

TÓTH Attiláné

Egyén – csoport – társadalom

Megfontolások Rushkoff és Gladwell nyomán



Korunk modern társadalmának egyik legfontosabb jellemzője, hogy az egyének képesek kialakítani saját életüket, értékeiket, helyüket a társadalomban, mert erre más társadalmi meghatározottságok lehetőséget adnak. A klasszikus csoporttagozódás felbomlott, sem a családi, sem más társadalmi kötelek nem elég erősek ahhoz, hogy áthághatatlan korlátok közé szorítsák az egyént. Ez a tendencia azt jelenti, hogy bár most is működnek a csoportkötelek, nem végérvényesen kötik meg az egyént, ám hatásuk így is jelentős lehet. A születési helyet és csoportot az egyén akkor tudja meghaladni, ha tisztában van helyzetével, lehetőségeivel, és tudja, mi a célja.

Lehetőségünk van tehát új csoportot, új köteleket keresni és találni. Ebben az anyagi, jogi alapokon túl a társadalom olyan szabályozókat is biztosít, amelyek ezeknél néha sokkal erősebbnek mutatkoznak, mint a szokások, sztereotípiák, hagyományok, amelyek évszázados tapasztalatokat, gyakorlatot tudnak maguk mögött. Ezeket áttörni roppant nehéz, elszántság és akaraterő kell hozzá.

Egyre többen tanulnak rendszeresen, szervezett formában a klasszikus iskoláztatási időn túl, mert változtatni akarnak munkájukon, szélesíteni akarják lehetőségeiket. Egyre lazább lesz a helyhez kötöttség is. A munkahely megválasztására nagyobb területek állnak rendelkezésre, szinte az egész világ nyitva áll a munkavállaló előtt, csak el kell fogadnia, hogy eredeti kapcsolatait esetleges-

sé válhatnak, talán meg is szűnnek. A házasságot sem tartja mindenki megkerülhetetlennek. Az együttélés különböző formái alakulnak ki, amelyekben a felek különböző erősségű egymáshoz kötöttséget vállalnak. Mások ezt tartósan nem vállalják, sőt kialakult egy széles réteg, amely saját céljainak megvalósítása érdekében sokáig egyedül él. Sokasodnak viszont a rövidebb vagy hosszabb ideig tartó, egy vagy több tagot tartalmazó baráti közösségek. Ezzel világossá válik, hogy az egyének életét, társaságát, közösségét, véleményét befolyásolók a korosztályukból kerülnek ki. A meglazult kapcsolatok nem csak a távolságot igénylők életére hatnak, hanem minden generációra, vagyis a gyermekekre és az idősekre is, ők is leginkább a korosztályuk tagjait keresik, hozzájuk alkalmazkodnak.

Mindezekkel összefüggésben két következményt kell megemlítenünk. Elsőként azt, hogy ez a szemlélet nem marad meg a csoportok világában, hanem kiterjed a gazdasági életre is. A megváltozott kapcsolatrendszer új értékeket képvisel, ezzel új életforma jár együtt, ami az igényeket is megváltoztatja. A gazdaságnak ki kell elégítenie az új igényeket és ezt meg is teszi. A kereskedelem és a szolgáltatások alkalmazkodtak és alkalmazkodnak a most kikristályosodó életformákhoz.

A másik következmény, hogy a társadalmaknak meg kell tanulniuk az új embertípus irányítását, társadalommá szervezését. A jövőben, akár ötven évre előre is azt mond-



hatjuk, hogy a lakosság különböző eredetű, különböző gyökerekkel rendelkező egyenéből áll majd, olyanokból, akiknek származása nem köthető a jelenlegi tartózkodási helyükhöz. Más a kultúrájuk és vallásuk (ha ezek különbözősége még lehetséges), mások az erkölcsi értékeik, vagy legalább a fontosnak tartott viselkedési kódexük.

Douglas Rushkoff *Jelensokk* című könyvének alcíme mutat rá arra, hogy a fentieket mélyebb, a társadalmi kapcsolatok mögött zajló események, folyamatok támogatják. A kötet alcíme: *Amikor minden most történik*. A szerző így exponálja a problémát: „Társadalmunk a jelen pillanatra összpontosít. Minden valós időben, élőben történik, és folyton készenléti állapotban van. Nem egyszerűen felgyorsulásról van szó, még ha életstílusunk és technológiánk fel is gyorsította a tempót, ahogyan a dolgainkat végrehajtani próbáljuk. Inkább azt mondhatnánk, hogy mindaz, ami nem éppen most történik, egyre inkább veszít jelentőségéből, miközben mindaz, ami állítólag éppen most zajlik, elborít bennünket.”¹

A könyv tanulsága szerint a legfontosabb számunkra, amikor már egyedül vagyunk (klasszikus kötöttségek nélkül), hogy jelen legyünk az éppen most zajló folyamatokban, ott, ahol *most* történnek az események, hogy tudjunk arról, ami történik éppen *most bárhol* a világban. Nem elsősorban a *felgyorsult* világról van szó, bár az is okozhatna sokkot, erről írt annak idején Toffler a *Jövősokk* című könyvében.² A jelenlét vágya, sőt igénye persze csak ezen a technikai fejlettségen merülhet fel, de annál mégis több. Ez nem alkalmazkodás, hanem belső igény.

A különbség megértése érdekében álljon itt a könyvben található legrövidebb sztori: „A lány egy manhattani bárban mulatja az időt, az Upper East Side-on, de mintha észre sem venné a körülötte örvénylő zenét és a srácokat. Nem is törődik a forgataggal, telefonján a város más helyein levő barátaitól érkezett SMS-eket böngésszi. Tudni akarja, vajon ott van-e, ahol lennie kell, vagy eset-

leg adódik valami jobb esemény is, valahol máshol, éppen abban a pillanatban. A képernyő felvillanása felkelti az érdeklődését, másodpercekkel később pedig barátaival már az East Village felé hajtanak, taxival. Megérkezik egy szinte ugyanolyan buliba, és már nincs kétsége, „ez az a hely, ahol lennie kell”, mégsem adja át magát a hangulatnak, hanem a telefonján levő kamerával mást sem tesz a következő órában, csak képeket készít magáról és barátairól – és azonnal fel is tölti a világhálóra, hogy mindenki láthassa őt az adott pillanatban”³

A fiatal lány történetéből figyeljünk fel arra, hogy a két hely közül egyikén sem érzi jól magát, mert elfoglalja a ’jelen lenni’ törekvése, ráadásul a jó helyen való jelenlét megszervezése, majd az, hogy azt a hírt, hogy ő a legjobb helyen van, mindenkivel tudassa. Hogy milyen alapon állapítja meg, jó helyen van-e, az bizonytalan, ugyanis egyiket sem „lakja be”, arra nem ér rá. Nem az a fontos tehát, hogy ő jól érezze magát, hanem az, hogy elismert helyen legyen, és ezt mindenki tudja, vagyis azok közé tartozzon, akiket a reklámok így neveznek „akik számítanak”. Tehát ott legyen ahol ők, az ismerőseiből, a korosztályából verbuválódott társaságban, éppen most, amikor a buli éppen van, történik. Erős a törekvése, hogy részese legyen az éppen zajló eseménynek, hogy elcsípje a tovatűnő pillanatot.

A könyvben számos hasonló történetet olvashatunk, mind a pillanat megfogásának igényéről szól. A fülünkre ragasztott telefonnal vásárolunk, utazunk, eszünk (sőt beszélgetünk is), mert mindent szeretnénk tudni mindenkiről, éppen most. Utazáskor előfordul, hogy a mellettem ülő telefonbeszélgetését kell hallgatnom, mindig megdöbben, hogy nincs szó semmi fontosról, csak arról, hogy a másik éppen most mit csinál, hol vásárol és mit vesz, vett, annak milyen a színe stb.

A ’most’ megélésére való törekvés rengeteg időt és szellemi munkát kíván. Másra nincs idő, nem jut energia. Nem érünk rá



gondolkozni az összefüggéseken, azon, amit a munkahelyünkön majd holnap tenni kell, arról, hogy hogyan segítsünk a gyerekek a matekban, vagy súlyosabb problémákat hogyan oldjunk meg. Már nemcsak az a baj, hogy teljes erőnkkel a mában élünk, hanem az is, hogy azt a lehető legfelszínesebben, igénytelenül tesszük.

A fiatal lány a fenti történetben észre sem vette a körülötte kavargó eseményeket, amikor a másik helyre érkezett, ott sem a program érdekelte, vagy annak minősítése. Nem azért ment egy másik helyre, mert az elsón nem volt megelégedve a minőséggel. Nincs szükség véleményalkotásra, a megélés, a jelen levés ténye sokkal fontosabbá válik. Az események értékelése, a múltbeli történetekkel való összevetése, minősítése háttérbe szorul a jelenlévés fontossága miatt. Ebből következően igénytelenség árasztja el az élet minden területét. Ez a média számára nagy szerencse, mert a néző megelégszik egy őt, a menyasszonyi ruháját, a lakását stb. dicsérő műsorral, a mostani vetélkedők éppen mostani nyerteseinek bemutatásával, a valóságshow programokkal, a reklámok biztató hangulatával. Ezek senkitől sem kívánnak megerőltetést, a készítőtől és a nézőktől sem. (Sok ilyen műsort ismertet a könyv is.) Sajnos az igénytelenség kényelmes, ezért úgy viselkedik, mint a járvány, árad, terjed, gyarapszik, és általánosan jellemzővé válik. Az igénytelen társadalom nem sok jót várhat saját gazdasági életétől.

A *jelen* központba helyezése azért is kérdéses, mert jelen nincs. Amikor éppen megélni véljük, már el is múlt és az került előtérbe, amit az előbb még jövőnek tekintettünk. A tájékozódás miatt mi nevezünk ki a jelent (az „itt és most”-ot) létezőnek, pedig az csak a folyamat múlt pillanata. A jelenhez való ragaszkodás háttérbe szorítja a múlt és a jövő közötti kapcsolatot. Ha ragaszkodunk a jelen nagyszerűségéhez és megismételhetetlenségéhez (ami igaz, persze), és egyediségének megéléséhez, akkor a múltat nem tartjuk fontosnak. A jelen imádatnak

ez súlyos következménye. A jelent csak a múlttal együtt lehet megélni. Csak ebben az esetben derülne ki, hogy miért nem szereti a fiatal lány az első bulizó helyet (mert rossz emlékei vannak, mert hasonlít egy régen ismert lepukkant kocsmához stb.) vagy azért nem szereti, mert többre vágyik, valamire, amit majd ezután fog megvalósítani. A jelencentrikusság megakadályozza, hogy jövőcentrikusak legyünk, ami pedig nélkülözhetetlen az egész társadalom jövője szempontjából. Ahhoz, hogy a jövő megfelelően alakuljon, mindannyiunk jövőorientáltságára szükség van. El kell tehát szakadni a jelentől, azt átmenetként kell megélni. Mindenkinek észre kell vennie, hogy az „élj a jelennek” biztatás csalárd lehetőséggel kecsegtet.

Malcolm Gladwell *Fordulópont* című könyvében⁴ azzal foglalkozik, hogy bizonyos egyszerű folyamatok hogyan válnak nagy tömegeket vonzóvá, amelyben sokan érzik úgy, hogy ez az esemény az övék, s ők ebben részt akarnak venni. Az eredeti angol cím (*Tipping Point*) csak annyiban utal a fordulóra, hogy magában a létező eseményben történik valami változás, amelynek sodrása hirtelen megváltozik, és szinte kényszerít a csatlakozásra. Tagadhatatlan, hogy (elméletileg) magányosan élő (az egyéni életbe zárkozó) és jelenhez kötődő ember számára ilyen folyamatokra, sodrásokra szükség van, hogy részt tudjon venni a társadalom életében.

Gladwell könyve a menedzserek számára nélkülözhetetlen ismereteket tartalmaz. Az ő feladatuk, hogy eladják a terméket, a szolgáltatást, a rendezvényt, ehhez tudniuk kell, hogyan növelhetik az esélyeiket, hogyan válhatnak sikeressé, hogyan gyorsíthatják fel a csendes folyamatokat, hogyan mozgathatják meg az embereket, hogyan érhetik el az ő ajánlatuk, ötletük sikerét. A szerző e változásokat *járvánnyá válásnak* nevezi. Egy egyszerű eseményből hirtelen, rövid idő alatt születik a járvány. A könyv egyik esetét idézve: egy cipő átlagos ajánlatként szerepelt a piacon, a termelő már ki is akarta vonni a forgalomból, amikor hirtelen annyi megren-



delést kapott, ami miatt érdemes volt a termelést újból megindítani, sőt modernizálni. Mi történhetett? Az adott cipőtípus hordása járvánnyá vált. Milyen jó lenne egy-egy megmozdulásból (környezetvédelem, kulturális esemény stb.) járványt előidézni! A könyv ennek módját kutatja, és mert nem krimiről van szó, nyugodtan megmondhatjuk: nem találja meg az általános és biztos módszert, de a járvánnyá vált eseményeket elemezve ad néhány kapaszkodót.

Ahhoz, hogy valamely jelenség ne vesszen bele az érdektelenségbe, három tényező szükséges. Az első a *kis számok törvénye*. A szerző szerint minden társadalmi esemény népszerűsége, preferáltsága összefügg azzal, hogy részt vesznek-e benne ismert, elismert emberek, társadalmi szereplők, „arcok”. Egy jelentős ember maga is elérheti, hogy a szégyeneket támogató alapítványhoz több pénz érkezzon, mint a másikhoz. Egy jól kiválasztott népszerű színésznő, színész nagyobb jövedelmet idézhet elő a kozmetikai cégnél. A feladat a megfelelő személyiség megtalálása, bár nem tudjuk, hogy mi tesz valakit azzá. Ezt nevezi a szerző a *kis számok törvényének*.

Az alkalmas személyek három területen mutathatják ki hatásukat. Mint *összekötők*, azzal hatnak pozitívan, hogy nagy társadalmi kapcsolatrendszerrel bírnak. Amerikai tapasztalatok szerint (de ehhez hasonló megállapítást itthon is tehetünk) a munkavállalók 66%-a a kapcsolati háló révén találja meg munkahelyét. A társadalom nagy rendszerében magára maradt egyén könnyebben elfogadja az ajánlást, ha az általa is ismert személytől származik.

A második szerep a *sokat tudó*, aki nem szakember, hanem valamilyen érzelmi szál vezette el a terület ismeretéhez. Például jól ismeri a gyógyszerek hatását, mert érdekli a szervezet működése és a befolyásolás lehetősége. Mindent tud az autóról, mert már gyermekkor óta „autóbolond” stb. Nem a termék eladását akarja segíteni, hanem a vásárlót akarja helyesen tájékoztatni. Ettől lesz

a véleménye fontos számunkra, ő a rábeszélő vagy lebeszélő ember. Hatására részt veszünk egy mozgalomban, segítünk egy alapítványt, támogatunk egy kezdeményezést stb.

Az *összekötő* és a *sokat tudó* mellett jelentős hatása lehet az *ügynöknek*, de csak akkor, ha őszintén, hitelesen képviseli a mi érdekeinket is. Ők „hárman” kiközökenthetik az embereket a jelen imádatból, a görcsös jelenhez kötődésből, ha megfelelő ajánlatokat tesznek, ha ezek az ajánlatok követőkre lelnek, akikhez csatlakozni lehet. A folyamat felgyorsulása egy adott pillanatban következik be és azután járvánnyá válik – ahogy a szerző minősíti. A járványok pedig társadalmi és gazdasági tevékenységek esetében is úgy működnek, mint az egészségügyben: kitérnek, rohannak, terjednek, növekednek, majd elülnek – rövidebb vagy sok esetben igen rövid idő alatt – és felejtés vár rájuk, mert helyüket új járványok foglalják el. Ez a magányos ember befolyásolásának legjobb, legeredményesebb módszere.

Malcolm Gladwell és Douglas Rushkoff könyvei a modern társadalomban egyedül „bolyongó” emberre gyakorolt hatásokról, a hatások közötti választásokról szólnak. Elősegítik annak megértését, hogy mi történik körülöttünk, hogy saját életünknek aktív szereplői lehessünk.

Jegyzetek

- 1 Douglas Rushkoff: *Jelensokk*. Amikor minden most történik. HVG Kiadó, Budapest, 2014. 12. o.
- 2 Alvin Toffler: *Future Shock*. Bantam Books, New York, 1971.
- 3 Douglas Rushkoff: *Jelensokk*, i. m. 11–12. o.
- 4 Malcolm Gladwell: *Fordulópont*. Ahol a kis különbségek nagy változás lesz. HVG Kiadó, Budapest, 2007.