

Jonah Berger: Láthatatlan befolyás. Miért követünk másokat még akkor is, ha tudjuk, hogy nincs igazuk? HVG Könyvek, 2020; ISBN 9789633045527

„A dolgoknak annyira a mélyére kell nézni, hogy egyszerűekké váljanak.”

Konrad Adenauer

(Úgy tűnik, Adenauernek kevés dolga akadhatott a kvantummechanika megértésével.

Tétele viszont nagyon is illik e könyvrre.)

Nem feltétlenül rossz, ha befolyásolnak bennünket. Feltétlenül rossz viszont, ha annak nem vagyunk tudatában. Ilyen nézőpontból Berger e műve az önvédelem fontos tankönyve. S persze a befolyásolásé is.

„Annak megértésével, hogy miért utáncunk másokat, megtanulhatjuk azt is, hogy miként állhatunk jobban ellen a befolyásolás hatásának.” (Forrásmegadás nélküli idézetek a könyvből, kiemelések a recenzió szerzőjétől.)

„Hol találkozunk a befolyásolással? Miként formálják az életünket a környezetünkben élők, és miként alakítjuk mi az övéket? *Mindenki jól jár, ha megértjük ezeket a többnyire rejtett folyamatokat.*” – Erre van e könyv is.

„Amikor bizonyítékot keresünk a *társas befolyás* viselkedésünket formáló hatására, gyakran egyet sem találunk. *Nem tudatosul bennünk a ránk ható erős befolyás, ezért nem tételezzük fel a létezését sem.* Azonban az, hogy nem vagyunk tudatában, nem jelenti azt, hogy nem történt befolyásolás. *Ha megértjük, hasznunkra fordíthatjuk,* megtervezhetjük a környezetünket, formálhatjuk a helyzeteket.” – S jó felismernünk, mikor érdemes elvegyülni a közösség tengerében, vagy kiválni belőle.

Bergert már ismerjük. Ragályos! – Hogyan terjed a siker? c. művéről (HVG Könyvek, 2017) az Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2017/6. számában szoltunk. Annak alapkérdése, Berger honlapjáról: „Mi teszi a dolgokat népszerűvé, elterjedtté? A szóbeszéd tízszer olyan hatékony, mint a hirdetés, ám mi lehet az oka, hogy az emberek bizonyos dolgokról beszélnek, azokat megosztják, inkább, mint másokat? Miért válnak bizonyos termékek népszerűvé, miért terjednek szét bizonyos eszmék, válnak online tartalmak virálissá?” És ott a folytatásból (enyhe reklámtartalommal, kicsi amerikaiás túlzással): „Jonah Berger, a Wharton professzora az utóbbi tíz évet e kérdések megválaszolásának szentelte. E könyvében feltárja a szóbeszéd és a társadalmi továbbítás mögött álló titkos tudományt. A könyv az úttörő kutatás eredményeit ötvözi hatásos történetmondással.” – Ez utóbbi teljesen igaz!

E mostani könyvét így ajánlja honlapján: „*Egy New York Times és Wall Street Journal best-seller.* Befolyásosabb akar lenni? Jobban tudni motiválni önmagát és másokat? Okosabb döntéseket hozni és formálni csoportja véleményét? Ez a beszéd (e könyvben – Osman P.) megmutatja, hogyan érheti el.

Az összes döntés 99 százalékát mások alakítják, gyakran mégis döbbenetesen nem vagyunk tudatában, mikor működik ebben valamilyen befolyás és ez miként történik. Mikor teszük az emberek azt, amit mások is, és mikor járnak el tőlük eltérően? Mások mikor buzdítanak, és mikor csüggesztenek el? És e titkos tudomány megértése hogyan segít bennünket, hogy sikerebbek legyünk mind a szakmai, mind a magánéletünkben?

A befolyás nagyerejű eszköz, ám ahhoz, hogy a szolgálatunkba állíthassuk, meg kell értenünk, miként működik. Innen megéri, miért lehet, hogy mások gyorsabb futóvá tesznek bennünket, ám rosszabbá a párhuzamos parkolásban, honnan a tendencia, hogy a kiváló atlétáknak idősebb testvérei vannak, és mit taníthat nekünk Aranyfürtöcske (Goldilocks and the Three Bears – egy 19. századi mese, amelyet a pszichológia tanmeseként használ fel – Osman P.) arról, miként hozunk létre sikeres termékeket és eszméket. *Aki elolvassa e könyvet, más szemmel látja majd a saját viselkedését, és a másokét.*”

Berger bemutatkozása a honlapján: „a Pennsylvania Egyetem Wharton Üzleti Iskolájának marketingprofesszora (A Whartonról részletesebben az említett előző recenzióban – Osman P.), és szerzője a nemzetközi bestseller Ragályos, Láthatatlan befolyás és The Catalyst könyvnek. *Világszerte elismert szakértője a változ/(tat)ásnak, az előszó alkalmazásának, a befolyás(olás)nak, a fogyasztói magatartásnak, s hogy miként lesznek sikeressé termékek, eszmék és magatartások.* Ötvennél több cikket publikált felsőkategóriás akadémiai folyóiratokban, tanít a Wharton legmagasabbra értékelt online kurzusain, és a népszerű fórumok, mint a The New York Times és a Harvard Business Review, gyakran tudósítanak a munkájáról. Események százainak volt kulcsfontosságú előadója (keynote speaker), és gyakran szolgál tanácsadással szervezeteknek, mint a Google, Nike és a Gates Foundation.”

A könyv alapvetése – a szomorú tény magunkról: „Az elképzelés, hogy a választásunkat a személyes elgondolásaink és véleményünk vezérli, annyira kézenfekvőnek tűnik, hogy szinte említést sem érdemel. Csakhogy ez nem így van!

Nem vesszük észre, de mások elképesztő mértékben befolyásolják az életünk szinte minden aspektusát. Azért szavazunk, mert mások is így tesznek, többet eszünk, ha a társaink is, és hajlamosak vagyunk akkor venni új autót, ha a szomszédunk vásárolt egyet a közelmúltban. A társas befolyás kihat a vásárolt termékekre (s ne higgyük, hogy ez új keletű: valójában még a tőzsdei befektetésekben is nagy szerepe van, ott nyájhatásnak mondják, s erős hajtóereje a buborékok kialakulásának; amikor pedig a mind több területen meghatározó tényezővé váló divatot követjük, szintúgy a társas befolyásnak hódolunk be – Osman P.), a választott egészségbiztosításra, az iskolai osztályzatokra és a hivatásra. Meghatározza, hogy előtakarékoskodunk-e a nyugdíjas éveinkre, befektetünk-e a tőzsdén, adományozunk-e pénzt, csatlakozunk-e valamilyen szövetséghez, takarékoskodunk-e az energiával vagy adaptáljuk-e az új innovációkat. Még arra is kihat, hogy belekeveredünk-e egy bűncselekménybe, vagy

elégedettek vagyunk-e a munkánkkal. *Nehéz olyan döntést vagy viselkedést találni, amelyre nem hatnak mások.*

Igazság szerint, ha végignézzük az életünk összes területén, *csupán egyetlen olyan zugot találunk, ahol látszólag nem érzékeljük a társas befolyást. Önmagunkat.* Ez bizony kritikus jelentőségű tanulság: amint Berger részletesen kifejti, *világosan felismerjük másokon e befolyásolást, de nem jövünk rá, hogy velünk is ez történik. Meg is magyarázza, miért.*

Sajátos vaktság. Berger részletesen bemutatott kutatásai igazolták, hogy „akár ruhavásárlásról, akár politikai kérdésekről, akár az udvarias autóvezetésről volt szó, a megkérdezettek észrevették, hogy a társas befolyás hatást gyakorol az emberi viselkedésre – *de nem az övékére.* Azt felismerték, hogy a társas befolyás hat mások viselkedésére, de azt nem, hogy rájuk is.”

Ennek okait elemezve áll elő a következtetéssel: „A jelenség egyik lehetséges magyarázata a *társas kívánatosság.* Talán azért nem gondoljuk, hogy mások befolyásolnak bennünket, mert befolyásoltnak lenni rossz dolog. *A társadalom azt várja el, hogy önmagunk legyünk, emelkedjünk a külső hatások fölé, ne legyünk birkák, és ne kövessük a csordát!* („Rossz dolog”? Berger később részletesen kifejti, hogy ez a modern nyugati társadalom tanított értékrendje. S enyhén szólva furcsa dolog az önálló gondolkodásnak, az egyéniség megdicsőülésének ez a mítosza. A társadalom működésképtelenné válna, ha tagjai elutasítanák az együttműködést, a beilleszkedést, a stabilitást biztosító normák és a bizonyítottan működő kollektív bölcsesség követését – ez kezelhetetlen konfliktusokat eredményezne – Osman P.)

Ha a befolyásoltság rossz, akkor valószínűleg azért nem hisszük el, hogy bennünket is meg lehet ingatni, mert *nem akarjuk negatív fényben látni önmagunkat.* A helyzet azonban nem ennyire egyszerű. Még amikor a befolyás pozitív előjelű, akkor sem hisszük el, hogy hat ránk. Van [azonban] egy, *a többenél is rejtettebb ok,* amely miatt nem gondoljuk azt, hogy a társas befolyás hatással lenne ránk. Mégpedig az, hogy *nem vesszük észre.*”

Paradox működése: „Amikor bizonyítékot keresünk a társas befolyás viselkedésünket formáló hatására, gyakran egyet sem találunk. Nem tudatosul bennünk a ránk ható erős befolyás, ezért nem tételezzük fel a létezését sem. Azonban az, hogy nem vagyunk tudatában, nem jelenti azt, hogy nem történt befolyásolás.” – Vajon keressük-e igazán? Mindenki elég erős lelkileg ahhoz, hogy képes legyen önmagát elemezni és szembenézni a gyengéivel is, elismerni, hogy befolyásolható? Vagy Berger előző megállapításaival összhangban sokaknak túl kényelmetlen lenne bevallaniuk önmaguknak, hogy bizony vezethetőek? *E könyv arra is tanít, hogy keressük szigorúbban e hatásokat.*

Aki kicsit is elemzi és érti világunk dolgainak alakulását, az felismeri, hogy a befolyásolásunkban egyre inkább *mindenható a technika, ha mesterien tudják kezelni.* A reklámok és az eladásösztönzés terén ez már régóta közhely – olyannyira, hogy bizonyos fogások (pl. a szubliminális üzenetekkel operálók) alkalmazásától jogi eszközökkel védik a közönséget. Tudjuk azt is, milyen mértékben befolyásolható a megkérdésezés felmérések eredménye

pusztán a kérdések kialakításával és a kérdészés technikájával. *Berger itt a „láthatatlan befolyásolásról” szólva hihetetlen összefüggéseket, hatásmechanizmusokat tár elénk.*

Erről szól a könyv: „A könyv azokról az egyszerű, finom és gyakran meglepő módokról szól, amelyekkel mások hatnak a viselkedésünkre. Kockázatosabb döntéseket hozunk, csak mert valaki vállon veregetett bennünket. Miának nevezzük el a gyermekünket, mert az utóbbi időben felkapottá vált a Madison és a Sophia név. Még az idegenek és azok is, akikkel talán soha többé nem találkozunk, ijesztően nagy hatást gyakorolnak az ítéleteinkre és a döntéseinkre. A jóléti politikával kapcsolatos attitűdünk teljesen megváltozik, ha azt halljuk, hogy a demokraták támogatják, nem pedig a republikánusok – még akkor is, ha mindkét fél ugyanazt a politikai javaslatot teszi.” – Sokak politikai döntéseit, választásait befolyásolhatja, akár erősen is, az is, ha jelzéseket kapnak, hogy várhatóan mi lesz a kérdéses szavazás eredménye, melyik alternatíva győzelme mutatkozik valószínűbbnek. Ennek oka, hogy az emberek jelentős hányada nem szeret a vesztes oldalra kerülni és ezzel vesztesnek érezni magát, inkább a várható győztesekkel szavaz. Ez befolyásolásra nagyon is kihasználható azáltal, hogy e célra kialakított előrejelzéseket, elemzéseket, ’közvélemény-kutatásokat’ tárnak elébük.

„A társas interakcióink az egymással ütköző atomokhoz hasonlóan formálják, hogy kik vagyunk és mit teszünk. Ez a tudomány, a társadalomtudomány mindenhol jelen van, attól kezdve, hogy miért az adott nevet kaptuk, egészen addig, hogy miért ezt a könyvet vettük a kezünkbe.” – A hasonlat szellemes, de nem igazán helytálló. Az atomok megteszik azt a szívességet a tudománynak, hogy mind egyformák, egyformán is viselkednek, egyformán reagálnak az ütközésre – ezért lehet valóban jó statisztikákat készíteni róluk és a „magatartásukról”. A fránya emberekben van annyi egyedi vonás, ami már erősen befolyásolhatja, sokfélévé teheti a társas interakcióikat, alásva ezzel a statisztika megállapításainak helytálló voltát, érvényességét, ártva ezzel a kérdéses társadalomtudomány megbízhatóságának. A kedves atomoknak nincs „lelkük”, nem működnek köztük vezetők, véleményvezérek, amint a „társas interakcióikat” befolyásoló irányzatok sem, s nem hat rájuk gyakran nehezen felderíthető és még nehezebben felmérhető hatású láthatatlan befolyás. Az emberek közt nagyon is. A tudománynak sokkal könnyebb a dolga az élettelen természettel.

„A társas befolyás azonban nem csupán mások viselkedésének a követésére ösztönöz bennünket. A többi ember a mágneshez hasonlóan vonzhat, de akár taszíthat is bennünket. Mikor utánozunk másokat, és mikor határolódunk el a tetteiktől? Mikor motivál a környezetünk keményebb munkára, és mikor készlet a céljaink feladására? És mit jelent mindez a boldogság, az egészség és a siker vonatkozásában otthon és a munkahelyünkön? Ilyen és hasonló kérdéseket boncolgatunk a következő oldalakon, miközben elmélyedünk a milliárdnyi lehetőségben, amellyel mások hatással lehetnek a viselkedésünkre.” – Voltaképp az is a társas, azaz a többiektől jövő befolyásolás egyik, mondhatni „inverz” formája, amikor döntéseinket az irányítja – amint arról már fentebb is volt szó, s még bőven lesz is –, hogy

nem akarunk a nyáj, a tömeg tagja lenni, inkább azzal becsüljük magunk, hogy szabad, önálló egyéniség vagyunk. Sajátos, és teljesen más indíttatású megvalósulása ennek az a tőzsdei befektetői stratégia, ahol a befektető tudatosan a piac mozgása, a befektetők nagy többségének döntése ellen fogad.

„Az elmúlt 15 évet a társas befolyásolás tanulmányozásával töltöttem. Több száz kísérletet végeztem, és többmilliónyi vásárlást vizsgáltam meg. A kollégáimmal mindent szemügyre vettünk, attól kezdve, hogy az új autót vásárló szomszédunk bennünket is hajlamosít-e az autóvásárlásra, egészen addig, hogy az NBA csapatai nagyobb valószínűséggel nyernek-e, ha előtte vesztesre állnak. Ez a könyv közös nevezőre hozza ezeket a jelenségeket és több tucat más észrevételt, hogy megvilágítsa a viselkedést befolyásoló rejtett tényezőket.” – Berger a közléseit, megállapításait és tételeit mindenütt kutatási eredményekkel és szakirodalmi idézetekkel támasztja alá.

Ad captandam benevolentiam: „A könyvben bemutatott tudományos megközelítések mindenféle gyakorlati problémára alkalmazhatók (és alkalmazzuk is ezeket). Arra, hogy formába hozzunk másokat, és jobb munkahelyi teljesítményre sarkalljuk őket. Arra, hogy megmentjük a környezetünket, és népszerűsítsük a termékeinket, az ötleteinket.

Bízom abban, hogy a fejezetek a bemutatott gondolatok alkalmazására inspirálnak mindenkit. Segítségképp minden fejezet végén megvitathatjuk a közös problémákat, amelyekkel mi, emberek (és vállalatok) szembesülünk, és azt is, hogy a társas befolyás miként segíthet a megoldásukban. Megnézzük, mikor jobb a tömeget követni, és mikor jobb a saját utunkat járni, miként növelhetjük a saját befolyásunkat, és ezeknek az ötleteknek a segítségével miként tehetünk szert sikeresebb és teljesebb értékű társas kapcsolatokra. A társas befolyás megértésével jobbbá tehetjük az életünket, és másokét is. – Ha az ember a becsület és tisztesség hagyományos elveit követi, itt igencsak kemény dilemma elé kerül. Jelesül, vajon a kölcsönös bizalomra épülő magánéleti kapcsolatokban szabad-e ilyen befolyásolásra képes eszközöket alkalmazni. A „láthatatlan” kulcsszó eléggé egyértelművé teszi a választ.

„Most pedig következzen a kérés! A következőkben azt tárgyaljuk majd, miként hat ránk a társas befolyás, mégpedig sokkal nagyobb mértékben, mint amit el tudunk képzelni. Csábító elolvasni ezeket a kutatási eredményeket, és azt feltételezni, hogy ránk nem érvényesek: 'Naná, hogy a többiek csordaszelleműek, de én nem!' Tévődünk, ha azt gondoljuk, hogy a társas befolyás bennünket nem érint. Járjunk nyitott szemmel! A befolyásolás működésének jobb megértésével kordában tarthatjuk annak erejét. Mindnyájan fehér hollónak hisszük magunkat. De hogy ez így van-e, vagy sem, az már egy teljesen más történet...” – „Bizzunk Istenben, de tartsuk szárazon a puskaport!” – „[J]árjunk nyitott szemmel”, de ha már eléggé ráérzünk a láthatatlan befolyásolás világára, bizzunk az ösztöneinkben is. Ösztön, vagy inkább a tudásunk alapján működő intuíció: elménk sajátos üzemmódja, amikor tudatunk vezérlése nélkül végzi a gondolkodás feladatait. Amikor már jó sokat tudunk a befolyásolásról, kialakulhat egy riasztórendszerünk, amely figyelmeztet, ha farkas leselkedik a kertek alatt – vagy épp a médiában.

Miként, mire: „A társas befolyás önmagában sem nem jó, sem nem rossz. (Igen, extremitások kivételével sohasem az eszköz jó vagy rossz, hanem amire használják. Jótékonyági hálózatok teremnek belőle, vagy a társadalmat terrorizáló bandák, alakulatok, jó vagy rossz szokásokat, gyakorlatokat terjesztenek – Osman P.) Ha gonosz embereket követünk, az még több gonosz megjelenéséhez vezet a világban. Ha jó embereket követünk, azzal még több jót teremtünk.

A befolyásolásunkat is megválaszthatjuk. (Ám csak ha felismerjük a befolyásolás létezését, illetve eshetőségét, és tudunk is bánni vele – Osman P.) *A társas befolyás óriási hatást gyakorol a viselkedésre, és működésének megértésével kifoghatjuk vitorlájából a szelet.* Megúsztatjuk a hátulütőit, és kiaknázzhatjuk az előnyeit. Megőrizhetjük az egyéniségünket, és elkerülhetjük, hogy beszippantson a tömeg. Teljesebb társas interakcióink lehetnek, sikerebbé válhatunk, és mások segítségével informáltabb döntéseket hozhatunk. Ha megismerjük a társas befolyás jótékony aspektusait, eldönthetjük, hogy mikor álljunk ellen, és mikor engedjük át magunkat.” – S már azzal is nagy előnyre tehetünk szert, ha – akár e könyvből tanulván – csak kevésbé vagyunk manipulálhatók, mint mások.

A befolyásolás épp olyan eszköz, mint sok másik. Ha megértjük, a hasznunkra fordíthatjuk, megtervezhetjük a környezetünket, formálhatjuk a helyzeteket, továbbá az Opowerhez és a Költözés a lehetőségekhez hasonló programokat (a könyvben bemutatott akciók) dolgozhatunk ki, amelyek a társas befolyás erejét arra használják, hogy jobb helyé tegyék a világot.”

A mondandóról: „Az 1. fejezet az emberi természet utánzásra való hajlamát térképezi fel. Miért követünk másokat még akkor is, ha tudjuk, hogy nincs igazuk? Miért kell ugyanannak a dolognak különböző neveket adni? És miért nehezíti meg a társas befolyás a Harry Potter és más bestsellerek sikerének előrejelzését még a tapasztalt iparági szakemberek számára is?”

Az utánzásról tudjuk, hogy a tanulás ősi, az állatvilágban kialakult formája. Jellemző erre a fejezet első alcíme, amely egy gyakori szólásmondás: Utánozás majomszokás. Alkalmazását az ember is magával hozta a törzsfelfőrdésben, s ezt eleinte spontán módon, később többé-kevésbé tudatosan is teszi. A fejezet, amint a fenti összegzése is ígéri, érdekes kísérleteket és megállapításokat mutat be erről. Nagyon hasznos ugyanakkor el is gondolkodnunk az olvasottakon. Bemutat például egy kísérletet, amelyben a résztvevőknek bizonyos jelenségre kellett számszerű becslést adniuk, hol egymagukban, hol csoport keretében nyilatkozva. Amint írja, „A konformitás teljesen átvette az uralmat. A résztvevők mintegy 75%-a legalább egyszer a csoportéhoz igazította a véleményét. A többség nem alkalmazkodott az összes kérdésnél, de átlagosan az esetek egyharmadában a többiekéhez igazították a válaszukat, Annak ellenére követték a csoport véleményét, hogy a saját szemükkel látták a jó megoldást. Még akkor is, amikor pontosan tudták, hogy a csoport többi tagjának a válasza helytelen. Még akkor is utánzunk másokat, ha egyértelmű a válasz.”

Itt azonban felmerül egy kérdés, mert hogy „egy drágakőnek sok fazettája van”, tartja a keleti bölcsesség, ám az embernek még sokkal több olvasata: ezúttal valóban utánoz, aki a többieket követi, vagy nem akar kiríni közülük, reflektorfénybe kerülni? Ide is jól illik az alábbi gondolatmenet e fejezet *Miért alkalmazkodunk* c. részéből:

„Az emberek többsége szereti, ha szeretik. Azt akarjuk, hogy elfogadjanak, vagy legalábbis ne közösjenek ki bennünket – ha nem is mindenki, azok feltétlenül, akik fontosak számunkra. Így hát a legtöbben követik a többiek példáját. Kihagyják a desszertet, csak mert mindenki más is ezt teszi – kizárólag azért, hogy a csoporthoz tartozhassanak” – Berger ezt a *társas nyomás* működésének mondja.

„Az információ és a társas nyomáson túl van azonban még egy oka az ember konformitásának” – ez vezeti fel a következő alfejezetet: *A kaméleon és az utánzás művészete*. Itt olvashatunk egyebek közt a *válogató párosodásról*: „rendszerint a hozzánk hasonló emberek tetszenek nekünk.” – Vonzódásainkat és választásainkat ugyanakkor e modern időkben mindinkább befolyásolják a média, tömegkommunikáció, tömegmédia szárnyán érkező hatások, pl. az épp divatos szépségideálról. Itt esik szó a hosszan együtt élők közötti érzelmi utánzásról is.

Viselkedésünk sajátos vezérlői, a tükrőneuronok. Róluk mind több szó esik. Egy neuroológusiskola nekik tulajdonítja az ember önkéntelen utánzó tevékenységét, s erről e fejezet is szól. Ha úgy van, amint mondják, jelentős szerepük lehet abban, hogy filmeket és más vizuális tartalmakat nézünk filmvásznakon és képernyőkön, s ebből óriási ipar tud megélni. (A tükrőneuronokról l. még Roman Krznaric: *Az empátia ereje*, HVG Könyvek, 2017, Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2018/2. sz.)

„Utánozzuk a körülöttünk lévők arckifejezéseit, gesztusait, cselekedeteit, és még a nyelvezettüket is. Mosolygunk, ha mások mosolyognak, összerezzenünk, ha egy másik ember fájdalmát látjuk, és texasi stílusban köszöntjük a texasi barátunkat. Ha az értekezleten valaki történetesen megérinti az arcát vagy keresztbe teszi a lábát, nagyobb valószínűséggel követjük a példáját. *Az utánzás szinte a születésünk pillanatában elkezdődik*. Már a kétnapos baba is sírással reagál egy másik csecsemő sírására, és utánozza a gondozója érzelmi megnyilvánulásait. Ha egy kisgyerek azt látja, hogy valaki kiölti a nyelvét, ő is így tesz. *A sok imitáció nem tudatosan történik*. Nem szándékosan dőlünk hátra a széken, ha másvalaki így tesz, és nem direkt váltunk át texasi akcentusra, ha a barátunk így beszél. Ám annak ellenére, hogy nem vesszük észre, *folymatosan és automatikusan utánozzuk a körülöttünk lévőket*. Finoman úgy mozdulunk, olyan testtartást veszünk fel és úgy cselekszünk, ami tükrözi a velünk interakcióban lévő társunkat. *Ő is ugyanezt teszi.*” és „*Mások viselkedése ráhangol bennünket az adott viselkedésre*. Más emberek tevékenységének a megfigyelése olyan módon aktiválhatja az elménket, amely megkönnyíti számunkra, hogy megtegyük ugyanazt a dolgot.” – Tükrőneuronok munkában. Az utánzásnak pedig komoly hatásai vannak a társas interakciókban. Erről is szól a fejezet.

„*Lopakodó befolyásolás*”: Berger hoz egy felettébb izgalmas, és kétségkívül nagy gyakorlati jelentőséggel bíró példát az üzleti tárgyalás kimenetele és a bizalom összefüggéséről. Elmondja egy tárgyalás hosszan bukdácsoló menetét, és „Kiderült, hogy egy *apró trükk ötszörösére növeli* a Jake-éhez és Susanéhez hasonló tárgyalási folyamatok sikerességét. Hogy mi ez a trükk? *A tárgyalópartner utánzása.*” – Természetesen mint mindenütt, ezúttal is kutatási eredménnyel támasztja alá mondanóját: „*A tárgyalópartnerüket utánzóik ötször nagyobb valószínűséggel fejezték be sikeresen az egyezkedést.* Amíg az utánzást elkerülők közül szinte senkinek nem sikerült megállapodnia, addig azok, akik kismértékben imitálták a tárgyalópartnerüket, az esetek kétharmadában sikeres alkut kötöttek.” Példát hoz arra is, hogy ha a pincér ügyesen utánozza a vendéget, nagyobb borra valóhoz jut.

„*Bolondok vagyunk mindahányan*” – *de legalábbis rokonlelkeket keresők?* „*Az utánzás azért könnyíti meg a társas interakciót, mert összhangot generál.* Társas ragasztóként köt és tart össze bennünket. Amikor valaki hozzánk hasonlóan viselkedik, akkor az ők kontra mi' elv érvényesülése helyett *szorosabbnak érezzük a kettőnk közötti kapcsolatot:* közelebbnek és kölcsönösen függőnek, ráadásul tudattalanul. Ha valaki hozzánk hasonlóan cselekszik vagy viselkedik, azt a következtetést vonhatjuk le, hogy vannak közös vonásaink, hogy ugyanahhoz a 'törzshöz' tartozunk.” – Emlékezzünk: a törzsfajlódással hozott „szellemi operációs rendszerünk” gyökerében most is ott él és hat, hogy az ember törzsi szerveződésű ragadozóként szocializálódott. A törzs a biztonság.

Vészesen fogy a lehetséges terjedelmünk – „ugorgyunk!”

„*A 2. fejezet a különbözőség iránti készletét boncolgatja.* Néha birkaként követjük a társainkat, de ugyanilyen gyakran előfordul, hogy elkalandozunk a nyájtól, ha az túlságosan zsúfolttá válik. Megvizsgáljuk, hogy a legtöbb sztársportolónak miért van idősebb testvére, és miért egyforma minden kisbaba (természetesen a miénk kivételével), valamint azt, hogy miért akarnak néhányan kitűnni, mások pedig miért boldogabbak, ha beleolvadhatnak a tömegbe.”

Érdekesen indul: kiválasztási szempontok az amerikai élsport utánpótlásképzésénél. „Hogyan döntsék el, kit hívjanak meg, és *miből állapítható meg, hogy egy szép napon valakiből a nemzeti válogatott játékos lesz-e vagy sem?* A kérdések megválaszolásához a kutatók minden korcsoportból tanulmányoztak játékosokat. Olyan lányokat, 14 év alatti kortól kezdődően egészen 23 éves korig, akik már legalább egy országos női csapatfelkészítő táborban részt vettek. Számos tényező mentén kielemezték őket, a fizikai adottságoktól kezdve a pszichológiai profilon keresztül egészen a földrajzi lakóhelyig és az ambíciókig. Egy sor érdekes összefüggésre bukkantak.”

Surranópálya? „*Az elsőszülöttek rendszerint jobb tanulmányi eredményeket érnek el.* Általánosságban véve jobb a tanulmányi átlaguk, jobban teljesítenek az érettségien és a felvételin, és magasabbak a nemzeti tehetség-ösztöndíjas pontszámaik. Nagyobb valószínűséggel tanulnak tovább, és járnak erősebben szelektáló iskolákba.

Az ebbe a környezetbe beleszületett fiatalabb testvérek választás elé kerülnek: az idősebb testvérükhöz hasonlóan megpróbálhatnak ők is jól teljesíteni az iskolában, vagy kereshetnek maguknak egy másik területet. Követhetik a járt utat, vagy kitörhetnek és kitaposhatnak maguknak egy másik ösvényt. Az elkülönülés kiváló módja az eltérő érdeklődési terület, amelyben ők is kiemelkedhetnek. Ennek megfelelően a fiatalabb testvérek hajlamosak jobban szerepelni a sportokban.

Az egyik tanulmány *több mint 300 ezer* első éves felsőoktatási hallgató iskolán kívüli tevékenységeit vizsgálta meg. Több százezer fiatalét, 550 különböző iskolából, a kisvárosi, két-éves felsőoktatási képzésektől kezdve egészen a nagy, négyéves egyetemekig. A hallgatók csupán elenyésző része versenyzett országos szinten, a felmérés a sportteljesítmény hétköznapi típusát vizsgálta: a középiskolai sportcsapatba történt bevalogatást. Kiderült, hogy a felsőoktatásban tanuló jó atlétáknak többnyire van idősebb testvérük. A később születettek nagyobb valószínűséggel válogatták be korábban a középiskolai sportcsapatokba.”

„*A testvérek közötti különbség túlmutat a tanulmányi eredményeken és a sporton.* Az elszülöttek hajlamosabbak a konzervatívabb politikai és társadalmi nézetekre. Kiseb valószínűséggel támogatják az abortuszt vagy bocsátkoznak alkalmi szexuális kapcsolatba. A később születettek jellemzően liberálisabbak. Kevésbé jellemző rájuk a templomba járás, és hamarabb elismerik, ha csálnak egy vizsgán vagy fiatalkorúként sört isznak. *Számos különbség nem nagy, de statisztikailag szignifikáns.*” – E jelenségek hasonló megállapításokat hozó feldolgozásával a szakirodalom más műveiben is találkozunk.

A fejezet következő alcíme: *A különbözőség iránti vágy.* Elszakadva az olvashatóktól, de velük tökéletes összhangban álljon itt egy, a saját hétköznapijainkban is jól ismert példa. „Limited edition” – igényeseknek szánt árucikkek gyakori jelzője. Azt jelzi, hogy abból viszonylag keveset gyártottak, s az arra kényeseknek nem kell tartaniuk attól, hogy a viselésükkel/használatukkal látványosan egy lesznek a sok közül, azaz ha különbözni akarnak másoktól, ezzel megkapják. Bizarrá ez akkor válik, midőn – egynémely marketingesek éhsége nagyobb, mint az eszük! – e jelző megjelenik nyilvánvalóan nagy tömegben gyártott cikkeken, így pl. élvezeti termékeken is.

Az alfejezet zárómondata: „Néha nem akarunk ugyanolyanok lenni, mint a többiek. Néha különbözni szeretnénk.” (A Facebook születéséről szóló remek könyv elmeséli, hogy a magát az egyetemi társaságban többszörösen hátrányos helyzetű vesztésnek érző Zuckerberg miként vágott bele egy félrészeg éjszakán annak megalkotásába, hogy ezzel kitűnjék, és – az egyetem ünnepeit sportolóihoz legalább valamelyest hasonlóan – neki is legyen sikere a lányoknál. Lásd Ben Mezrich: Véletlenül milliárdos – Hogyan született a Facebook, Athenaeum, 2010, Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2011/1. sz.)

Megjelenik e fejezetben egy igen érdekes piaci paradoxon: „*a sznobhatás.* Ez olyan eseteket ír le, amelyekben egy ember bizonyos javak vagy szolgáltatások iránti kereslete negatívan korrelál a piaci kereslettel. Minél többen birtokolnak vagy használnak valamit, az

újonnan érkezők annál kevésbé érdeklődnek iránta.” – Igen, az ő kedvükért is vannak a „limited edition” árucikkek.

„*A különbözőséget rendszerint jutalmazták.*” Ezzel indul a következő gondolatmenet, mutatva, mekkorát fordult a világ azóta, hogy a különbözőség még sokkal inkább nehezen viselhető bélyeg volt. Különbözni ma sem egyszerű, csak nagyon másként: a fejezet e része az önmeghatározásról, az egyéniség kereséséről és felmutatásáról szól. (Egy klasszikus példa egy régi világból: „A derekamra nem adok sokat, / Arra igen, hogy derekasan éljek! / Pótolják rajtam a szalagokat / A bátor tettek, büszke szenvedélyek! / És kackiás bajusz gyanánt fenem / Szúrós hegyesre vidám szellemem, / S amerre járok szerteszét e honban, / Igazság peng sarkantyúként nyomomban!” – Edmond Rostand: *Cyrano de Bergerac*).

Ezt újabb fontos téma követi: *A különbözőség illúziója*, azt pedig egy alapvető jelentőségű tény kifejtése: *a különbözőség, egyediség iránti igény nagyrészt kultúrafüggő!*

„*Amíg számos amerikai a szabadság és függetlenség jelének tartja az egyediséget, addig a kelet-ázsiai kultúrában a harmóniát és az összekapcsolódást értékeli nagyobbra.* [Utóbbiak] a másoktól való túlzott különbözőséget deviánsnak és a beilleszkedésre való képtelenségnek tartják. A kutatásokban ezekkel a lényegesen eltérő normákkal összeecsengően azt tapasztalták, hogy az amerikaiakhoz képest a kínaiak és a koreaiak hasonlóbb dolgokat választanak. Adjuk meg egy kelet-ázsiaiának a választási lehetőséget egy átlagosabb és egy kevésbé átlagos opció között, és ők az előbbit választják majd. Kérdezzük meg, hogy a koreaiak melyik képeket kedvelik a leginkább, és ők a kevésbé – nem pedig az inkább – szokatlant választják majd.”

„*Az egyediség nem helyes vagy helytelen, jó vagy rossz dolog, hanem kontextusfüggő preferencia. Bizonyos kontextusok támogatják a különbözőséget.* A közép- és felső osztálybeli amerikaiaknak kisgyermekkoruktól kezdve azt szajkózzák, hogy kinyílásra váró ’különleges virágok’. Születőfélben lévő csillagok, akiknek ki kell fejezniük magukat a világ felé. Nem csupán arról van szó, hogy ezek a gyerekek sok lehetőséget kapnak, hanem autonómiát, választást és irányítást is ahhoz, hogy eldönthessék, a személyes preferenciáik alapján melyik lehetőség a megfelelő a számukra. Az alapján, ahogy ők látják önmagukat mint egyedi embert. *Természetes, hogy az ilyen kontextusba született gyerekek a különbséget helyes dolognak tartják.* Mindenki mástól eltérnek, és a választásaiknak ezt vissza is kell tükrözniük.

Azonban nem minden társadalmi háttér támogatja ennyire a különbözőséget. *A munkásosztálybeliek a különbözőség helyett inkább a kölcsönös egymásrautaltságot támogatják.* A csapatmunkát az egyedül tündöklő csillag helyett. A munkásosztálybeli gyerekek több időt töltenek a családjukkal, és több aktív részvétellel járó gondozásban részesülnek. Megtanulják, hogy a dolgok nem csupán róluk szólnak, és létfontosságú az egészhez tartozás. Így hát a munkásosztályban felcseperedő gyerekek jellemzően jobban odafigyelnek a körülöttük lévőkre, és jobban igazodnak hozzájuk. Fontos az önmagukért való kiállás, de az is, hogy belegendoljanak mások szükségleteibe. Kisebb hangsúly helyeződik az enre, és nagyobb a kollektív egészre.” – Berger megmutatja, hogy e különbség sok következménnyel jár – egye-

bek közt abban, ahogy a piaci kínálat alakítói kezelik és megnyerni igyekeznek a különféle célközönségeket.

Itt feladjuk, hogy *kackiásan* tovább dacoljunk a terjedelmi korláttal. Így már csak Berger összegzése marad a további fejezetek tartalmáról.

„A 3. fejezet arra keres magyarázatot, hogy miként adódnak össze ezek az egymásnak el-
lentmondó tendenciák. Akár utánzunk másokat, akár valamilyen más tevékenység mellett
döntünk, azt részben az ő személyük határozza meg. Megvizsgáljuk, hogy a drága terméke-
ken miért kevesebb a logó, hogy a vállalatok miért fizetnek a hírességeknek azért, hogy ne
viseljék a ruháikat, és miért hajlandóak néhányan 300 ezer dollárt kifizetni egy olyan óráért,
amely nem mutatja az időt. Kiderül az is, hogy a borszín miként befolyásolja az iskolai tel-
jesítményt, és miért a kis zöld békák az állatvilág legnagyobb szimulánsai.”

„A 4. fejezetben szemügyre vesszük az ismerősség és az újszerűség közötti feszültséget, és
az optimális különbözőség értékét. Megtudjuk, miért fogynak jobban az átlagos kinézetű
gépkocsik, mi a közös a csirkében és az Amerikai Egyesült Államok 30. elnökében, vala-
mint miként hatnak a hurrikánok a babanevek népszerűségére. Fény derül arra is, hogy a
modern művészet miért tűnik első pillantásra kellemetlennek, és miért esik jobban Kan-
dinszkij festményeit nézegetnünk néhány Picasso-mű után.” (Hát még George de la Tourt!)

Az 5. fejezetben azt taglaljuk, hogy a társas befolyás miként formálja a motivációt. Miért
futunk gyorsabban, de parkolunk rosszabbul mások közelében? Hogyan válhat a szomszé-
dok megfigyelése a környezetvédelem leghatásosabb módjává? Mit tanulhatunk a csótá-
nyoktól a versengésről, és miért nyernek nagyobb valószínűséggel a félidőben vesztesre álló
kosárlabdacsapatok?”

Dr. Osman Péter