

**Debreceni Egyetem
Bölcsészettudományi Kar
Magyar Nyelvtudományi Tanszék**

A NYELVI MEGGYŐZÉS

Témavezető:

Dr. Fehér Krisztina
egyetemi tanársegéd

Készítette:

Mészáros Anna
magyar BA

Debrecen, 2013

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	2
2. A beszédaktusoktól a nyelvi viselkedésig.....	3
3. A retorika.....	9
4. Meggyőzési modellek.....	15
5. A meggyőzés szerepe a társas viselkedésben.....	23
6. Összefoglalás.....	28
7. Irodalom.....	29

1. Bevezetés

A meggyőzés, a rábeszélés és a manipuláció olyan fogalmak, amelyeket napjainkban kitüntetett figyelem övez mind a hétköznapi beszédben, mind pedig a kutatásban. Ennek több oka lehet: például az, hogy nem tudjuk elképzelni az életünket anélkül, hogy a meggyőzés valamilyen formájával ne találkoznánk. A kisgyerekek életük nagyon korai szakaszában, ösztönösen megtanulják, hogyan vegyék rá a szüleiket bizonyos dolgokra. Egy átlagos nap folyamán hihetetlen mennyiségű reklámmal, hirdetéssel és egyéb kiadvánnyal találkozunk – mindet arra tervezték, hogy valamire rávegyen bennünket. Bármelyik társadalomban vagy közösségben, ahol beszélhetünk bármiféle hierarchiáról, az egyének célja a magasabbra jutás, saját érdekeik érvényesítése vagy legalábbis védelme. (Ez már egy óvodai csoportban is szépen megfigyelhető.) Végül, de nem utolsósorban a párválasztásnál is nagy szerepet kap a meggyőzés, hiszen az udvarlás folyamata mindkét fél részéről bizonyos értelemben a saját alkalmasságuk bizonyítása a másik felé.

Ezeket a jelenségeket a legalapvetőbb ösztönökre lehet visszavezetni: az egyed- és a fajfenntartásra. A hierarchikus létrán való felfelé törekvés, az udvarlás, az egyedek a csoportjuk vagy a saját érdekükben való cselekvése az állatvilágban is megfigyelhető. Sőt, a gondosan megszervezett csapatmunka, közös vadászat, de még az egymás kicselezése, félrevezetése is. Mindezek tehát nem kizárólag az emberre jellemző viselkedésminták. A különbség abban rejlik, hogy az állatok konkrét cselekvésekkel, hang-, szag- vagy más jelzésekkel valósítják meg mindezt, míg mi, emberek legnagyobb részt arra a képességünkre hagyatkozunk, hogy tudunk beszélni. Ebből a szempontból tehát a hím gorilla melldöngetése analóg egy politikai kampánybeszéddel, a paradicsommadár tánca pedig egy szerelmi vallomással – ahogyan a majmok kurkászása is megfeleltethető a hétköznapi pletykának.

Ezek alapján már látjuk, hogy mások meggyőzésének képessége és saját meggyőzhetőségünk nagyban befolyásolja saját sorsunkat. A jelenséget azonban természetesen nem lehet egyénenként, külön-külön vizsgálni. Nyilvánvaló ugyanis, hogy egy meggyőzési folyamatnak legalább két résztvevője kell, hogy legyen: egy meggyőző és egy meggyőzött. Gyakorinak tekinthető azonban, hogy több meggyőzött vesz részt a folyamatban, tehát a meggyőzés maga egy egész közösséget céloz meg. Így van ez azokban a helyzetekben is, amelyekre leggyakrabban asszociálunk a meggyőzés szót hallva: a politikában és a reklámokban. A tömegkommunikációs eszközök és a média is leggyakrabban ehhez a fogalomhoz kapcsolódnak a köztudatban. A meggyőzéssel kapcsolatos kutatások

azonban nem korlátozódnak a médiatudomány területére. A társadalomtudományok nagy része, a szociológia, a pszichológia, a politológia és a humán viselkedéskutatások szintén foglalkoznak a témával. Nem csupán a saját viselkedésünk megértésének vágya válhatja ki az érdeklődést, hanem bizonyos közösségi traumák feldolgozásának igénye (például hogyan lehetséges, hogy egy nagy meggyőzőerővel rendelkező politikus parancsára ezeket irtottak ki a holokauszt során).

Mi is tehát a meggyőzés? Definíciószerű választ nem lehet, és nem is érdemes adni erre a kérdésre, hiszen minden tudomány a maga szemszögéből és a maga módszereivel vizsgálja a kérdést, ebből következik, hogy a válasz sem lehet egyöntetű. Abban azonban egyetértés született, hogy a meggyőző valamilyen módon befolyásolja és megváltoztatja a meggyőzött gondolatait vagy adott dologhoz való hozzáállását. Dolgozatomban azt szeretném kideríteni, hogy miként is zajlik maga a meggyőzés. Vizsgálódásomat a nyelvtudomány területeire igyekszem korlátozni, a legrégebbi meggyőzésről szóló művektől napjaink természettudományos jellegű, a humán viselkedéskutatás által is befolyásolt modelljeiig.

Sorra veszem mindazokat a tudományterületeket, melyek az idők során komolyabban foglalkoztak a nyelvi meggyőzés módszereivel. A retorika egyrészt a legrégebbi gyökerekre visszanyúló tudományág, és amellet, hogy az idők során nagy változásokon ment keresztül, napjainkban is van létjogosultsága. Másrészt egy igen gyakori helyzetet vizsgál: azt a szituációt, amelyben egy meggyőző igyekszik nagyobb közösségeket, sőt gyakran tömegeket befolyásolni. A pragmatika és a beszédaktus-elméletek a dialogikus szituációk és az indirekt kérések, utasítások mellett számos olyan hipotézist vonultatnak fel, amelyekből később más modellek is táplálkozhattak. A legújabb, a tömegkommunikációs eszközök vívmányait is figyelembe vevő befolyásolási és manipulációs elméletek szintén nem hagyják figyelmen kívül a nyelvhasználat jelentős szerepét. Végül kísérletet teszek egy saját, a társas szemléleten alapuló, és az etológia eredményeivel is számoló modell felvázolására is. A témakör méretére való tekintettel a legevidensebbnek látszó és egyben legrészletesebben kutatott területre, a hatalmi helyzetekre helyezem a hangsúlyt.

2. A beszédaktusoktól a nyelvi viselkedésig

Az az ötlet, miszerint a beszéd által az ember cselekedni képes, először a beszédaktus-

elméletben tűnt fel. Természetesen az, hogy maga a beszéd egyfajta cselekvés, biológiailag leírható folyamat, már ekkor sem volt újdonság. Azonban – ahogyan ezt PLÉH CSABA is leírja AUSTIN előadásaihoz írt előszavában – kultúránk egyik sajátos jellemzője a beszéd és a tettek dichotómikus szétválasztása. Erről szólások, mondások, kifejezések is árulkodnak: jó példa erre a „szavak” és a „tettek embere” - ezek a kategóriák vaglyagosak, és implikálhatják azt is, hogy a tett többet ér a szavaknál (1990: 7–8).

Az a tudományos szemlélet, mely ezt a kettősséget felszámolta – a beszédaktus-elmélet – JOHN L. AUSTIN nevéhez köthető, aki felfedezte, hogy bizonyos helyzetekben bizonyos mondatok kimondásával változtatunk valamit a világon, cselekszünk. Mindaddig az a felfogás volt érvényben, hogy a kimondott vagy éppenséggel leírt szövegeknek mindenképpen valamiféle igazságértéket kell tulajdonítanunk. Ez a logikai alapú modell alapján véve kizárta a kérdéseket vagy felszólításokat, és nem tudott mit kezdeni az olyan mondatokkal, mint amilyenek a „Megáldalak téged” vagy az „Ezennel házastársakká nyilvánítalak benneteket”. Az ilyen megnyilatkozásokat, melyekkel egyúttal cselekvést hajtunk végre, performatívumoknak, a világ állapotára vonatkozó kijelentéseket konstatívumoknak nevezte el (REBOUL–MOESCHLER 2006: 28–30, AUSTIN 1990: 29–34).

Ez az elmélet jó kiindulási alap lehet ahhoz, hogy megfigyeljük, mire is használjuk valójában a nyelvet, hiszen ez a társasnyelvészet egyik fő célkitűzése. Tehát adott, társadalmi konszenzuson alapuló helyzetekben lehetőségünk van cselekedni egy performatív igével kezdődő mondat kimondásával. Ilyen a végrendelkezés, a fogadás, az egyházi rítusok, és az udvariassági kifejezések is. Ezek közül némelyik egy-egy közösséghez kötődik, másik lehetnek általános érvényűek: a megkeresztelkedésnek például a keresztény egyházakon belül van értelme, a jogi értelemben vett házasságkötés azonban a világ legnagyobb részén hasonlóan zajlik. Az egyik legáltalánosabb performatívum az ígélet, hiszen nem feltétlenül szükséges bármiféle hatalommal rendelkezni ahhoz, hogy egyszerű ígéretek tegyünk.

Azonban, ahogy ezt már AUSTIN is észrevette, nem olyan egyszerű megkülönböztetni a performatívumot a konstatívumtól. Némelyik performatívum nem tartalmaz performatív igét, és első hallásra egyszerű kijelentésnek tűnik, mint például „Az ülés kezdetét veszi”, vagy „Holnap eljövök”. Felmerül továbbá az a probléma is, hogy egy konstatívum kimondása során ugyanúgy cselekvést hajtunk végre: kijelentünk valamit. Tehát például az a mondat, hogy „A szomszéd kutya megint kiszökött”, lehet igaz vagy hamis állítás, ám bizonyos helyzetekben (ha harapós a kutya) figyelmeztetésként is értelmezhető. Ezt a problémát AUSTIN úgy próbálta megoldani, hogy a megnyilatkozásokat a konstatívum-performatívum csoportokba való besorolása helyett bevezette a beszédaktusok fogalmát. A beszédaktusok

azok a cselekvések, amelyeket egy teljes mondat kimondásakor hajtunk végre. A lokúciós aktusokat mindig végrehajtjuk, amikor mondunk valamit: ez tartalmazza a hangképzést és a kiejtést, tehát magát a beszédet, mint biológiai folyamatot. Az illokúciós aktusokhoz tartozik az, hogy valaki valamit állít, kijelent, kérdez, ígér, parancsol stb., a perlokúciós aktusok pedig külön réteget alkotnak, ide tartozik a meggyőzés is (REBOUL–MOESCHLER 2006: 30–31).

SEARLE leginkább az illokúciós aktusokkal foglalkozott, ő a beszédaktusok végrehajtását szándékok és konvenciók rendszereként látta. Szerinte akkor sikeres egy illokúciós aktus akkor lehet sikeres, ha a beszélő a szándékát meg tudja értetni a hallgatóval, ebben konvencionális nyelvi szabályok vannak a segítségére (REBOUL–MOESCHLER 2006: 32). A meggyőzésben ennek különösen nagy szerepe van, hiszen adódhatnak olyan helyzetek, mikor a rábeszélés nem működhet teljesen direkt módon. Bizonyos szituációkban nem tanácsos szó szerint kimondani azt, amit szeretnénk, szükség van a „virágnyelvre”, jó példa erre a tolvajnyelv, a kábítószer-fogyasztók szlengje, és a politikai életben is mindennapos. Az ilyen helyzetekben különösen fontos, hogy a megértést közösen ismert konvenciók szabályozzák, különben sikertelen lenne a rábeszélés. Habár könnyen gondolhatjuk, hogy a meggyőzés akkor a leghatékonyabb, hogyha a tudta nélkül sikerül valakit az „orránál fogva vezetni”, kutatások bizonyítják, hogy ennek pont az ellenkezője igaz. A tömegek meggyőzésében a legcélravezetőbb a minél explicitebb felszólításokat használni, egyénenként pedig az intelligenciaszinthez kell igazodnunk – minél műveltebb és intelligensebb valaki, annál inkább „szájbarágósnak” fogja találni a túlságosan direkt beszédmódot (O'KEEFE 2001: 580).

A nyelvészeti pragmatika különböző tételei számos paradoxonba ütköznek. JOHN ROSS performatív hipotézisében azt feltételezte, hogy az állítások úgynevezett mélyszerkezetükben is tartalmaznak egy performatív előtagot, tehát az „Esik az eső” és az „Azt mondom, hogy esik az eső” mondatok jelentésük szerint megegyeznek. Ezt a mondatok igazságértéke cáfolja meg: a második mondat mindig igaz, az első mondat viszont csak akkor, ha bizonyos feltételek teljesülnek. Az ilyen mondatok tehát jelentéstani szempontból nem lehetnek ekvivalensek – a performatív hipotézis cáfolata performadoxon néven vált ismertté (REBOUL–MOESCHLER 2006: 33–35). A hazugság kérdését AUSTINnak és SEARLE-nek sem sikerül tökéletesen tisztázni. AUSTIN a performatív megnyilatkozások elengedhetetlen feltételei közé sorolja többek között azt is, hogy „Amennyiben, amint az gyakran előfordul, az eljárást végrehajtó személyeknek bizonyos gondolatokat vagy érzéseket tulajdonítanak, vagy a résztvevőktől meghatározott magatartásformákat várnak el, akkor az eljárás szereplőinek és felhasználóinak valóban gondolniuk, illetve érezniük kell az említett

gondolatokat, illetve érzéseket, és a megfelelő magatartásra is hajlandóságot kell mutatniuk” (1990: 40). SEARLE így ír a hazugságról: „Még ha hazudok is, amikor mondok valamit, és azt akarom mondani, amit mondok, elkötelezem magam annak az igazsága mellett. Így elkötelezett lehetek az igazsághoz, még ha valójában azt hiszem is, hogy amit mondok, az hamis” (2000: 147).

Azonban nemcsak az igazság és a hazugság, vagy a hiedelmek és a fikció problematikájába ütköztek bele ezek az elméletek. A nyelvi meggyőzés leírása sem fedti egészen azt a jelenséget, ami valójában végbemegy például egy politikai beszédben, vagy akár egy olyan párbeszédben, melyben az egyik fél rábeszéli a másikat valamire. SEARLE az illokúciós aktusokat az illokúciós lényeg szerint osztályozza, melyek a megnyilatkozásokat céljuk szerint csoportosítják, kiegészítve ezeket a szó és a világ viszonyával (azaz a megfeleltetési iránnyal). Az egyik csoportot az úgynevezett direktívumok alkotják, melyek egy olyan vágyat, célt fejeznek ki, melyhez a hallgatónak kell a viselkedését igazítania. Következésképp a megfeleltetési irány a „világ a szóhoz”. Ide tartoznak a kérések, parancsok, utasítások is (2000: 149).

Meglátásom szerint egy valódi meggyőzési folyamat ettől sokkal bonyolultabb. A meggyőzéskutatás, habár a társadalomtudományok különböző területei más-más módszerekkel kutatják, legfőképp azon alapul, hogy a meggyőzés nem más, mint a hallgató vagy közönség mentális állapotának megváltoztatására irányuló folyamat, melynek fő célja az, hogy a hallgatókat bizonyos cselekedetekre vagy viselkedésük megváltoztatására bírja rá. A különböző teóriák nagyrészt az értéktársításon, az önkéntes cselekvésen és az attitűdök megváltozásán alapulnak (O'KEEFE, 2001: 575–577). A meggyőzés elméletének kognitív megközelítése szerint a meggyőzés alanya is aktív résztvevője a meggyőzés folyamatának, hiszen az a legfontosabb, hogy az ő agyában milyen folyamatok játszódnak le az üzenet érzékelésekor. „Az eredményes meggyőzési taktika olyan gondolatokat közvetít, amelyekkel a befogadónak nem ellentétesek a nézetei. A negatív, cáfoló érvek szinte soha nem hatásosak a meggyőzésben, a pozitívak viszont szinte mindig” (PRATKANIS–ARONSON, 1992: 29). A kutatások azt is bizonyítják, hogy a közönség vagy a hallgató bevonása eredményes taktika – egy hallgató esetén ez könnyen megoldható, nagyobb tömegekhez intézett beszédekben például a retorikus költői kérdések válthatják ki ezt a hatást. Az is magától értetődőnek tűnik, hogy a hallgató a saját véleményéhez közelebb eső dolgokat hamarabb elfogadja, mint amelyek ellentétesek a nézeteivel, saját értékeivel (O'KEEFE 2001: 579). Ezeket az értékeket nagyban befolyásolja az a közösség, amely az egyént körülveszi: O'KEEFE FISHBEIN és AJZEN elméleteire hivatkozva beszél a normatív megfontolásról, mely azon alapszik, hogy az

egyén számára fontos más személyek mit gondolnak (2001: 577), ARONSON konformizmusról és csoportnyomásról ír (2001: 33–70), LABOV szerint a közösségek elidegeníthetetlen jellemzői a közös normák (1973: 526).

Egy ilyen bonyolultságú folyamatot nem lehet egyszerűen modellezni. Ebből is látszik, hogy a nyelvi meggyőzés nem fér bele sem a perlokúciós aktus, sem pedig a direktívumok vagy illokúciós erők kategóriába, mindezekről sokkal tágabb értelmű jelentésről van szó. A meggyőzésben részt vevő legalább két fél aktív szerepet játszik, a megtévesztés, a hazugság és akár a mindenféle őszinteség nélküli ígéretek mind részei lehetnek a folyamatnak. A meggyőzés nemcsak a politikában és a reklámokban van jelen, és nem feltétlenül kell etikátlan folyamatként értelmeznünk, hiszen mi is minden nap élünk vele saját vagy a hozzánk közel álló személyek érdekében (például ha valaki a gyermekeit neveli), illetve közösségünk érdekében is. A meggyőzés tehát leginkább viselkedési formának tekinthető, melynek elvitathatatlan szerepe van a közösségek összetartásában a közös normák kialakítása és a más közösségekkel szembeni érdekképviselet révén.

ERVING GOFFMAN egy olyan modellt vázol fel, amely a társas interakciókat szociológiai és nyelvi szempontból is képes leírni. Bevezeti a homlokzat fogalmát, mely egyfajta nem fizikai értelemben vett territóriumként értelmezhető a társas érintkezések során. A homlokzat magában foglalja az egyén vélekedését, értékrendjét, állásfoglalását – azt a képet, amit mások alkotnak az egyénről, illetve az egyén saját magáról. A homlokzat az egyén nyelvi és nem nyelvi megnyilvánulásainak függvénye, és érzelmileg is viszonyul hozzá, ahogyan másokéhoz is. A homlokzatot pozitív és negatív hatások érik az interakciók során, érhetik támadások, meg lehet védeni, le lehet rombolni és el lehet veszíteni. Ezekhez a folyamatokhoz kötődnek az interakciók során megtapasztalt érzéseink, tehát ha megnyerünk egy vitát, akkor azzal megvédtük a homlokzatunkat, ha azonban alulmaradtunk, akkor a homlokzatunk sérült. A különböző közösségeknek megvan a maguk jellegzetes viselkedése a homlokzattal kapcsolatban, illetve a közösséghez tartozás, a közösség értékei nagyban formálják azt (2008: 13–15).

A homlokzathoz való viszonyulásnak fontos szerepe van a meggyőzésben. GOFFMAN a mások homlokzatához való viszonytal kapcsolatban részletesen taglalja az elkerülő, a kiigazító és az agresszív módokat. A meggyőzés lényege, hogy mások homlokzatát anélkül formáljuk át, hogy úgy éreznék, komolyabban megsértettük őket – vagyis homlokzat nélkül maradtak. A homlokzatrombolás ugyanis negatív érzéseket vált ki, és nem fogja vonzóvá tenni üzenetünket a másik fél számára (2008: 17–25). A meggyőzésben tehát fontos az olyan nyelvhasználat, amely nem sérti a meggyőzendők homlokzatát, és a legközelebb áll az ő saját

normáikhoz. Ez elsőre bonyolult feladatnak tűnhet, főleg, ha nagyobb tömegek meggyőzéséről van szó – egy kisközösség tagjainak homlokzata még lehet nagyon hasonló, ám több millió ember meggyőzésénél már több mechanizmus lép életbe, és számolnunk kell ütköző érdekekkel, ellentétes véleményekkel és homlokzatokkal. Sőt, a kisközösségek esetében is beszélhetünk homlokzatról, ez lényegében a közösség identitása (például egy törzs esetében a szokásokat, hagyományokat, az eredetmítoszt) – ennek pedig az általuk beszélt nyelv vagy nyelvváltozat is része kell, hogy legyen.

GOFFMAN a társas interakciókkal kapcsolatban rituális elemekről beszél, melyek a homlokzattal kapcsolatosak. Egy közösségben mindenki viszonyul valahogy saját és mások szerepéhez, a homlokzat elfogadása elengedhetetlenül szükséges ahhoz, hogy fenn tudjuk tartani társas kapcsolatainkat. Az udvariasság, a közösség kommunikációs szokásai (hogyan beszélgetnek, végighallgatják-e egymást vagy egymás szavába vágnek – ez nem minden kultúrában számít udvariatlannak), a hierarchia és a tisztelet verbális kifejezési módjai (a magyarban ilyenek a magázás, az önözés és a tetszikelés), a megszólítási formák mind ennek a nyelvi rituálénak a részeit képzik (2008: 13–15). A tanulmány külön fejezetben szól a társadalmakban létező rituális rendről, melynek lényege nem az igazsághoz vagy a szabályokhoz kötődik, hanem ahhoz, hogy társas viselkedésünk során igyekszünk a legkevesebb erőfeszítéssel a legkevésbé kellemetlen helyzetet megteremteni és fenntartani. Egyetemes emberi természetet feltételez (ez viselkedéstani szempontból is logikus), eszerint a társas viselkedés alapja az, hogy a résztvevők önmagukat szabályozzák. Ehhez az szükséges, hogy elsajátítsunk bizonyos rítusokat a társalgás és általában a viselkedés során (2008: 32–34). Tehát bizonyos szabályszerűség az, amely fenntartja a közösségeket, különösen, ha az evolúció „sebességhatárát” túllépve olyan méretű közösségekben élünk, amihez már nem tudunk sem fizikailag, sem pszichésen alkalmazkodni.

A homlokzat-modell azért is működőképes, mert analógiákat mutat az állatvilágban megfigyelhető rituális viselkedéssel. Feltételezzük, hogy az ember viselkedése során igyekszik úgy alkalmazkodni minden felmerülő helyzethez, hogy alapvető adottságainak és természetes ösztöneinek minél kevésbé mondjon ellent. A társas élőlények vizsgálatakor a nyelvi viselkedésnek számos analógiáját fedezhetjük fel KONRAD LORENZ „Az agresszió” (eredeti címe szó szerint: „Az úgynevezett gonosz”) című művében így ír a filogenetikus és a kulturális ritualizáció analógiájáról: „A fejlődésnek az a két lépése, mely a kulturális ritualizációban a megértéstől az agresszió kontrolljához, majd innen egy bizonyos kötelék létrehozásához vezet, analóg azokkal a folyamatokkal, melyek az ösztönös rítusok evolúciójában zajlanak. [...] A hármas funkció - a harc megakadályozása a csoport tagjai

között, összetartásuk egyetlen egységben, végül elhatárolásuk más hasonló csoportoktól - olyan feltűnő hasonlóságot mutat a kulturálisan kifejlődött rítusokkal, hogy ez további fontos megfontolások alapját képezheti. Azoknak az emberi csoportoknak a létezése, amelyeket nagyságuknál fogva a személyes szeretet és barátság önmagában már nem tud összetartani, a kulturálisan ritualizált magatartási módoknak ezen a háromféle funkcióján nyugszik” (2000: 93–94). Önmagában a nyelv és a különböző nyelvi jelenségek tehát viselkedéstani szempontból rituálénak tekinthetők. Különösen jó példa erre a meggyőzés, melynek bizonyos megnyilvánulásai (politikában, oktatásban, vallással kapcsolatban) feltűnően kötődnek speciális alkalmakhoz és szerepkörökhöz.

3. A retorika

A nyelvi meggyőzés különböző jelenségeit lehetetlen anélkül vizsgálnunk, hogy ne vennénk figyelembe az ember társas viselkedését. A retorika ebből a szempontból nem más, mint olyan nyelvi viselkedésforma, mely egy adott embercsoport meggyőzésére irányul. A szónoklatok, prédikációk célja minden esetben a közösség összetartása, illetve érdekeinek képviselése más csoportokkal szemben. A retorika változásainak társas közegbe ágyazott vizsgálatával megvilágíthatóak azok a folyamatok is, melyek a természetes kisközösségeket egyre nagyobb méretű csoportokká, majd társadalmakká szervezték. Az is magyarázható továbbá, miként váltak kisebb közösségek vallásai egyre elterjedtebbé, világvallássá. Az ilyen, a természetestől jóval nagyobb méretű közösségek nem is volnának képesek fennmaradni a csoport tagjaihoz szóló rendszeres meggyőző beszédek nélkül.

Habár REBOUL és MOESCHLER könyvükben azzal érvelnek DUNBAR pletykaelmélete ellen, hogy „a nyelv nem hozta el a békét az emberi faj számára”, azt nem említik, milyen mértékben csökkentette a nyelv a csoporton belüli, illetve a csoportok közötti agressziót (2006: 17). A csoportlétszám változásairól szintén nem esik szó, pedig ez volt az a változás, mely feltételezések szerint a nyelv kialakulását hozhatta magával (DUNBAR 2004: 102–103). A pletyka azonban csupán abban az esetben csökkenti a csoporton belüli agressziót, hogyha a közösség minden tagja legalábbis beszélőviszonyban van egymással. Egy olyan méretű közösséget, mint akár egy ókori városállam, lehetetlen lenne összetartani anélkül, hogy a hierarchia felsőbb rétegei ne alkalmazzák a befolyásolás rendelkezésre álló eszközeit. A leghatékonyabb módszernek nem a fegyveres erőszak vagy bármilyen más agresszió általi

elnyomás bizonyult – hiszen ez gyakran lázadásokat vált ki –, hanem a közösség tagjainak meggyőzése arról, hogy az összefogás előnyükre válik.

Ha szemügyre vesszük, milyen fejlett volt a retorika kultusza például az ókori Athénban, valószínűsíthetjük, hogy a közösség ügyeinek ilyen formában történő megvitatása már sokkal régebben kialakult. Már a törzsi berendezkedésű népeknél is gyakori az olyan beszédek előadása, amelyek egyrészt a közösség történetét, eredetét mondják el, esetleg a közös hitvilágról szólnak, illetve a közösség sorsával, jövőjével kapcsolatban adnak tanácsot, útmutatást. Ezek definíció szerint mind a szónoklat, illetve a prédikáció kategóriájába esnek. (A szónoki beszéd mai meghatározása szerint valamilyen különleges alkalomból előadott, emelkedett stílusú beszéd, mely nagyobb közönség előtt zajlik, célja a hallgatóság meggyőzése (WACHA 1994.: 21).) Ezek a beszéd típusok tehát már nagyon korán kialakulhattak, később pedig együtt változtak az emberek társadalmi berendezkedésével. Hasonlóan vélekedik ADAMIK TAMÁS is, aki így ír ARISZTOTELÉSZ-fordításának előszavában: „A meggyőzésre való törekvés, a szónoklás feltehetőleg egyidős a nyelvvel; fejlődése szorosan kötődik a társadalmi és politikai élet fejlődéséhez” (1999: 5).

A meggyőzés jelenségét általában a hatalomhoz köti a köztudat. A politika, a hatalom és a retorika szorosan összekapcsolódó fogalmak rendszerét alkotják, ahol a verbális meggyőzés a hatalmi helyzetben lévők vagy arra vágyók leghatásosabb stratégiája lehet (ROACH 2001: 624). Ez természetesen nemcsak a mai, bonyolult struktúrájú társadalmakban érvényesül. A társas élőlényeknél a rangsorrend kialakulása nélkülözhetetlen, ugyanis ennek a mechanizmusnak fontos szerepe van az agresszió csökkentésében. Ha az egyedek között létrejött a hierarchia, az egymással szembeni agresszió csökken, ez pedig a faj fennmaradásának szempontjából igen hasznos. Ez a jelenség már a rovaroknál is megfigyelhető, illetve minden magasabb rendű élőlényénél, így legközelebbi „rokonainknál”, az emberszabású majmoknál is. A kialakult rangsorrend bizonyos esetekben akár az egyedek együttműködéséhez is vezethet (LORENZ 1999: 164–166).

A hierarchia tehát szükséges velejárója a csoportban való létezésnek. Az agressziót természetesen az egyedek közötti versengés miatt nem lehet nullára csökkenteni, ám minél nagyobb a csoportlétszám, annál hatékonyabb mechanizmusokra van szükség ahhoz, hogy a csoporton belüli agressziót minimálisra redukálják. (Ez azonban azzal jár, hogy a közösség tagjai a kívülállókkal szemben ellenségesen viselkednek.) Mindez nem jelenti azt, hogy az emberek közösségeiben szigorú és megingathatatlan alá- és fölérendeltségi viszonyoknak kellene lenniük, sőt, LORENZ leírja azt is, hogy szellemileg minél fejlettebb élőlényről van szó, annál gyakoribbak a rangsorviták és a lázadások (1999: 165). Az általa vizsgált ludak, de

gyakorlatilag minden más társas állatfaj a hatalmi harcokat különböző mozgásformák, leginkább verekedés útján intézik. Az embereknél ez már ritkább (bár előfordul), a problémás helyzeteket vitákkal kezeljük. Rendkívül praktikus a nagy létszámú csoportokban a szónoklás jelensége, mert ez azt hozta magával, hogy nem kell a közösség minden egyes tagjának „megvívnia” egymással, hanem egyszerre győzhetjük meg a hallgatóságot a saját igazunkról – ezzel pedig időt is nyerünk.

A retorika, mint meggyőző jelenség kialakulása nem iktatta ki száz százalékosan a fizikai agressziót, ám jelentősen csökkentette azt. Bár a pletyka (mint a kurkászás analógja) is erre irányul, az nem lett volna alkalmas arra, hogy rendezze a rangsorvitákat. Arra pedig végképp nem, hogy olyan méretű csoportokat is összetartsa, mint amilyen például egy nép. Tehát kijelenthetjük, hogy a közösségi vagy közéleti meggyőző beszédek megjelenése a csoportlétszám növekedésének velejárója volt, sőt, nagy szerepe volt a természetesnél jóval nagyobb méretű közösségek kialakulásában és fenntartásában. Jó példa erre a már említett Athén, illetve Róma, ahol a demokratikus államforma egyáltalán nem jelentette a hierarchia eltűnését. Ez a társadalmi berendezkedés azért tűnik olyan szimpatikusnak, mert lehetőséget nyújt a hierarchia gyakori változásaira a retorikai gyakorlat nagy szerepének köszönhetően.

Az athéni társadalom nagy hangsúlyt fektetett az ékesszólás oktatására, kutatására és művelésére. Ez nemcsak a fennmaradt irodalmi művekből, szónoki beszédekből tudható, hanem a számos kézikönyvből, melynek célja az volt, hogy az olvasót részletesen bevezesse az ékesszólás művészetébe. A legnagyobb görög tudósok, filozófusok nyilvános előadásokat tartottak, melyekben retorikára oktatták a hallgatóságot. Világosan látszik tehát, hogy az ókori görög demokráciában (mely a mai demokráciák kialakulásához is mintaként szolgált) esszenciálisnak tartották a retorika beható ismeretét, használatát és tanulmányozását. Mint már említettem, a társadalom működése erősen támaszkodott a retorikára: a polgárok nyilvános beszédek útján vettek részt a demokráciában, a jogrendszer pedig jó ideig (a demokrácia legradikálisabb korszakában) egy, a polgárok közül választott több száz fős ítélőszéken alapult, akikkel szemben a vádlottnak saját magát kellett képviselnie – nem voltak ugyanis hivatásos bírók, sem ügyvédek vagy ügyészek. Voltak ezzel szemben hivatásos beszédírók, akik az ékesszóláshoz kevésbé érték számára pénzért remek védő-, illetve vádlóbeszégeket írtak (KENNEDY 2001: 94–98).

NIETZSCHE szerint Athénban azonban a retorika nem kötődött annyira a mai értelemben vett politikai hatalomhoz, mint inkább a művészi ambícióhoz, a tanításhoz, a neveléshez. A legnagyobb szónokok tudósok, filozófusok voltak, míg az ókori Rómában inkább politikusok, pártok vezetői és hadvezérek (1997: 6–7). ARISZTOTELÉSZ viszont a

politikához sorolja a retorikát is: „...a retorika mintegy azonos tőről fakad a dialektikával és az etika tudományával, melyet joggal nevezhetünk politikának” (1999: 33–34). Ez a vélekedése részben tulajdonítható annak, hogy a korban még nem történt meg a tudományok szétválasztása, viszont értelmezhető úgy is, hogy a politikát mindenféle hatalmi helyzetre értette, és nem a mai értelemben használta a szót. A hatalmi helyzetek és a meggyőzés hatékonysága ugyanis oda-vissza generálják egymást: ha valaki elég meggyőző, vagy hozzáértőbbnek mutatkozik, esetleg fontos számunkra a véleménye, akkor hajlamosabbak vagyunk igazat adni neki, vagy akár elismerjük az autoritását. Ha pedig valaki hatalmi helyzetben van, ebből kifolyólag tekintéllyel rendelkezik, meggyőzőbbnek találjuk a fellépését is (ARONSON 2001: 38–45).

Már ARISZTOTELÉSZ is megfogalmazta, hogy az emberre társas lényként kell tekintenünk. Ő azonban, mint sok más későbbi filozófus, a társadalmat tekintette alapegységnek a kisközösségek helyett, és az államformából következtetett a társadalom által legfontosabbnak tartott értékekre. Szerinte „Mindenkit a haszonnal lehet meggyőzni, a hasznos pedig az, ami fenntartja az államformát” (1999: 54). Tehát a meggyőzés már nála is a társadalom összetartó erejeként szerepel. Habár nem ARISZTOTELÉSZ volt az első, aki tankönyvet írt a retorikáról, műve több szempontból is kiemelkedő fontosságú. Ugyan többször is hangsúlyozza, hogy a meggyőzést a hozzáértésnek, a hasznosságnak, jó szándéknak és erkölcsnek kell vezérelnie, a „Rétorika” második könyve teljes egészében az érzelmek befolyásolásáról szól. A meggyőzésnek ez lényegi eleme: fontos ugyan a logika, a példák, a bizonyítékok, de legalább ilyen fontos az, hogy a szónok ismerje az emberi psziché működését, és azt, hogyan lehet bizonyos érzelmeket felkelteni a hallgatóságban. Ezért szokásos a szónoklatokat olyan formával bevezetni, mely arra hivatott, hogy a közönség jóindulatát megnyerje (*captatio benevolentiae*). ARISZTOTELÉSZ a „rétorikán belüli” bizonyítékokról így ír: „A beszéd által nyújtott bizonyítékoknak három fajtája létezik: az első a szónok jellemében van, a második a hallgatóságra tett hatásban, a harmadik magában a beszédben, amely bizonyít vagy úgy látszik, hogy bizonyít” (1999: 33). A továbbiakban kifejti azt is, hogy a szónok személyét a beszéde, és nem előzetes híre alapján ítélik meg.

Az, hogy az érzelmekre való hatás milyen fontos szerepet tölt be a meggyőzésben, napjaink szociálpszichológusai is vizsgálják. A korábban már említett csoportnyomás és konformitás mechanizmusai nagyon jól mutatják ezt. Az, hogy mennyire szimpatikus a meggyőző fél egy adott szituációban, vagy, hogy kötődünk-e hozzá érzelmileg, nagyban befolyásolja saját meggyőzhetőségünket. ARONSON szerint a társadalom típusa és a nemi (gender) különbségek mellett három fontos tényező befolyásolja a konformitás

mechanizmusait: ha a nyomást kifejtő csoportot szakemberek alkotják (nem muszáj valóban azoknak lenniük, elég, ha azoknak tűnnek), ha a csoport személyes ismerősökből vagy a meggyőzendő személy által kedvelt emberekből áll, illetve, ha a tagok összemérhetőek az egyénnel (2001: 44). Ebből több következtetés is levonható. Először is, ARISZTOTELÉSZ és más retorikusok módszeressége, tudományos igénye a szakértelem szempontjából szolgálta a meggyőzés célját. Másodsor: ahhoz, hogy egy nagyobb tömeget meggyőzhessünk, elég meggyőznünk egy kisebb csoport tagjait (például, ha egy párt tagjait meggyőztük valamiről, valószínűleg a szavazók is követni fogják őket). Nem hagyható figyelmen kívül azonban az a tény, hogy az egészséges pszichéjű emberben egyszerre dolgozik a konformizmus és az ezzel ellenkező nonkonformizmus, vagyis, az emberben is megvan az, amit LORENZ a fajtársakkal szembeni agresszióval kapcsolatban írt le: az, hogy az egyedek között vonzások és taszítások tartják fenn az egyensúlyt (1999: 157). Esetünkben a konformitás jelenti a csoport többi tagjához való vonzódást és megfelelni vágyást, a non-konformitás pedig a taszítást, ami valóban vezethet agresszióhoz bizonyos esetekben, de egyúttal szükséges kontroll is a csoportnyomással szemben.

Viselkedéstani szempontból érdekes még a szónoki beszédeknek a klasszikus retorika által meghatározott felosztása. Hagyományosan beszéltek ugyanis fajták szerint politikai, törvénykezési és egyházi beszédekről; tárgy szerint politikai, gazdasági, alkalmi és emlék- vagy gyászbeszédekről; céljuk szerint tanácskozó, ünnepi, és egyéb (úgy mint javalló, ellenző, védő-, támadó, magasztaló és gáncsoló) beszédekről. Újabb felosztás szerint vannak tanácskozási, gyűlési és alkalmi beszédek (WACHA 1994: 21–22). A szónoki beszéd maga is részekre van osztva: bevezetés, elbeszélés, bizonyítás, érvelés (ADAMIK 1999: 7–8). Vannak továbbá a szónoki beszédnek bizonyos bevett elemei, ilyenek például az általános érvekként felhasznált közhelyek, vagy a már említett *captatio benevolentiae*. Ide tartoznak a stilisztika által vizsgált figuratív elemek is – ezek kialakulása a nyelv retorikusságának köszönhető. (Többek között a metaforaelmélet bizonyítja ezt a tényt, nevezetesen, hogy a szónoki beszéd elemeinek nagy része a természetes, hétköznapi beszédben is megtalálható (NIETZSCHE 1997: 20–24).) Mindez egészen azt a benyomást kelti, hogy a szónoklatok (legyenek ezek politikai, egyházi vagy bármilyen más beszédek) rituális jellegű nyelvi viselkedésnek tekinthetők. A rituális viselkedésre ugyanis az jellemző, hogy természetes módon jöttek létre gyakran ismétlődő viselkedésből, bizonyos helyzetek automatikus reakcióként váltják ki őket. Ilyen például az állatvilágban a szarvasok párviadala a szaporodási időszakban, az embereknél szintén speciális, a közösség számára fontos alkalmak váltják ki: például a közösség egy tagjának halála, vallással kapcsolatos ünnepek, választások. Fontos azonban, hogy ez nem homológ az állatok rituális viselkedésével, hanem analógiaként kell tekintenünk (LORENZ

1985: 44–46, 1999: 79–80).

A klasszikus retorika rendszerének tehát, ahogy eddig láthattuk is, nem kellett komolyabb kihívásoknak megfelelnie egészen a 20. századig. Könnyedén alkalmazkodott a politika és az eszmék változásaihoz, sőt, még az egyházi közegekhez is. A lényeg ugyanaz maradt: a meggyőzés, mint cél és a közéletben elfoglalt jelentős szerep. Az igazi akadályt a média és a tömegkommunikációs eszközök megjelenése jelentették. A retorika szerepe és célja természetesen nem változtak meg, azonban a változások olyan mértékűek voltak, amelyekhez ilyen gyorsasággal nehéz alkalmazkodni. Így az emberek egy ideig úgy érezhették, anélkül lettek rábeszélve valamire, hogy egyáltalán esélyük lett volna észrevenni a szándékot a folyamat mögött. Ilyen például a szövegeknek az egészen új típusú vizuális élményekkel való végleges egybefolyása, mint például a videofelvételek.

A klasszikus retorika keretei között egyértelműnek tűnt, hogy a legmagasabb képzettségű és legjobb képességű szónok győzzön a vita során. Az egyre növekvő méretű csoportok fölötti hatalmi helyzetek, illetve a tömegkommunikációs csatornák lehetővé teszik, hogy szinte korlátlan számú embert győzzünk meg, ehhez azonban a jó szónoki képességnek már kevés köze van. A hatalmi helyzetben lévők könnyedén megtehetik, hogy egyszerűen kontrollálják az információáramlást a nyilvánosság felé – elég egy saját tévécsatorna vagy hírportál, ezeken a meggyőző fél úgy formálja a közönség felé jutó információkat, ahogy neki épp megfelel. Ebből következik az is, hogy a diskurzus alapszabályai is manipulálhatóvá válnak. Az etikai szabályok eltűntek a retorikából, mindenki igyekszik például az ellenfelét kevésbé hitelesnek feltüntetni a saját érdekében (ROACH 2001: 627) .

Ilyen sebességű változásokhoz evolúciósan nem tudunk igazodni, ahogyan a szokatlanul nagyméretű közösségekhez sem. Nincsenek olyan kódolt programjaink vagy viselkedésmintáink, amelyek segítségünkre lehetnének ebben a helyzetben. A meggyőzés és a manipuláció határai elmosódtak, és az új technológiáknak köszönhetően sokszor a meggyőzés szándékát sem vesszük észre – pedig ez kulcsfontosságú eleme a klasszikus retorikának. Egy szónoklatról ugyanis tudjuk, hogy a meggyőzés a célja. A reklámokról már megtanultuk, hogy a manipuláció a céljuk. Azonban egy egyszerű hírről vagy dokumentumfilmről senki nem feltételezné, hogy félre akar vezetni minket. Mindennek ellenére a közéleti beszédek nagy szerepet töltenek be mindennapi életünkben, azonban a túl sok információ miatt sokszor már nem is szelektálunk, hanem egyszerűen közömbössé, „cinikussá” válunk a közélettel szemben (PRATKANIS–ARONSON 1992: 20–22).

Le kell szögeznünk azonban, hogy a világ mai, globális rendszere, de még egy akkora

ország, mint Magyarország sem működhetne ezek nélkül az eszközök nélkül. Az ember közösség nélkül nem létezhet: közösség pedig nincs hierarchia, emberi kapcsolatok, vonzások (konformitás) és taszítások (nonkonformitás) rendszerei nélkül. A szónoklatok, a retorika ebben nagy szerepet kap, mert tudatosítja a tagokban a csoport közös értékeinek, ünnepeinek, ellenségeinek létezését, ezáltal összeköt. A közös múltból alkotott képet az ünnepi beszédek, a közös jövő döntéseit a tanácskozó beszédek határozzák meg. „GERARD A. HAUSER szerint a nyilvánosság olyan diszkurzív hely, ahol egyének és csoportok találkoznak, hogy megbeszéljék a közös ügyeket, és lehetőleg közös véleményt alakítsanak ki róla” (ACZÉL 2009: 109). A retorika lényege tehát, hogy mások meggyőzésének útján a csoporton belüli és a csoportok közötti agressziót csökkentse – ez pedig elkerülhetetlen a globális társadalomban.

4. Meggyőzési modellek

Ahhoz, hogy valaki igazán meggyőző legyen, nem elég az, ha hatásos beszédek tud komponálni, elő is kell adnia őket. Az egész megjelenését és fellépését kell olyanná alakítania, hogy hitelesnek tűnjön a hallgatóság számára. Legyen szó akár egy karizmatikus vezető beszédéről, akár egy hatásos reklámról, vagy bármilyen más meggyőző szövegről, a szigorú értelemben vett nyelvi elemek csak egy részét alkotják annak az összetett gépezetnek, ami végül kiváltja a kívánt hatást. Tehát egy politikai vezetőnek meg kell formálnia, fel kell építenie és fenn is kell tartania a saját imidzsét – azaz a homlokzatát. A marketingben az úgynevezett márkázás, vagy egy vállalat arculatának kialakítása semmiben nem különbözik ettől. Ugyanúgy gondosan felépített karaktere lehet egy adott márkának, mint egy politikusnak vagy sztárnak, következésképp bizonyos szempontból a márkák tekinthetők közszereplőnek és a közszereplők márkának. Az arculatok jellege miatt elmosódik a határ a kategóriák között.

Nincsenek éles határok a nyelvi és a nem nyelvi jelek között sem. Viselkedéstani szempontból nincs is értelme külön kategóriákba sorolni a kettőt. A beszédet (a hangszínnel, a kiejtéssel, a hangsúllyal együtt) még a nyelven belüli tényezők csoportjába szokás sorolni, a külső megjelenést vagy mondjuk a beszédhelyzet fizikai környezetét pedig a nyelven kívüli tényezőkhöz. Azonban más megnyilvánulások is adódnak: a testbeszéd és a gesztusok nélkül gyakran értelmezhetetlen lenne egy beszélgetés. A jelnyelvet nyelvként kezelik ugyan,

mégsem hangokból épül fel, hanem kézzel mutatott jelekből, amelyek közül néhányat hétköznapi gesztusokban is használunk. Az érzelem kifejezésének hangok kiadásával járó módjai, mint amilyen a sírás vagy a nevetés, megjelennek hangutánzó szavakban. Tehát a mozdulatok, a mimika, de még az öltözék vagy akár az általunk kibocsátott feromonok is mind részei a társas viselkedésnek, a kommunikáció folyamatában szétválaszthatatlanul együtt dolgoznak a nyelvvel. A meggyőzésben pedig mind felhasználható arra, hogy alátámasszuk velük beszédünket és ezáltal nagyobb meggyőzőerőre tegyünk szert. Ezekből épül fel ugyanis arculatunknak az a része, amelyet nyelvi úton nem tudunk megformálni. Azonban, ha nem figyelünk oda rájuk, könnyen az ellenkező hatást érzük el: nem lesz egységes a kép, amelyet magunkról mutatunk, és az ellentétesen működő erők kioltják egymást.

A meggyőzés tehát elválaszthatatlanul összemosódó nyelvi és nem nyelvi jelek összehatása által keltett folyamat, mely több különböző aspektusból vizsgálható. Mindezeket a szempontokat különböző modellek mutatják be, azt vizsgálva, hogy milyen gondolatok vagy akár ösztönös reakciók hatnak a felekre egy sikeres meggyőzési folyamat során, illetve mik indítják el ezeket. A meggyőzésben gyakran kulcsfontosságú szerepet kap az, hogy bizonyos reakciókat próbálnak meg beindítani – olyan ösztönös reakciók ezek, melyek gondolkodás nélkül végbemennek mindenkiben, kikerülve a tudatos kontroll lehetőségét, hiszen az emberek nagy része még a létezésükről sem tud. ARONSON számos olyan kísérletet ír le, melyek igazolják ennek a módszernek a hatékonyságát - például a boltokban a szemmagasságban elhelyezett termékeket gyakrabban veszik meg, illetve a csomagolás is kulcsfontosságú. Ugyanez a helyzet egy meggyőző beszéddel. Ha a politikai retorika területén vizsgálódunk, azt látjuk, hogy a szimpatikusabb és szavahihetőbbnek tűnő jelöltet kedvelik inkább, ám az is nagyon fontos, hogy „tucatemberekből” nem lesz vezető. Egy politikusnak mindig a legjobb arcát kell mutatnia, és azt, hogy mennyire rátermett. Ehhez a média lehet segítségére, ahogyan abban is, hogy elbuktassa ellenfelét (1992: 73–100).

Egy karizmatikus ember azonban nemcsak szellemileg, hanem külsejét tekintve is némiképp szembeötlő kell, hogy legyen. Természetesen nem a kirívó és ízléstelen öltözetre célok ezzel, hanem arra, hogy az ápoltságot és a jólöltözöttséget elvárják, azonban ezen felül hatásos, ha a jelölt választ magának egy védjegyet a megjelenésében. Ez gyakran frizura vagy arcszőrzet formájában valósul meg, esetleg jellemző ruhadarabban: ilyenek Fidel Castro szakállja, Hitler frizurája és bajusza (utóbbi még a nevét is róla kapta), Napóleon jellegzetes kéztartása. Van, hogy egyébként hátrányt jelentő dolgokból is efféle védjegy válik, például Barack Obamával kapcsolatban mindig azt emlegetik, hogy ő az „első fekete bőrű elnök”,

habár egy kísérletben kiderült, hogy a bőrszín is szerepet játszik abban, mennyire tartunk valakit szavahihetőnek (ARONSON 1992: 75–76). F. D. Rooseveltnél azonban igyekezett titkolni azt, hogy tolószéke van, hiszen attól tartott, hogy emiatt nem találják majd alkalmasnak az ország kormányzására.

A nyelvi meggyőzést tehát nincs értelme anélkül vizsgálni, hogy ezeket az elemeket ne vizsgálánánk vele együtt, hiszen a meggyőző személye nagyban befolyásolja a hatékonyságot. Ugyanakkora szerepe van annak is, hogy kik azok, akiket rá szeretnénk beszélni valamire. Mind a magatartás- és a kommunikációkutatás, valamint a pszichológia és a médiatudomány is felállítja azokat az elméleteket, amelyek azt tanulmányozzák, milyen folyamatokon keresztül hat egy meggyőző célú üzenet (legyen az reklám, hirdetés vagy akár egy egészségmegőrző program egy iskolában). DANIEL J. O'KEEFE egész munkásságát az empirikus jellegű meggyőzés-kutatásnak szentelte, és több munkájában is leírja a meggyőzést különböző szempontokból vizsgáló modelleket. A különböző elméleteket a következő három nagy csoportba sorolja: attitűd-elméletek, önkéntes cselekvéssel kapcsolatos elméletek, a meggyőzés útjaival kapcsolatos elméletek. Ezek az elméletek számításba veszik a meggyőzésben részt vevő valamennyi tényezőt, ám hátrányuk, hogy csak együtt mutatnak teljes képet magáról a folyamatról (2009: 3–5).

Az attitűd-elméletek közé tartoznak a hiedelmeken alapuló, a funkcionális és a kognitív disszonanciával kapcsolatos modellek. Közös jellemzőjük, hogy a meggyőzést olyan folyamatként ábrázolják, amelyben fontos szerepet játszik a meggyőzött fél mentális állapota, illetve annak változása, mely gyakran cselekvéshez is vezethet. A hiedelmeken alapuló modellek sajátossága, hogy az úgynevezett érték-elvárás kapcsolaton alapulnak. Ezt azt jelenti, hogy a meggyőzendő félnek a meggyőzés tárgyához van egy adott viszonyulása, elhelyezi valahol a saját értékrendjében. Ha számára ez az érték nem fontos, akkor el kell érnünk, hogy fontosabbá váljon, vagy más értékeket kell a tárgyhöz rendelnünk. A politikai pártok szlogenjei ezért sorolnak fel olyan értékeket, amelyek előzetes vizsgálatok alapján általánosnak bizonyultak, mint amilyenek a „szabadság”, vagy a „család” - ezek a szavak gyakran szerepelnek reklámokban is, egész más asszociációkat teremtve. Az elvárások ahhoz kapcsolódnak, hogy vajon a meggyőzés tárgya valóban rendelkezik-e azzal az értékkel, amelyet a meggyőző állít róla. Ez a szavahihetőséghez kapcsolódik: ha például egy pártprogram nem teljesül, vagy a megválasztott jelölt nem tett eleget ígéreteinek, azzal ugyanúgy elveszti az emberek bizalmát, mint amikor egy termék sokkal rosszabb minőségű, mint amelyet a csomagolás vagy a reklámok alapján vártak volna. Bár itt is van egy határ, amelyen belül lehet mozogni, a szavahihetőség látszatának megőrzése elengedhetetlen a

sikerhez (O'KEEFE 2001: 577, 2009: 5–6).

A funkcionális modellek, bár sokfélék, a meggyőzés tárgyának megítélését vizsgálják, melyek tárgyi és szimbolikus jellegűek is lehetnek. Például egy autóreklám készítőinek azt kell tudniuk, hogy a célcsoport tagjai mit tartanak fontosnak a személygépjárművekkel kapcsolatban: ha az a fontos számukra, hogy alacsony legyen a fogyasztás, vagy ne kelljen sűrűn javítani, akkor viszonyulásuk tárgyi jellegű, így ezt kell hangsúlyozni a reklámokban. Ha azonban státusszimbólumként, saját egyéniségük kifejezése vagy homlokzatuk kiterjesztése céljából vásárolnának autót, a márkának határozott arculatot kell kiépítenie és azt hangsúlyozni, hogy bizonyos stílust képvisel. Természetesen ez nemcsak a marketing és a média világában van így, hanem bármilyen hétköznapi szituációban: például egy állásinterjú előtt érdemes tájékozódni a cég értékeiről, arculatáról és a bemutatkozásunkat vagy motivációs levelünket ehhez igazítani. A meggyőzés ugyanis (bár szép teljesítmény valakit rábeszélni a saját nézeteivel ellenkező dolgokra) sokkal könnyebben működik akkor, ha a címzettek úgy látják, a saját értékrendjükbe beleillik az, amiről meg akarjuk győzni őket. A háborús propaganda tökéletes példája ennek: mindenki tudja, hogy meghalhat, megsebesülhet és hatalmas traumák érhetik, sőt valószínűleg fogják is, mégis a mai napig vannak katonák, akik a dicsőségért, a hazájukért vagy mások megsegítéséért vállalják ezeket a kockázatokat (O'KEEFE 2001: 577, 2009: 6–8).

A kognitív disszonancia elméletei azon alapulnak, hogy mindenki rendelkezik bizonyos háttérismeretekkel és vélekedésekkel adott dolgokat illetően. Ezek lehetnek összhangban (konszonancia) egymással, például ha valaki adott munkát végez, és meg van győződve arról, hogy munkája hasznos a társadalom számára. Vannak egymással irreleváns ismeretek és vélekedések, ezek olyanok, amelyek nem összefüggő dolgokhoz kapcsolódnak. Vannak továbbá olyanok, amelyek ugyanahhoz a dologhoz kapcsolódnak, és ellentétesek egymással, például az, ha valaki dohányzik annak ellenére, hogy tisztában van a dohányzás káros hatásaival. Ez disszonanciához vezet, mely kellemetlen mentális állapotokat okoz. Az ilyen ellentétes állapotokat igyekszünk kerülni vagy csökkenteni valamilyen módon, például alátámasztani egyik vagy másik vélekedésünket más információkkal. Ezt az állapotot a meggyőzés során ki lehet használni, méghozzá úgy, hogy olyan üzeneteket közvetítünk, melyek egyik vagy másik irányba befolyásolják a döntést. A dohányzás elleni kampányok nagy hangsúlyt fektetnek a tüdőrák súlyosságának részletes leírására, valamint más, a dohányzás által okozott egészségügyi problémákra is felhívják a figyelmet. Ennek hatására azok a dohányosok, akikben már megvolt a disszonancia, azt fogják érezni, hogy sokkal nagyobb súllyal bírnak az egészségügyi kockázatok, mint a dohányzás pozitív oldalai – így

tehát meg lesznek győződve arról, hogy érdemes lemondaniuk káros szenvedélyükről. Ezen elméletek szerint általában az emberek olyan információkat keresnek, amelyek alátámasztják meggyőződéseiket, melyek viselkedésük fő motivációjaként funkcionálnak. Ez némiképp leszűkült nézőpont, ugyanis vannak esetek, amikor a feltételezéseinkkel ellenkező információkat keresünk különböző okokból. A viselkedés motivációit pedig olyan bonyolult háló alkotja, melynek az ilyen feltételezések csupán egy részét teszik ki (O'KEEFE 2009: 8–10). Némiképp hasonló jellegű meglátással ír LORENZ az ingadozásról: kognitív funkcióként vizsgálja, az ember hangulatingadozásait fajfenntartó fontosságúnak ítéli meg, melynek fiziológiai alapjai vannak. A közvélemény ingadozását hasonlóképp mérlegszerűen írja le, mely vagy egyensúlyba jut eltérő vélemények között, vagy kibékíthetetlen ellentétté válnak (2000: 471–482).

Az önkéntes cselekvés elméletei közé az indokolt cselekvés, a tervezett viselkedés, a védelmi motiváció és a viselkedés változásának elméletei tartoznak. Mindegyikük alapja, hogy a meggyőzés célja gyakran rávenni valakit valamilyen cselekvés önkéntes végrehajtására. Az indokolt cselekvés elmélete szerint annak, hogy valaki végrehajtson egy cselekvést, az a feltétele, hogy szándékában is álljon ezt megtenni. A meggyőzés során tehát azt kell elérnünk, hogy ez a szándék létrejöjjön. Ebből a szempontból nem a meggyőzés tárgya van a fókuszban (például egy termék vagy egy politikus), hanem az, hogy a meggyőzendőknek milyen a hozzáállásuk egy adott, a tárggyal kapcsolatos viselkedéshez (tehát hogyan viszonyulnak a termék megvásárlásához vagy a politikusra való szavazáshoz). A másik fontos befolyásoló tényező a normatív gondolkodás, tehát az egyén számára fontos személyek feltételezett véleménye (O'KEEFE 2001: 577, 2009: 10–13). Ezeket az elmélet két külön faktorként kezeli, azonban fontosnak tartom megjegyezni, hogy ezek kölcsönhatásban állnak egymással a korábban már tárgyalt csoportnyomás illetve konformizmus révén, tehát lehetséges, hogy az egyén személyes meggyőződése valamivel kapcsolatban csoportnyomás hatására jött létre. A tervezett viselkedés elmélete egy harmadik befolyásoló tényezőt ad az eddigiekhez, méghozzá azt, hogy az egyén mennyire tartja magát képesnek a cselekvés végrehajtására. Amennyiben úgy találja, hogy akkora erőfeszítést igényel, amelyet ő nem akar vagy nem tud megtenni, illetve más körülmények miatt nem képes rá, akkor nem fogja végrehajtani a cselekvést, még akkor sem, ha a saját és a számára fontos személyek véleménye a cselekvésről alapvetően pozitív.

A védelmi motiváció modelljei specifikus esetekben működnek, a különféle preventív jellegű programokban működő mechanizmusokat vizsgálják. Ilyenek az egészségmegőrzéssel, a környezetvédelemmel kapcsolatos programok, amelyek bizonyos

veszélyekre hívják fel a figyelmet, és ezáltal védekező magatartásformát váltanak ki. Ez a folyamat annak alapján hat a meggyőzendőkre, hogy mennyire nagynak ítélik meg a veszélyt, illetve mennyire tartják valószínűnek, hogy ők maguk is ki vannak téve a veszélynek. Ezeknek a mértéke egyenesen arányos a meggyőzés hatékonyságával (O'KEEFE 2009: 13–15). Más kutatások azonban kimutatták, hogy a meggyőzőerő nem egyenesen arányos a félelem szintjével: bizonyos pontig a meggyőzés hatékonysági foka a félelem szintjével együtt növekszik, ám azon túl visszafelé fordul és csökkenni kezd. Ha egy koordináta-rendszerben akarnánk ezt ábrázolni, akkor a meggyőzőerő görbéje egy fordított U-alakot mutatna (O'KEEFE 2001: 580).

A viselkedés megváltozásának szakaszos modellezése rendkívül szerteágazó kutatásokhoz vezetett, emiatt nincs túl sok közös vonásuk. Egy lépcsőszerű modellt kell elképzelnünk, melyben a legelső fok az, amikor a meggyőzendők még nem is gondolkodtak el a meggyőzés tárgyáról. Külön meggyőzési folyamatok szükségesek ahhoz, hogy egyre magasabb lépcsőfokokra kerüljenek, az első cél az, hogy elgondolkozzanak a tárgyról. A következő, úgynevezett felkészülési szakaszban már pozitív attitűdök kapcsolódnak a tárgyhöz, és a meggyőzöttek készen állnak adott cselekvés végrehajtására. A negyedik szakaszban végrehajtják a cselekedetet, az esetleges ötödik szakaszban pedig a cselekvés szokásossá válik (O'KEEFE 2009: 15–16). Ezek a modellek, bár népszerűek és könnyen követhetőek, túlságosan széttagolják a meggyőzés folyamatát. Az, hogy bármilyen meggyőzési folyamatban a figyelemfelkeltés az elsődleges, tagadhatatlan ugyan, ám egyénenként és csoportonként változik, hogy mire milyen módszer hogyan hat – ahogyan ezt a korábbi modellekből kiolvashattuk. Az egyes szakaszok sem különülnek el egymástól élesen, és megeshet, hogy a folyamatból kimarad néhány lépcsőfok – például összemósódhat a második és a harmadik szakasz. Az úgynevezett „mellékutas” meggyőzés esetében ez a modell típus nem alkalmazható (lásd később).

A meggyőzés útjairól szóló elméletek az előzőekkel ellentétben nem a meggyőzendők mentális állapotát és ennek változásait helyezik a középpontba, hanem magára a folyamatra reflektálnak. Bár ezek az elméletek így definiálják magukat, szükségesnek tartom megemlíteni, hogy a meggyőzés bizonyos aspektusból nem más, mint mentális állapotváltozás, külső hatásra létrejövő, adott irányba történő ingadozás, ami azonban kognitív funkcióinkból eredő természetes reakció. A közösségi megítélés elméletei szintén visszavezethetők a társas viselkedés egyik legalapvetőbb jellegzetességére, méghozzá arra, hogy a társas élőlények között bizonyos összetartó erők működnek. A közösségi megítélés kapcsolódik az önkéntes cselekvés elméleteihez (normatív megfontolások), és a

konformizmus hatásaihoz is. Ezeknek az elméleteknek a lényege, hogy a különböző csoportoknak gyakran van azonos vagy nagyon hasonló vélekedése adott problémáról. Ez nem meglepő, hiszen a kisközösségek alapvető tulajdonsága a közös értékrend, illetve a csoportnyomás is erőteljesen hat a közösség legtöbb tagjára. Ez fordítva is működik: gyakran képződnek csoportok az alapján, hogy az egyének milyen véleménnyel vannak bizonyos dolgokat illetően, ilyenek például a politikai pártok és szavazóbázisai, vagy akár a napjainkban elterjedt rajongói klubok is. Az egyének a meggyőzés tárgya eltérő fontosságú lehet, ám a meggyőző üzenet minél közelebb van a saját véleményéhez, annál sikeresebb. A meggyőzendők véleményéhez képest kevésbé eltérő üzenet asszimilációs hatást, a nagyobb mértékben eltérő üzenet kontraszthatást vált ki. Az előbbi sikeres meggyőzéshez, az utóbbi sikertelenhez vezet, a semleges üzenetek pedig bármelyiket kiválthatják. Ezek az elméletek nem a közösség felől közelítenek az egyénhez, hanem az egyén felől a közösséghez: szerintük az egyén a saját személyiségét gyakran fejezi ki csoportokhoz való tartozással (O'KEEFE 2001: 577, 2009: 16–18). Azonban bármelyik irányból is vizsgáljuk a dolgot, egyértelmű, hogy az egyén és a közösség vélekedése gyakran kerül átfedésbe, így hát érdemes a meggyőzés üzenetét a csoportok közös értékrendjéhez igazítani.

Az angolul „ELM” (*elaboration likelihood model*) néven emlegetett elmélet szerint a meggyőzésnek két útja van: a főút és a mellékút. Ez két prototipikus formát jelent, melyek részben átfedhetik egymást és nem válnak el élesen. A főutas meggyőzés lényege, hogy a meggyőzött elgondolkozik a tárgyon és megfontolt következtetések során jut el a következtetéseihez. A mellékutas meggyőzésben viszont nagyobb mértékben játszik szerepet a meggyőző szavahihetősége, külseje, és általában ösztönös vagy ösztönszerű reakciókra alapul (O'KEEFE 2001: 578, 2009: 18–20). A mellékutas meggyőzés az olyan helyzetekben hat, amikor nem figyelünk tudatosan, és nem gondolkozunk el az üzeneten. A mellékút sokszor azért hatásos, mert a feldolgozhatatlan mennyiségű információtól próbáljuk megkímélni a saját agyunkat, és így csak a fontosabbnak ítélt dolgokon gondolkodunk el (például, ha a problémában személyesen érintettek vagyunk). Ez tehát egy védekező funkció, mely azonban magában rejti azt a veszélyt, hogy kitesz bennünket a mellékutas meggyőzésnek, mely komoly érvelés és átgondolás nélkül is hat (PRATKANIS–ARONSON 1992: 30–35).

Ezek a modellek, bár több szempontból ábrázolják a meggyőzésben részt vevő tényezőket, nem igazán társas szemléletűek, és a viselkedéstani aspektusokat sem merítik ki teljesen. Ismeretük azonban elengedhetetlen ahhoz, hogy a meggyőzés pszichológiai hátterére és a tömegmédiában alkalmazott technikák alapfeltevéseire rálátásunk legyen. Az

egyének lehetséges és várható reakcióit kielégítően elemzik. A meggyőzőskutatás hazánkban is főképp a médiatudomány, a pszichológia és a kommunikációkutatás területein van jelen, illetve a modern retorikai munkákban is olvashatunk róla (például ACZÉL 2009). Az elméleti irányzatok ilyen mértékben átfogó csoportosítása szükséges ahhoz, hogy átláthassuk a különböző modellek és kutatások szövevényes hálóját, és alapvető feltételezéseik ismerete szükséges ahhoz, hogy a meggyőzés folyamatát más, eddig kevésbé kutatott szempontból is vizsgálhassuk.

5. A meggyőzés szerepe a társas viselkedésben

A nyelv, illetve a beszéd képességének kialakulása az evolúcióelméletben és a nyelvtudományban ugyanolyan rejtélyként tűnik fel. LORENZ „Salamon király gyűrűje” című, az emberi és az állati kommunikáció különbségeiről szóló munkájában felhívja a figyelmet arra, hogy hatalmas és áthidalhatatlan szakadék húzódik az állatok hangjelzései és az emberi beszéd között. Az állatok ugyanis veleszületett módon öröklik a fajtársaik által használatos valamennyi hangjelzés ismeretét. Ezek a hangjelzések fontos szerepet játszanak ugyan a társas kapcsolatok fenntartásában, ám az egyedek nem képesek fajtársaikat befolyásolni ezen hangjelzések által. Vannak ugyan hívóhangjaik, illetve olyan hangjelzések, melyek bizonyos cselekvésre készítetnek, ám ezek nem hasonlíthatók össze az ember nyelvi meggyőzősi folyamataival. Leginkább olyan jelzések ezek, mint az embereknél az ásítás – ha valaki ásít, a készítetés másokra is átragad. Az állatok kevésbé képesek arra, hogy az emberhez hasonló mértékben absztrahált nyelvhasználatot produkáljanak. LORENZ így ír erről a sokat boncolgatott kérdésről: „Úgy tűnik, a gégefő és az agy egész komplikált apparátusának, amely a hangutánzást és a gondolatátársítást lehetővé teszi, nincs semmilyen számunkra is érthető funkciója a faj fenntartásának szempontjából. Az ember hiába is töpreng, hogy tulajdonképpen mire jó az egész” (1983: 100–117). Tehát az állatok hangjelzései és az emberi beszéd között nem vonhatunk analógiákat, azonban az állati és az emberi viselkedés között igen. Amint erre már utaltam, az emberi viselkedésnek elidegeníthetetlen része a nyelv, hiszen az ember társas lény, és az embertársainkkal való érintkezés módja pedig a beszéd. Az állatoknál megfigyelt ritualizációval analóg folyamat a kulturális ritualizáció, mely nélkül a nyelv nem jöhetett volna létre (LORENZ 2000: 461–463).

A nyelvi meggyőzés tehát a fentiek alapján csak az emberre jellemző folyamat.

Azonban vannak bizonyos szituációk, melyekben a meggyőzőerőt nagyrészt ösztönös vagy reflexszerű reakciók kiváltása adja – ilyen például a mellékúttal operáló meggyőzés. A csoportnyomás és ennek patológikus változata, a tömegpszichózis olyan jelenségekre emlékeztethet bennünket, mint amilyenek a repülési hangulat eluralkodása egy madárrajon, vagy a lemmingek vándorlása. Ám a klasszikus értelemben vett, érvelés útján történő meggyőzés és a hatalmi helyzetek elemzése sem áll távol a viselkedéstani kutatásoktól. Habár az etológia nem használja a hatalom fogalmát, a rangsorrend kialakulása és szerepe a társas élőlényeknél nagy hangsúlyt kap a kutatásokban (ACZÉL 2009: 126–127). A rangsorrendet az állatok általában valamiféle agresszív viselkedéssel állítják fel, tehát megverekszenek egymással. A társas állatoknál az agresszió felléphet úgy is, hogy a csoport tagjai részéről irányul a csoporton kívüliek vagy egy másik csoport felé. Az emberi közösségekben is megjelenik az agresszió, ám nem pontosan úgy és nem pontosan olyan helyzetekben, mint az állatoknál.

Közös vonások fedezhetők fel az állati és az emberi agresszió típusai között. Az embereknél beszélhetünk territoriális, birtoklással kapcsolatos, dominanciával kapcsolatos, frusztrációs, szülői, nevelői és normatív agresszióról. Ezek a típusok az utóbbi kettő kivételével az állatvilágban is felfedezhetők. Azonban, ha olyan helyzet alakul ki, amely indokoltá tenné ezeket a reakciókat, az emberek alkotta közösségekben nem feltétlenül kerül sor fizikai agresszióra. Sok esetben az agresszió ritualizálódott formákban, tehát gesztusokban vagy ezek nyelvi kifejezésében, verbálisan jelenik meg. A verbális agresszió egyedül az emberre jellemző, és ugyanazokat a jegeket mutatja, mint a rituális agresszív mozgásformák vagy gesztusok. A különböző fenyegetések utalhatnak fizikai bántalmazásra, vagy dominanciára, mely gyakran szexuális jellegű: ilyen például a fallikus fenyegetés, vagy a nemi aktussal kapcsolatos fenyegetések és felszólítások. A normatív agresszió verbális formájának módja a csúfolás és gúnyolás. Az agresszióknak a rangsorrenddel és a csoportnormákkal való kapcsolata tehát verbális szinten is nyilvánvaló (CSÁNYI 1986: 167–176).

Az agressziót kiváltó szituációkban azonban nem feltétlenül lép fel bármilyen agresszív viselkedés az emberi társadalmakban. A fizikai erő és rátermettség ugyanis nem az egyetlen olyan faktor, amely feljebb juttathat valakit a hierarchiában. Már a törzsi berendezkedésű népeknél is gyakori, hogy a közösséget érintő kérdéseket a „vének tanácsa” tárgyalja meg, tehát az idős korral járó tapasztalatot gyakran tisztelik. Szintén gyakori, hogy a közösségnek van egy katonai és egy szellemi vezetője – az előbbi ereje és ügyessége, az utóbbi pedig tudása jogán áll a hierarchia csúcsán. A nagyobb és komplexebb

szerveződésekben és a társadalmakban pedig az agresszió fent felsorolt formái nagyrészt kimaradnak a hierarchia létrehozásából, hiszen a szónoki beszédek és nyilvános viták nem tartalmaznak káromkodásokat és fizikai agresszióval kapcsolatos fenyegetést. Az, hogy a vezetőjelöltek megverekedjenek egymással, természetesen szóba sem jöhet, már a csoportméretből fakadóan sem. A hatalom megszerzése és megtartása, a csoportnormák elfogadtatása, a tanítás és nevelés, de esetenként még a területszerzés vagy a birtoklás is nagyrészt a meggyőzéshez kötődik.

A meggyőzés nagyrészt verbális jellegű, korábban már tárgyalt kiegészítő jellemzőkkel. Azt azonban semmiképpen nem jelenthetjük ki, hogy teljesen átvette volna az agresszió formáinak helyét, inkább egy bonyolult egyensúlyt feltételezhetünk. Különböző szituációkban és különböző területeken lép működésbe a nyelvi meggyőzés és a nyelvi agresszió, azonban úgy vélem, a teljes szubmisszió elérésében a meggyőzés jóval hatékonyabb. Erre egy példa: ha valakit legyőzünk egy verekedés során, az önbecsülése meg lesz sértve, és ellenségként fog ránk tekinteni. Ha valakivel szemben verbális agressziót alkalmazunk, nagyjából hasonló hatást érünk el vele. Mindkét esetben számíthatunk a részéről újbóli támadásokra. Ha vita során marad alul velünk szemben, a reakciók eltérőek lehetnek, ám ha betartunk bizonyos udvariassági szabályokat és teret engedünk az álláspontjának, akkor kivívhatjuk a tiszteletét. Ha azonban sikerül meggyőznünk a saját igazunkról, szakértelmünkről és szavahihetőségünkről, akkor ítél meg minket a legpozitívabban, szimpatikusnak fog tartani és megkedvel bennünket. A megadás az állatvilágban sem jár ellenségeskedéssel vagy gyűlölettel, bár a rangsorrend előkelőbb helyeiért és az ezzel járó előnyökért gyakran harcolnak egymással az egyedek, viszont állandó viszálykodásra nem kerülhet sor, hiszen ez meggátolná a csoport fennmaradásához szükséges együttműködést. Ezt támasztja alá a fajtársakkal szembeni agressziót gátló mechanizmus is, ami bizonyos állatoknál olyan erős, hogy a fajtársak (az emberrel ellentétben) nem képesek megölni egymást, az ilyen esetek csupán ritka balesetek (LORENZ 1983: 162 – 180).

Azt sem állíthatjuk, hogy a meggyőzés és az agresszív viselkedés egymást kizáró folyamatok. Az alábbiakban két különböző esetet fogok tárgyalni, ami a meggyőzés és az agresszív viselkedés bonyolult kapcsolatát jellemzi. A legszembeötlőbbek azok a meggyőzési módszerek, amelyek a normatív agressziót váltják ki a csoporton belüli nemkívánatos elemekkel szemben, illetve a kollektív agressziót egy másik csoporttal szemben. LORENZ szerint „A politikai reklám mindazonáltal jól kihasználja az embernek egy eredetileg a faj fennmaradását szolgáló viselkedési normáját, amely a modern tömegtársadalomban

különösen veszélyes lehet: a kollektív-agresszív viselkedést” (2002: 181). Ez egy ösztönös alapon kódolt viselkedés, a csimpánzokban is megtalálható – homológ módon. A háborús uszítás hatásmechanizmusa sokáig vitás kérdés volt, azonban valószínűsíthető, hogy ennek a viselkedésmódnak az alapjai genetikailag programozottak, és nem kizárólag a kulturális evolúció termékei. A kollektív-agresszív lelkesedés eredetileg a közösség védelmére szolgál, azonban gyakori, hogy olyan erős hatást vált ki, mely gyengíti vagy kioltja a fajtársak bántalmazását és megölését tiltó gátlást és más szociális viselkedési normákat. A lelkesedés tárgya az emberi közösségekben lehet konkrét vagy szimbolikus is. A közös ellenségkép felállítása azon alapszik, hogy egy másik csoportról azt állítják, fenyegeti a közösség értékeit (LORENZ 2002: 183–188).

Az agressziót kiváltó meggyőzés vagy lelkesítő beszéd egyik legszemléletesebb példája Adolf Hitler retorikája. Az agresszió fizikai gesztusait szimbolikus mozdulatokkal (mint amilyen a karlendítés) ötvözte beszédei alatt, arcmimikája jellegzetesen tükrözi a kollektív-agresszív lelkesedés jeleit. Frizurája és arcszőrzete olyannyira ikonikussá vált, hogy még azok is felismerik, akik valamilyen agyszerülés vagy betegség miatt egyáltalán nem ismernek fel arcokat. Öltözékén mindig viselte a náciizmus szimbólumát, a horogkeresztet, és egész külsejében a fegyelem, a harciasság és a konformizmus tükröződött – erre tökéletesen megfelelt a katonai egyenruha. Mindezek alátámasztották és felerősítették mondandóját, mely szintén a militarizmus jegyeit hordozta magán. Beszédeiben a legtipikusabb szavak a nemzethez, a harchoz vagy háborúhoz, a győzelemhez és a rendhez kapcsolódtak. A fenyegetettség érzését előszeretettel teremtette meg a nemzet elpusztulásának részletes ecsetelésével, gyakran a közös értékek védelmének fontosságát helyezte a középpontba. Hitler és az ő propagandagépezetért felelős Goebbels az amerikai és angol háborús propagandát tanulmányozták, és ennek alapján hozták létre sajátjukat. Hitler elvei beszédei megkomponálásához részben követték Arisztotelész tanácsait, hiszen elsősorban az érzelmekre igyekezett hatni. A már említett mellékutas meggyőzés volt véleménye szerint a leghatásosabb módszer. A konformizmus és a szerepek vállalása, valamint a parancsoknak való engedelmeskedés pszichológiája tartották fenn a rendszerét – ám nem szabad megfeledkeznünk róla, hogy őt egyszer törvényes és demokratikus módon megválasztották (PRATKANIS–ARONSON 1992: 187–194).

Az agresszió és a meggyőzés egészen más jellegű összefonódását a manipuláció jelenségében figyelhetjük meg. A rábeszélés, a meggyőzés és a manipuláció közötti határok nem választják el élesen ezeket a nyelvi viselkedésmódokat, és az sem tisztázott, pontosan mi is tartozik ezekbe a kategóriákba. Az olyan egyértelműen objektívnek tűnő helyzetek, mint

például a tényközlés, szintén lehetnek befolyásoló jellegűek, és ez sokszor a tudományos elméletekre is igaz (ACZÉL 2009: 198–209). A meggyőzés és a manipuláció fogalmait gyakran még a szakirodalom is következetlenül használja. Amiben biztosak lehetünk, hogy a verbális terrorizáció nyilvánvalóan agresszív, dominanciával kapcsolatos viselkedésformának minősül. A manipuláció és az álnokság is értelmezhető rejtett terrorizálásként egy előfeltételezésekre alapuló kommunikációs modellben. Az ugyanis, hogy kinek milyen háttérinformációi vannak, milyen előfeltevéseket és mentális állapotokat tulajdonít hallgatóinak vagy beszélgetőpartnereinek, és milyen homlokzati stratégiát használ, nemcsak a róla alkotott képet határozzák meg, hanem gyakran a hierarchiában elfoglalt helyét is (HARDER–KOCK 2008: 157–167).

A kialakult hierarchiát egyfajta hatalmat fenntartó nyelvhasználat erősíti meg. Ezt szintén tekinthetjük manipulációnak, illetve domináns viselkedésmódnak az alábbiak alapján. A hierarchia fennmaradása a csoport zavartalan működését szolgálja, amint erre már utaltam a belső viszályok gyengítő hatása kapcsán. A „lefelé” beszéd (tehát a parancsok, utasítások, tiltások, kritika) olyasmi, mint a házityúkoknál megfigyelt csípési rend – az egyedek a hierarchiában alattuk állóba csípnék bele (LORENZ 1999: 164–165). A csókáknál hasonlóképp pontosan kialakult rangsor van, amelyet számos viselkedési minta is jelez illetve tart fenn. Ők – az összezárt tyúkokkal ellentétben – valódi társas lények, és minden egyes egyed pontos rangsorbeli helyzete megállapítható a társaival szembeni viselkedéséből (LORENZ 1983: 71–74). A nyelvhasználat számos különböző módon mutat ezzel analógiát, némelyek nyilvánvalóbbak, mások kevésbé. Jó példa erre a magázó- és a tegezőviszony, illetve a japán nyelvben használatos udvarias illetve egyszerű stílus. Az udvarias stílusnak két fajtája van, az egyik a rangban a beszélő felett állókkal használatos, a másik az alatta állókkal. A presztízs változat használata is hasonlóképp működik: azt, aki a sztenderd nyelvváltozatot beszél, általában pozitívabban (hozzáértőbbnek, szellemileg és társadalmilag fölényesebb helyzetben lévőnek) ítélik meg, mint azokat, akik nem beszélnek ezt a nyelvváltozatot, sőt, gyakran diszkriminálják és lenézik azt, aki valamilyen stigmatizált formát használ.

A nyugati társadalmak berendezkedése ebből a szempontból jóval szabadabbnak tűnik, mint egy totalitárius rendszeré. Általános jogaink a szólás- és sajtószabadság, tehát jogunkban áll kritikával vagy akár trágár jelzőkkel illetni a politikai döntéshozókat, ám ez nem jelenti azt, hogy a hatalmi helyzetek nyelvezete nincs rendszeres használatban. Csupán annyit jelent, hogy nem annyira nyilvánvaló vagy feltűnő ez a beszédmód. Nemcsak a mindennapi udvariasságról van szó, hanem az olyan rejtett elemekről is, amelyek az udvariasság mögött bújnak meg, néha csak a hangszín, a hangsúly, a testbeszéd árulja el őket,

vagy hajszálnyi eltérések a szóhasználatban. A hatalmi helyzetek változnak: például csak az anyakönyvvezetőnek van hatalma hivatalosan összeadni egy párt, még akkor is, ha mondjuk az angol királyi család tagjai. Az ellenőröknek jogukban áll leszállítani a buszról olyan embereket is, akiknek magasabb a végzettségük és jobb az anyagi helyzetük, mint nekik. Egy béketárgyaláson másképp beszél egymással két olyan fél, akiknek nagyjából egyformák az erőviszonyaik, mint olyan felek, akik között nagyobb az eltérés.

ROGER FOWLER „Hatalom” című munkájában a hatalmat úgy definiálja, mint aszimmetrikus viszonyt, illetve olyan képességet, mely mások viselkedésének ellenőrzésére irányul. Változatos viszonyrendszert feltételez, melyet nagyon nehéz modellezni – hiszen a hatalmi helyzetek szempontok és szituációk szerint változnak (lehetnek jogi, anyagi, politikai stb. jellegűek). FOWLER szerint „a hatalmi viszonyok nem természetesek és objektívek; mesterségesek, társadalmilag létrehozott interszubjektív valóságok”. A társadalom felépítésében a hatalommal rendelkezők és nem rendelkezők is részt vesznek, még akkor is, ha a hatalommal rendelkezők szeretnek úgy tenni, mintha ez teljes egészében rajtuk múlna. A társadalmi konstrukció szempontjából a nyelv rendkívül lényeges szerepet játszik: „Eszköz a hatalom és az irányítás területén (valamint a társadalmi és ideológiai struktúra egyéb területein) a fogalmak és viszonyok konszolidálására és manipulálására. Ezt azzal foglalhatjuk össze, ha a nyelvet társadalmi gyakorlatként jellemezzük. Egyrészt arról van szó, hogy meglehetősen szembeötlő módon (parancsokkal, regulákkal stb.) kényszerítik és kihasználják a tekintély és az előjogok fennálló pozícióit; másrészt pedig arról, hogy a nyelv használata folyamatosan létre is hozza azokat a státusokat és szerepeket, melyekre az emberek a hatalom gyakorlásához fűződő igényeiket alapozzák, valamint azokat a státusokat és szerepeket, melyek engedelmeskedést követelnek meg” (2008: 231).

FOWLERrel ellentétben nem látom úgy, hogy a társasnyelvészet figyelmen kívül hagyná azt a tényt, hogy a nyelvhasználat hatalmi szerepeket konstruál például a presztízs- és a stigmatizált változatok révén (ezt az ügynökvizsgálatok is bizonyítják). A nyelv azonban nem feltétlenül „az egyenlőtlenséghez segítséget nyújtó gyakorlat”, ez sokkal inkább igaz a nyelvváltozatokkal kapcsolatos előítéletekre, melyeket nagyrészt a nyelvművelés hatására sajátítunk el. Tény azonban, hogy bizonyos beszédaktusok kimondása hatalmi helyzetekhez kötött, melyek hiányában csupán annyit érünk el, hogy nevetségessé tesszük magunkat, vagy jobb esetben fikciót teremtünk. Bár nem szólnak róla törvények, adott beszédhelyzetben mégis érezzük, hogy mit van jogunk kimondani és mit nem – anélkül, hogy a saját homlokzatunk épségét vagy többet tennénk kockára. A nyelv olyan értelemben nyújthat segítséget az egyenlőtlenséghez, hogy a törvényeket is valamilyen nyelven fogalmazzák meg,

és tagadhatatlanul léteznek a világon kevésbé sikerült, sőt igazságtalan törvények is. Egy vezető pozícióban lévő politikus beszéde vagy egy újságcikk, melyben bizonyos társadalmi csoportok kevésbé jó színben vannak feltüntetve, vagy sértőnek és megalázónak érzik saját magukra nézve, gyakran járhat nem várt következményekkel – az adott csoport kirekesztésével mások által vagy épp közfelháborodással. Gyakran még régóta a pályán lévő politikusok is követnek el ilyen hibákat, ezzel elveszítve lehetséges támogatókat. A hatalom fenntartásában – legyen az bármilyen jellegű – elengedhetetlen az, hogy a közvélemény kedvelje a hatalmon lévőköt, még akkor is, ha egy kevésbé demokratikus rendszerről van szó. Etológiai szempontból ugyanis a társadalmi berendezkedés és az államforma nem bírnak különösebb jelentőséggel, az általánosan tapasztalható viselkedésformák azonban annál inkább.

6. Összefoglalás

Amint az a fentiekből is kitűnik, a meggyőzés folyamata több szempontból is vizsgálható. Ez teszi sokszínűvé és némiképp interdiszciplinárisá a kutatásokat. Nyelvészeti szempontból azért érdekes ez a kérdés, mert az emberi viselkedésben egyébként is nagy szerepet játszó nyelvhasználat az, ami által a meggyőzés megvalósulhat. Nem értelmezhető meggyőzésként például egy fenyegető gesztus vagy erődemonstráció, a fizikai agresszió pedig még kevésbé. Az egyetlen módja, hogy erőszak nélkül rávegyünk valakit valamire, az az, hogy meggyőzzük. Ekkor szabad akaratából fogja végrehajtani azt a cselekedetet, amit mi szeretnénk, hogy végrehajtson.

A meggyőzésnek az emberi közösségek működésében van szerepe. A csoportok fenntartása szempontjából nélkülözhetetlen hierarchia kialakításához az agresszív viselkedés és a csoporton belüli rangsorviták verekedés általi megoldása nem segíthet hozzá. A csoportok méretéből adódóan egyszerűen már nem lenne idő arra, hogy minden ilyen ügyet agresszióval intézzünk el, habár ez nem jelenti az agresszív viselkedés szükségtelen voltát. A kulturális evolúció során azonban kifejlődött a nyelvi úton történő meggyőzés, mellyel időt és energiát takaríthatunk meg – ez a két viselkedésforma nagyjából hasonló módon viszonyul egymáshoz, mint a kurkászás és a pletyka.

Nemcsak a különböző tudományok (mint például a médiatudomány vagy a pszichológia) kutatják a meggyőzés folyamatait és hatásmechanizmusait, hanem a

nyelvtudomány különböző területei is. A meggyőzőskutatás összekötő terület több tudományág között, melyek eredményei jórészt nyelvészeti keretek között is értelmezhetők. Dolgozatomban a nyelvészet mellett nagy hangsúly került az etológia, elsősorban a humánetológia eredményeire. Azok a megfigyelésem bátorítottak erre, hogy a modern nyelvtudomány bizonyos ágai különösen jól illeszkednek a természettudományos keretek közé, és az etológusok előszeretettel utalnak a nyelv jelenségére, mint az ember és állat közötti egyik legjelentősebb különbségre. Sok viselkedéstani munka érinti a nyelvhasználat kérdését, ám ezek korántsem merítik ki a téma lehetőségeit. Úgy véltem, érdemes lenne nyelvészeti szemszögből vizsgálni viselkedéstani kérdéseket, és megkíséreltem a többi tudományág eredményeit is beilleszteni ebbe a keretbe.

Ami az agressziót, a dominanciát és a rangsorrendet illeti, korunk és társadalmunk morális felfogása nem támogatja ezeket a jelenségeket – ám ettől függetlenül a kérdések még jelen vannak, és a genetikailag programozott hajlamokat nehéz erkölcsi megfontolásból kiirtani. A meggyőzés jelensége ezekre a rétegekre rakódott rá. Habár a manipuláció és a befolyásolás bizonyos megnyilvánulásait a közvélemény szintén nem tartja erkölcsösnek, még ebből a szempontból is kevésbé kellemetlen ez a megoldás, mint az egymás elleni fizikai agresszió korlátlan kiélése – a fajfenntartás szempontjából pedig kifejezetten előnyösnek bizonyul. A meggyőzés módjainak kutatása által nemcsak az emberi agy és az emberi viselkedés működéséhez juthatunk közelebb, hanem a kisebb-nagyobb közösségeket összetartó mechanizmusok bonyolult hálójából is megismerhetünk egy részletet.

7. Irodalom

- ACZÉL PETRA (2009): *Új retorika – Közélet, kommunikáció, kampány*. Pozsony.
- ARISZTOTELÉSZ (1982): *Rétorika*. Budapest.
- ARONSON, ELLIOT (2001): *A társas lény*. Budapest.
- AUSTIN, JOHN L. (1990): *Tetten ért szavak*. Budapest.
- CSÁNYI VILMOS (1986): Az emberi agresszió. In: CSÁNYI VILMOS (szerk.): *Agresszió az élővilágban*. Budapest. 167–179.
- DUNBAR, R. I. M. (2004): Gossip in an Evolutionary Perspective. *Review of General Psychology*. URL: http://attach.matita.net/ziorufus/Dunbar_gossip.pdf. letöltve: 2013. 03. 28.
- FOWLER, ROGER (2008): Hatalom. In: SÍKLAKI ISTVÁN (szerk.): *Szóbeli befolyásolás II. – Nyelv és szituáció*. Budapest. 231–255.
- GOFFMAN, ERVING (2008): A homlokzatról. In: SÍKLAKI ISTVÁN (szerk.): *Szóbeli befolyásolás II. – Nyelv és szituáció*. Budapest. 11–37.
- HARDER, PETER–KOCK, CHRISTIAN (2008): Az előfeltevések kudarcának elmélete. In: SÍKLAKI ISTVÁN (szerk.): *Szóbeli befolyásolás I. – Nyelv, gondolkodás, kultúra*. Budapest. 149–171.
- LABOV, WILLIAM (1973): A társadalmi folyamatok tükröződése a nyelvi szerkezetekben. In: SZÉPE GYÖRGY (szerk.): *A nyelvtudomány ma*. Budapest. 509–527.
- LORENZ, KONRAD (1983): *Salamon király gyűrűje*. Budapest.
- LORENZ, KONRAD (1985): *Összehasonlító magatartás-kutatás*. Budapest.
- LORENZ, KONRAD (1999): *Én itt vagyok – Te hol vagy? A nyári lúd etológiája*. Budapest. 157–171.
- LORENZ, KONRAD (2000): *A tükör hátoldala*. Budapest. 471–483.
- LORENZ, KONRAD (2000): *Az agresszió*. Budapest.
- LORENZ, KONRAD (2002): *Ember voltunk hanyatlása*. Budapest. 181–189.

NIETZSCHE, FRIEDRICH (1997): Retorika. In: THOMKA BEÁTA (szerk.): *Az irodalom elméletei* IV. Pécs. 5–51.

O'KEEFE, DANIEL J. (2009): Theories of Persuasion. URL: <http://www.dokeefe.net/publicationlist.html>. Letöltve: 2031. 04. 11.

PRATKANIS, ANTHONY–ELLIOT, ARONSON (1992): *A rábeszélőgépj – Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével*. Budapest.

REBOUL, ANNE–MOESCHLER, JACQUES (2005): *A társalgás cselei*. Budapest.

SEARLE, JOHN R. (2000): *Elme, nyelv és társadalom*. Budapest. 137–163.

SLOANE, THOMAS O. (2001): *Encyclopedia of Rhetoric*. USA.

WACHA IMRE (1994): *A korszerű retorika alapjai I*. Budapest. 19-39.