

KÖNYVISMERTETÉSEK

Elliot Aronson

A TÁRSAS LÉNY

KJK-KERSZÖV

Jogi és Üzleti Kiadó KFT.

Budapest, 2001. 528 p.

A könyv tárgya a szociálpszichológia tudománya, mely a társadalmi és pszichikus jelenségek kölcsönhatásaiból kiindulva vizsgálja, hogy azok mennyire határozzák meg az emberek viselkedését; tanulmányozza, hogy más emberek milyen módon befolyásolják gondolatainkat, érzéseinket és viselkedésünket. Tárja tehát az embereknek egymás véleményére, cselekedeteire gyakorolt hatása, vagyis a társas befolyásolás. A világ első nagyhatású publikáló szociálpszichológusa az ie. 384 és 322 között élt Arisztotelész, híres görög filozófus, Platón tanítványa és Nagy Sándor nevelője. Munkássága átfogta kora természet- és társadalomtudományi ismereteit. A megismerésben kiemelte az érzékelés, tapasztalás és gondolkodás jelentőségét; a logikát a tudományos kutatás eszközének tekintette. Tanítása – Aquinoi Szent Tamás révén – beépült a középkori keresztény skolasztikus filozófiába is. Ie. 328 körül írt Politika című munkájában fejtette ki gondolatait a társas együttélésről; alapvető megállapítása: „...az ember természeténél fogva társas élőlény.”

Innen kölcsönözte az elismert amerikai szociálpszichológus a címét annak a könyvének, amelynek

legújabb – jelentősen módosított, időszzerű példákkal és a társas megismerés témakörével bővített – kiadása most jelent meg. A szerző a tudomány legújabb kutatásai alapján nyújt segítséget a fontos társadalmi problémák megértéséhez és megoldásához. A példákat közel negyvenévi oktatói munkája során szerzett tapasztalatai, elvégzett kísérletei alapján írta le. Könyvének fejezetei a szociálpszichológia meghatározása után: a konformitás, a tömegkommunikáció, a propaganda és a meggyőzés, a társas megismerés, az önigazolás, az emberi agresszió, az előítélet, szeretet, szerelem és személyközi érzékenység, végül a szociálpszichológia mint tudomány.

Áttekintést kapunk a könyvben a konformitás lényegéről, amely valamely személy viselkedésében, véleményében egy másik egyén vagy csoport hatására kialakuló változából áll. A szerző megvizsgálja, hogy mi (jutalom vagy büntetés) motiválja az egyént és mennyire tartós a viselkedése. A társas befolyásolásnak három fajtája különböztethető meg: a behódolás, az zonosulás és az internalizáció. Közülük az elsőt annak a személynek a viselkedése jellemzi, akit a jutalom elnyerése vagy a büntetés elkerülése motivál. Az azonosulást az teszi lehetővé, hogy a befolyásolás alanya olyan szeretne lenni, mint a befolyásoló. Valamely vélekedés internalizálásának motívuma az igazságra való törekvés; a megbízható és hozzáértő személy véleményét elfogadva azt saját értékrendszerünkbe építjük be.

A szerző példák sorozatával világítja meg a tömegkommunikációnak, a propagandának és a meggyőzésnek az egyes személyekre gyakorolt különböző hatását. A kommunikáció sikere a hitelességen, a megbízhatóságon és a vonzerőn alapul. Kérdés az, hogy az emberek végiggondolják-e, feldolgozzák-e a kapott fontos üzeneteket. Az eredményességet döntően befolyásolják a közlés befogadjának sajátosságai. Vannak, akiket nehéz meggyőzni; egy közlés hatással lehet az egyik emberre, míg a másíknál hatástalan maradhat, az önértékelés és a tapasztalat is közrejátszhat ebben. Az emberi gondolkodás nem mindig logikus; a helyes értékeléshez meg kell érteni a bonyolult emberi gondolkodást, és azokat a motívumokat, amelyek az embereket a változtatással szembeni ellenállásra ösztönzik.

A társas megismerés keretében szó van – többek között – arról, hogy fontos döntéseink múlnak azon, hogy hogyan építjük fel társas világunkat, és miképp adunk értelmet neki. Minden ítélet relatív; egy személyről vagy tárgyról kialakított gondolkodásunk a környezeti hatásoktól függ. A társas megismerésben fontos szerepet játszik az emlékezés is, mert mindenre nem emlékezhetünk pontosan. Arról is olvashatunk, hogy értékelésünk és vélekedésünk hogyan alakul ki a társas információk hatására. Az önmagunkról alkotott felfogásunk lényegesen befolyásolja társas megismerésünket. Így például az egocentrikus gondolkodású személy önmagát inkább az események középpontjába helyezi annál,

ahol valójában van vagy volt. „... nemcsak a világ vezető politikusai azok, akik abban hisznek, hogy uralni tudják az eseményeket.”

Mindenképpen szeretnénk magunkat jó, értelmes embernek látni; ez az öngazolás jelensége. Amikor valaki valamit tesz, megpróbálja ömagát (és másokat) meggyőzni arról, hogy cselekedete logikus és ésszerű. Ezt azért teszi, hogy fenn tarthassa önértékelését. Az emberek nem szeretnek olyat látni vagy hallani, ami ellentétben áll a hiedelmekkel, a kívánságaikkal. Ez megakadályozhatja őket abban, hogy fontos tényeket tudomásul vegyenek vagy problémáikra valóságos megoldást találjanak. Az ember öngazolási szükségletének szerteágazó következményei vannak, amit a könyvben bemutatott példák igazolnak. E példák azt is bizonyítják, hogy a már meghozott döntést viszonylag nehéz megváltoztatni.

Az agresszív cselekvés olyan szándékos viselkedés, amely másoknak fizikai vagy lelki szenvedést okoz; az utóbbi időben számtalan példáját láthattuk annak, hogy mennyiféle agressziót követnek el az emberek társaik ellen. Ösztönös-e az agresszió vagy nem? – A kérdésre nem adható egyértelmű válasz. A szerző azt vizsgálta, hogy az agressziók csökkentik-e a további agressziók szükségletét; a bizonyítékok itt sem egyértelműek. Az erőszakos cselekedetet követően beindulnak a támadást igazoló motivációs késztetések. Sokféle oka lehet az agressciónak; az erőszak azonban szinte mindig erőszakot vált ki, sokszor még túlzottan is. A továbbiakban az erőszak mérséklésének lehetőségeiről olvashatunk ebben a fejezetben.

A negatív előítélet olyan ellenséges magatartás valamely csoporttal szemben, amely téves vagy nem

információkon alapul, feltételezve, hogy a csoportba tartozók mind azonos tulajdonságokkal rendelkeznek. Képet kapunk az előítéletek keletkezéséről, okairól, tudományos megközelítésükről, rejtett hatásairól. A szerző kifejti, hogy a médiának és a konformitásnak milyen fontos szerepe van az előítéletek fenntartásában, s részletesen beszámol arról, hogy hogyan szüntethetők meg az előítéletek például az iskolában. Itt az első lépés az elkülönítés megszüntetése, ez azonban még nem elég. Közös együttműködést kell kialakítani, olyan kölcsönös függést, amelyben az egyénnek szüksége van másokra és a többieknek szükségük van rá ahhoz, hogy a célt elérjék.

A könyv 8. fejezete az emberek közötti rokonszenv, vonzalom, szeretet és szerelem kialakulásának kérdéseivel foglalkozik. Szó van itt a dicséret és kritika hatásairól, a rokonszenvet és egyéb érzelmeket kiváltó személyes tulajdonságokról, a hasonlóság és a vonzódás összefüggéseiről, valamint az önértékelés és elismerés szerepéről, a barátság és szerelem kialakulásának sokszínű jelenségeiről. A hatékony kommunikációhoz feltétlenül fontos, hogy a felek nyíltan és közvetlenül fejezzék ki érzéseiket. A gyakorlás sokat segíthet; lehetővé teszi, hogy a hatékony kommunikáció során nyert ismereteink a közvetlen családi és baráti körön kívülálló emberekkel folytatott érintkezéseinket is jó irányban befolyásolják.

Végül ahhoz kapunk útmutatást a könyvben, hogy hogyan kell tudományosan gondolkodni a társas világunkban végbemenő eseményekről. E tudományos folyamat lépései: a megfigyelés, az összefüggések keresése, a feltevésünknek kísérlettel való alátámasztása.

Képet kapunk egy kísérlet megtervezéséről, és a kísérlet valószerűségéről, a társas lény gondolkodását, viselkedését, pontosabb megismerését, a keletkező konfliktusok okainak felderítését részletesen elemző könyvben.

Rubóczky István

Heidrich Balázs

SZERVEZETI KULTÚRA ÉS INTERKULTURÁLIS MENEDZSMENT

Human Telex Consulting KFT.
Budapest, 2001. 170 p.

A szervezeti, vállalati kultúra csak a közelmúlt század nyolcvanas éveinek elején került a vezetéstudomány előterébe, annak ellenére, hogy mindig is működött, csak nem fordítottak rá elég figyelmet. Fontossága a japán vállalatok hatalmas sikerei nyomán tűnt ki, amelyeket a történelmi múltnak, a gazdaságba is beépülő kulturális értékeknek az állandóan és egyre gyorsabb ütemben változó környezethez való alkalmazkodásával értek el. Ezek felismerését követően tömegesen jelentek meg Amerikában a vállalati kultúrával foglalkozó cikkek és szakkönyvek, amelyekben a szerzők a fogalmakat különbözőképpen határozták meg. Ezt többek közt az is befolyásolta, hogy a kialakult gyakorlatot csak elkésve követték az elméleti megközelítések. A könyvben a meghatározások bemutatása után a