



Robert B. Cialdini
Előhatás. A meggyőzés forradalma
HVG Könyvek, 2017, 360 oldal, 4900 Ft

„A bölcs ember alakítja önmagát, a bolond csak meghalni születik. A tudatosság elve.”

(Frank Herbert: *Dűne Messiása*
Walhalla Páholy, 1992)

A hatásgyakorlások és azok versenykorunk egyik legmeghatározóbb tényezőjévé vált. Életünk minden területén, folyamatosan zúdítják ránk a meggyőzés eszközeit, hogy küldöik megnyerjenek bennünket valaminek, ami érdekükben áll, vagy feladatuk sikerre vinni. Az egymással versengő befolyásolóeszköztára a 'nyers erőszaktól', az üzenet állandó sulykolásától a tudatunkat megkerülő ráhatásig tart, technikáit, eszköztárát folyamatosan fejlesztik. Így igyekeznek szó szerint, vagy átvitt értelemben eladni nekünk mindent, a rágószervünk mennyei állapotát megteremtő szájápolási eszközöktől a bennünket egyedül igazán szolgáló eszméig és annak képviselőiig, s persze rávenni, hogy csakis ezt, ne valami hitvány pótlékot vagy ócskaságot válasszunk. Amikor pedig azt hisszük, magunk döntünk, gyakran csak meszerien megkomponált ráhatások szerint

Trükkös mesterfogások

Dr. Osman Péter könyvajánlója

cselekszünk. Sok tanulsággal és – a 'megnyeréshez', szintúgy a védekezéshez is hasznos – kitanítással szolgál erről Cialdini műve.

Hiszem, mert képtelenségnek tűnik, hogy a dolog ilyen egyszerűen működjék – gyakran foghatja el ez az érzés az olvasót Cialdini fejtegetései, magyarázatai kapcsán, s persze a képtelenséget óvatosan elutasítanánk. Ő azonban tényekkel, kísérletes eredményekkel igazolja állításait, hogy a dolog tényleg működik – persze csak tendenciaként. Így tárja elénk az „előhatásnak”, a meggyőzésért folytatott ütközet már a megkezdése előtti trükkös megnyerésének a mesterfogásait, sok új megvilágosodással is szolgálva.

Erről szól a könyv. „Jelen kötet bővíteni igyekszik azon viselkedéstudományi információk mennyiségét, amelyeket a nagyközönség önmagában is érdekeseznek, másrészt a saját életében alkalmazhatóknak talál. A könyvből megtudhatjuk, mit tesznek a ravasz kommunikátorok üzenetük átadása előtt, hogy elfogadtassák azt.” „Az előhatás alapgondolata, hogy az előzetes figyelem stratégiai irányításával lehetővé

válik a kommunikátor számára, hogy elérje, üzenetének befogadói már az előtt egyetértsenek az üzenettel, hogy az eljutna hozzájuk. Ennek az a kulcsa, hogy már kezdetben olyan fogalmakra irányítsuk a figyelmüket, amelyek asszociatív módon összhangban állnak az ezután átadandó információval.” (És ráhangolnak annak elfogadására! – O. P. Idézetek a könyvből.)

Tanulság és védekezés: [Cialdini adatokat mutat be az előhatás működ/tet/ésének gyakorlati eredményére, és] „Ha ezekből az adatokból az látszik, hogy számos hétköznapi szituációban a tehetetlen bábok kellemetlen szerepébe vagyunk kényszerítve, a könyvben eddig tárgyalt kutatások nagy része arra utal, hogy bizony jó okunk van az aggodalomra. Tényleg bele kell törődnünk, hogy az elénk kerülő szavak, képek vagy szimbólumok által keltett asszociációk véletlenszerűen tologassanak bennünket az élet sakktablóján? Szerencsére nem. Ha megértjük, hogyan működnek az asszociatív folyamatok, akkor stratégiai, előhatásszerű ellenőrzést gyakorolhatunk fölöttük.”