



# ÚJRAKEZDÉS KARAKTER- GYILKOSSÁG UTÁN



Szarvas György

*Noha a karaktergyilkosságot elsősorban a közülethez, azon belül is a politikához kapcsoljuk, valójában nincs olyan kitüntetett területe a társadalmi együttélésnek, ahol a szándékos lejáratás ne fordulhatna elő. Böhm Kornél kríziskommunikációs tanácsadó *Karaktergyilkosság – Lejáratás a gúnynévtől az álhíríg* című frissen megjelent könyvéről a szerzővel beszélgettünk.*

**A** fair play díjért sosincs akkora tülekedés, mint az első helyért – írja könyve ajánlójában. Valóban ennire rossz a helyzet?

– Nem gondolom, hogy rosszabbak volnánk, mint elődeink voltak. A kitűzött cél, az ambíció arra sarkallhatja az embert, hogy adott esetben morálisan felmentse magát olyankor is, ha tiltott, kulturálisan megvetett eszközt vet be. Kétségtelen, hogy pusztán a fair play kedvéért nem szállna versenybe senki. Az arany szebben csillog. Sőt, az ezüst és a bronz is. A karaktergyilkosság fogalomként talán viszonylag új, kommunikációs eszközként azonban ősrégi. A célom, hogy mindazok, akik elolvassák a kötetet, képessé váljanak arra, hogy felismerjék az ilyen helyzeteket.

**Mi tartozik a karaktergyilkosságok körébe?**

– A karaktergyilkosság egyszerre utalhat magára a cselekményre és annak következményére is, tehát a meghatározás szintjén a folyamatot nem különböztetjük meg az eredménytől. A definíció alappillérei a szándékosság, a következetesség és a célorientáltság, hogy a megtámadott fél jó hírnevét aláássák, hitelességét kétségbe vonják. Előfordul az is, hogy a cél nem is artikulált, nem egészen direkt, mégis szisztematikusan hajtják végre a támadássorozatot. Egy szellemes amerikai megfogalmazás ezt fogkrémtubus-teóriának hívja: a már üresnek tűnő tubusból is ki lehet valamit csikarni, ha kellően nyomkodják, csavargatják.

**Mit tehet a megtámadott?**

– Feltétlenül kríziskommunikációra lesz szükségessége. Elsődleges célja, hogy a károkat csökkentse, próbálja megakadályozni, hogy a hírnév végzetes léket kapjon, vagy átgondolt stratégia mentén a megtépázott reputációt helyrehozza.

**Ki van kitéve karaktergyilkosságnak?**

– Bárkit érhet a hírnevét veszélyeztető támadás. Legyen szó a legszűkebb családi körben egy rosszulmúlatú nagynéniről, egy énektanárt megsemmisítő diákcsinysorozatról, a sportletről, a kulturális szféráról, egyházak titkos belső világáról vagy az üzleti életről, tényleg nincsen olyan kitüntetett területe a társadalmi együttélésnek, ahol a szándékos lejáratás ne fordulhatna elő. Hogy ez milyen mértékű nyilvánosságot kap, mennyi embert mozgat meg, hány befogadóhoz jut el, az már nyilván

„Gyakori, hogy egy szakterületen reputációját vesztő ember máshol kezd karrierépítésbe.”

azon múlik, mekkora az adott személy hatóköre, vagy hány másik ember életét érinti az áldozat sorsa. Az üzleti életben sem ritka a jó hírnév csorbítására történő törekvés, hiszen hatalmas érdekellentétek lehetnek.

**Milyen káros hatásai lehetnek annak, ha karaktergyilkosság áldozata lesz egy vállalkozó?**

– Békeidőben talán bele sem gondolunk, a személyes márkánk, reputációnk mekkora érték. A nagy márkák per sze már túl vannak ezen, hiszen a levédett logót, színvilágot, és minden egyéb attribútumot beleszámolják a

**Bóhm Kornél:** „Brutális mélységű, mellbevágó mennyiségű és felfoghatatlan sebességű negatív információ sodorhatja el az áldozat jó hírnevét”



Fotó: Reviczky Zsolt

könyv szerinti értékbe, nyilvántartják tehát, mennyit ér a piacon a brand. Egy cégvezető, üzletember personal brandje ilyen módon természetesen nem kimutatható, de amikor sérül a hírnév, a kár rögtön szembeötlő. Végtelen a sor, hogy mi minden megy a kukába a hitelesség megrendülésével. Szakmai kapcsolatok tűnnek el, már zsebben érzett megbízások illannak el kámforként, megritkulnak a baráti meghívások, kávézások, sörözések, összesűgnak az ember háta mögött. A stigma, ami rákerül egy üzletemberre, ellehetetlenítheti az egész vállalkozói létét.

### **Mi a helyzet a munkahelyi karaktergyilkosságokkal, a szervezeten belüli lejáratással?**

– A szervezeten belüli furkálódások sok keserűséget okozhatnak, és érdemben tudják gátolni az egyébként tehetős munkavállaló szakmai előmenetelét. A veszélyek felbukkanásakor, de még sokkal inkább a kockázatok megelőzésére, a szervezet vezetésének határozott lépéseket kell tennie. A legszerencsésebb persze, ha a cég már a toborzáskor képes kiszűrni a toxikus jelentkezőket, akik megmérgezhetik a munkahelyi légkört. A vállalati kultúra, noha megfoghatatlan fogalom, mégis jelen van, mindenki érzékeli, képes jellemezni: egy egészséges vállalati kultúra kiveti magából a karaktergyilkosságra hajlamos munkatársakat. És akkor ott van még a fizikai formában létező etikai kódex, magatartási elvárások gyűjteménye vagy a vállalati forródrót, zöld szám, amin panaszt tehet bárki, aki a kóros folyamatot érzékeli. Nem beszélve azokról a készségfejlesztő képzésekről, érzékenyítésről, vezetői készségek erősítését segítő tréningekről, amelyek együttesen abba az irányba hajthatják a szervezetet, hogy minél kevésbé maradjon tér a vállalatban belüli ellehetetlenítésre.

### **Van egy érdekes kifejezés a könyvében: az egyik fejezet címe fiasco vortex. Úgy hangzik, mint egy átok a Harry Potterből.**

– Aki benne van, éppenséggel érezheti átoknak, vagy inkább elátkozottnak magát. A kifejezés egy amerikai kríziskommunikációs szakembertől, *Eric Dezenhall*tól származik, aki három negatív folyamatnak az eredőjét érti ez alatt. Azt mondja, a modernkori karaktergyilkosságok hatékonyságát egyfelől az támogatja, hogy az információáramlás minden korábbinál gyorsabb, másfelől pedig az, hogy ez a szédületes terjedési sebesség egyúttal döbbenetes mennyiségű információ áramlását is jelenti. A harmadik folyamat viszont nem tekinthető igazán újnak, ez egy ősi jellemzője az emberi társadalmaknak, jelesül a rosszindulat, a gonoszság ereje. Magyarán brutális mélységű, mellbevágó mennyiségű és felfoghatatlan sebességű negatív információ sodorhatja el az áldozat jó hírnevét, ez a fajta információs lavina, sárcunami tehát a fiasco vortex. Ennek kivédése kihívásokkal teli.

### **Mindannyian védtelenek vagyunk. De tehetetlenek is?**

– Nem kell lábhoz tett fegyverrel hősi halált halni egy karaktergyilkossági kísérlet következtében, hiszen vannak olyan kommunikációs eszközök, eljárások, amelyek segítenek vagy segíthetnek a védekezésben. De ez nem a fair play világa, nem nemes küzdelem, ahol nyílt sakkal csapnak össze a felek, különösen nem előre egyeztetett

fegyvernemben és a lovagi törvénykönyvek szabályainak messzemenő figyelembevétele szerint. A könyvben kísérletet teszek arra, hogy számba vegyem a védekezési lehetőségeket. A stratégia attól is függ, hogy a nyíltan vagy burkoltan megfogalmazott vádpontoknak egyébként van-e valóságalapjuk. Fontos azonban látni: a karaktergyilkosság, ahogy általánosságban a negatív kampányok, kétélű fegyver, a támadót is megsebezheti.

### **Végre, valami biztató!**

– Sokan tanulmányozzák, milyen körülállások segítenek abban, hogy egy támadás leperegjen valakiről, vagy van-e valamilyen közös vonása azoknak az eseteknek, amikor a támadás bumeráng módjára a támadót vágja kupán. Jellegzetes formája ennek például az úgynevezett áldozatszindróma, vagy az emberi hatás, amikor az áldozat irányában érzett empátia erősebb lesz, mint a támadás által kiváltani vágyott ellenszenv, és a közvélemény a támadót bünteti meg. Emblematikus példa az 1993-as kanadai választáson induló Jean Chrétien esete, aki egy korábbi súlyos betegség miatt féloldali arcbénulásban szenvedett, ellenlábassai pedig torz arcmásával kampányoltak, mondván, egy miniszterelnök nem nézhet ki így. A sérült emberen élcelődő kampány visszafelé sült el, és Chrétien pártja messze a várakozásokon felül szerepelt. Ennél kevésbé fennkölt, de gyakori jelenség a páros összehasonlítás is. Ha a támadót és a megtámadottat kölcsönösen agresszornak tekinti a közvélemény, a támadó fél nem tud előnyt szerezni, még akkor sem, ha egyébként releváns üggyel próbálkozik.

### **Mit tehet az üzletember, ha révbe ér a fiasco vortex, és megsemmisít egy már felépített énmárkát?**

– Egy biztos: nem ugyanonnan folytatódik az élete, ahol a támadás előtt tartott. A támadás hozzátapad a vállalkozó hírnevéhez, sokan fognak emlékezni az Ügyre. Súlyos veszteségeket, üzleti jellegűeket és személyeseket, kell elkönyvelnie, és vissza kell nyernie a lelki stabilitását, elszántságát, energiáját. Az a tanácsom az ilyen esetekre, hogy készítsünk leltárt, mi az, ami fölött még rendelkezünk: megmaradt kapcsolatrendszer, támogatók, barátok. Gondoljuk végig, milyen üzleti megállapodásaink maradtak érvényben, milyen erősségeink, milyen lehetőségeink vannak. Nem ördögtől való segítséget kérni, egy coach, pszichológus vagy énmárkaszakértő érvényes szempontokat világíthat meg. De a játékba lendülés nemegyszer már egy másik pályán történik. Gyakori, hogy egy szakterületen reputációját veszítő ember máshol kezd karrierépítésbe. /