teszünk, azt mások mennyire teszik ugyanúgy. A befolyásolásnak ez az elve azt mondja ki, hogy az eszköz, amellyel valaminek a helyességét meghatározzuk, nem más, mint az, hogy mások mit ítélnék helyesnek. Azaz egy magatartásmin-tát egy adott helyzetben olyan mértékben tekintünk helyesnek, amilyen mértékben mások alkalmazták.

Az a törekvés, hogy egy cselekedetet megfelelőbbnek tartunk, ha mások is azt teszik, általában helytálló. Rendszerint kevesebb hibát követünk el, ha a társadalmi szokásoknak megfelelően cselekszünk. Ha sokan tesszük ugyanazt, általában az a helyes. A társadalmi bizonyosság elvének ez a sajátossága annak fő erőssége és egyben fő gyengéje is. Ugyanúgy, ahogyan a befolyásolás más eszközei, ez az elv is alkalmas az egyszerűsített megoldásokra, arra, hogy gyorsan eldöntsük, milyen magatartást tanúsítunk adott helyzetben, sebezhetővé is tesz azonban bennünket – mint az egyszerűsített megoldás alkalmazóját – a profitszerzőkkel szemben.

Az a sajátosságunk, hogy egy cselekedetet helyesebbnek tartunk, ha mások is azt csinálják, sokféle helyzetben kiaknázható. Rengeteg példa van erre a mindennapi életben. A csaposok gyakran tesznek nyitás után néhány papírpénzt borraivalos poharaikba, hogy a borraivalozást elősegítsék, és ezzel kimutassák, hogy az összehajtogatott papírpénz bedobása a helyes magatartás az ivóban. Ugyanebből az okból a temp-

lomi pénzgyűjtők is ilyen módszert alkalmaznak kosaraikkal, hasonlóan szép eredményekkel. A hirdető akkor szeretne árújáról információkat kiadni, amikor nagy az érdeklődés iránta, amikor a legjobban viszik, mert akkor a vevőket nem kell közvetlenül győzögetni annak minőségéről, csak azt kell elmondani, amit mások gondolnak róla, és ez elegendő bizonyítéknak. Az eladókat arra tanítják, hogy ajánlataikban említsék meg olyan véleményét – különösen a neves embereket –, akik már vásároltak a termékből. Vagy nézzük meg a televíziós gyűjtések módszereit: sok időt szentelnek olyan listákra, amelyekben a korábban felajánlást tett nézők nevei szerepelnek. Üzenetük világos: „Nézzék, milyen sokan döntöttek az adakozás mellett! Ez a helyes hozzáállás.”

A társadalmi bizonyosság elve akkor működik a legerőteljesebben, ha a hozzánk hasonló emberek magatartását figyeljük meg, ami lehetőséget ad arra, hogy betekintsünk gondolkodásukba, hogy számukra miből is áll a helyes magatartás. Ezért érzünk nagyobb hajlandóságot arra, hogy olyan ember irányítását fogadjuk el, aki hozzánk hasonló, azét pedig kevésbé, aki különbözik tőlünk. Ez az, amiért egyre növekvő számban szerepeltetik a tévében a mindennapi emberek vallomásait. A hirdető tudja, hogy az átlagemberek számára termékeik eladásának legsikeresebb módja, ha azt mutatják be, hogy a többi átlagember is azokat használja. Tehát az eladandó termékről, legyen az mosópor, fájdalomcsillapító, üdítő vagy más italfajta, hosszú dicshimnuszokat hallani a tévében az átlagemberektől.

Ehhez hasonló a helyzet egy másik emberi relációban is: gyakran automatizáljuk a döntéseinket, mert nem tudunk ellenállni. Ilyen lehet a tekintélyszeméllyel való kapcsolatunk.

A mindennapi élet nagyon sok területén figyelhetjük meg saját magunkon is, hogy a számunkra tekintélyszemély részéről történő ajánlásokon, utasításokon alig vagy egyáltalán nem gondolkodunk – szinte automatikusan végrehajtjuk őket. Az elismert tekintélytől származó információ annak a döntésnek a hasznos lerövidítését eredményezi, hogy hogyan cselekedjünk egy adott helyzetben. Már a születésünktől kezdve arra nevelnek bennünket, hogy a megfelelő tekintélynek engedelmesskedjünk, és arra, hogy az engedtlenség helytelen.

A tekintélyelvnek mindig is megvolt az igazi gyakorlati jelentősége. Már egészen kicsi korunktól egyes emberek – szülők, tanárok stb. – többet tudtak nálunk, és rájöttünk, hogy részben nagyobb bölcsességük miatt, részben pedig mert jutalmazásunk és büntetésünk az ő kezükben volt, érdemes megfogadni tanácsukat. Ugyanazon okokból felnőttként is megmaradnak ezek az előnyök, bár a tekintélyek ekkor már a munkaadók, a bírók, a kormány vezetői stb. Mivel pozíciójukkal jár az információkhoz való jobb hozzáférés, és a kezükben van a hatalom, megvan az értelme, hogy a kinevezett tekintélyek kívánságait teljesítsük. Olyannyira megvan, hogy valójában akkor is így teszünk, ha annak semmi értelme sincs. Abban a pillanatban, amikor felismerjük, hogy nagyon is érdemes engedelmessé válni a tekintélynek, könnyen megengedjük magunknak az automatikus engedelmesség kényelmét. Minden olyan esetben, amikor magatartásunk ilyen gondolkodás nélküli irányítás alatt áll, biztosak lehetünk abban, hogy lesznek olyanok, a meggyőzés szakemberei, akik ezt kihasználják saját javukra.

A tekintély biztosításának alapvető eszköze a cím, a titulus. Nagyon sokféle van belőle, amely kiváltja együttműködésünket, akkor is, ha a valóságos tekintély lényege nincs is jelen. Ezt azok a meggyőző szakemberek használják fel széles körben, akiknél a lényeg hiányzik. Például a szélhámosok, akik felruhazzák magukat a tekintélyhez szükséges címekkel, öltözékkel és csalétekkel. Semmit sem szeretnek jobban, mint elegánsan felöltözve kiszállni egy elegáns kocsiból, és úgy bemutatkozni, mint XY doktor, bíró, professzor stb. Úgy gondolják, ha rendelkeznek mindezzel, nagyon megnövekszik az esélye annak, hogy másokat befolyásoljanak. Ennek az alapja pedig nem más, mint az, hogy cselekedeteinket jobban befolyásolja egy cím, titulus vagy öltözék, mint annak a személynek az egyénisége, aki magáénak mondja őket. Kultúránkban az egyenruha vagy pedig az üzletember jól szabott öltöne tekintélytárust biztosít viselőjének.

Tudunk-e védekezni a tekintélyelv ellen? Használhatunk védekező taktikát, csak ki kell tudnunk küszöbölni belőle az automatizmust. Mivel tipikusan rosszul értelmezzük a tekintély tetteinkre gyakorolt befolyását, ezért előnytelen helyzetbe

kerülünk, mert nem vagyunk elég óvatosak, amikor meg akarnak győzni bennünket. A védekezés alapformája az, hogy ha jobban megértjük a tekintély hatásának működését, az segíthet abban, hogy ellent tudjunk állni neki. Amikor olyan helyzetbe kerülünk, hogy próbálnak meggyőzni bennünket, két kérdés feltevése nagyban segíthet döntésünkben. Az egyik az, hogy a „tekintély tényleg szakember-e?” Ez abban segít bennünket, hogy meg tudjuk figyelni: az adott tekintélynél megvan-e a hitelesség az adott témával kapcsolatban, azaz tényleg szakembere-e annak a témának, amelyről beszél. Így elkerülhetjük a tekintélyszemélyre való automatikus reagálást. A másik kérdés: „Vajon a szakember tényleg tekintély-e?” Ez meg abban segít, hogy a realitásra, a nyilvánvalóra figyeljünk, ne az esetleges tekintélyszimbólumokra, címre, státuszra.

Áttekintve az eddigieket, az a kérdés merül fel, hogy miért alkalmazzuk döntéshozatalainkban azokat az eszközöket, amelyek egyúttal a meggyőzés és befolyásolás eszközei is. Mért van szükség gyors döntésekre, miért van szükség arra, hogy döntésgyorsítókat használjunk?

Információfeldolgozó képességünknek megvannak a korlátai, és a hatékonyság érdekében néha el kell tekintenünk az időrabló, bonyolult és teljességgel informált döntéshozataltól az automatikusabb, primitívebb reagálási forma javára. Például, amikor eldöntjük, hogy egy kérdésre igent vagy nemet mondunk, akkor gyakran csak egyetlen, számunkra fontos információra figyelünk. Ezek az információk azok, amelyek aztán a leggyakrabban használt döntésgyorsítók lesznek a számunkra, pontosan azért, mert a tapasztalat szerint a legmegbízhatóbbak, és általában a helyes megoldást eredményezik.

Mindez kikerülhetetlen a modern életvitelre jellemző tömény információáradattal való megküzdéshez. Jól tudjuk ma már, hogy a tudásanyag minden nyolc évben megduplázódik. Többet utazunk, többször költözünk új lakhelyre, a házakat gyorsabban építik, és hamarabb is bontják le, több emberrel veszünk fel kapcsolatot, ezek a kapcsolatok azonban rövidebb időszakra szólnak. A bevásárlóközpontokban, autószalonokban, szaküzletekben stb. a termékek olyan választékával találkozunk, amelyről az előző év-

ben még nem is hallottunk, és a következő években már elavultnak számítanak, vagy a feledés homályába vesznek. Újdonság, mulandóság, változatosság, gyorsulás civilizált életünk jellemzői.

Legtöbbször tehát a felgyorsult életvitel az, ami miatt döntésgyorsítókat kényszerülünk használni, és ha ezek valóban megbízhatóak, akkor nincs semmi rossz az egyszerűsített gondolkodásban. Probléma akkor jelentkezik, amikor ezek az eszközök rossz tanácsadóvá válnak, és rossz döntésre ösztönöznek, amikor a bennünket meggyőzni igyekvők csalnak, és az automatikus, egyszerűsített reagálásunkból akarnak hasznot húzni. Ha az egyszerűsített reagálások gyakoribbá válnak, ami a modern, felgyorsult életmódban szinte elkerülhetetlen, akkor biztosak lehetünk abban is, hogy a csalások gyakorisága is növekedni fog. Ezek a megoldások azonban ma már nem tekinthetők luxusnak, hanem kimondottan szükség van rájuk, és arra lehet számítani, hogy a mindennapi életünk felgyorsulásával egyre fon-

tosabbá válnak. Ezért kell minden esetben reagálnunk, amikor valaki azért, hogy meggyőzzön bennünket, visszaél befolyásolhatóságunkkal!

Hogy mennyire befolyásolnak, győznek meg bennünket egy vásárlás alkalmával, egy szerződésalkotás, vagy éppenséggel egy politikai párt ideológiájának elfogadását illetően, nagyban rajtunk múlik. Az első, amire mindig hasznos gondolni: a bennünket meggyőzni igyekvőnek mindig érdeke fűződik ahhoz, hogy befolyásolási próbálkozása sikerrel járjon. Másodsor – különösen nagyobb horderejű döntésekkor – próbáljuk meg felismerni magunkban az egyszerűsített gondolkodás jellemzőit, mert ez segít abban, hogy használni tudjuk azokat a képességeinket, amelyekkel alaposabb elemzésnek tudjuk alávetni az elénk tárt tényeket. Így sebezhetőségünk kevésbé lesz kiaknázható mások számára. És a meghozott döntések valóban a sajátjaink lesznek.

2016. szeptember



A kékszakállú herceg vára, 2013