

Ta'sir psixologiyasi Robert Chaldini pdf-ni o'qiydi. Ta'sir psixologiyasi: qanday qilib ishontirishni va muvaffaqiyatga erishishni o'rganish

Hayoti davomida odamlar bir necha marta boshqalarning ta'siriga duch kelishadi. Ular o'zlarining xatti-harakatlari va qarorlari o'zlarining fikrlari samarasi ekanligiga soddalik bilan ishonib, bu o'jar haqiqatni payqamaslikka harakat qiladilar. Biroq, juda hiyla-nayrang va noaniq nayranglar odamni bu yoki boshqa harakatlar qilishga undaydi. Agar siz ularni bilsangiz, xato qilolmaysiz va har doim o'z manfaati uchun harakat qilasiz.

Ta'sir psixologiyasi nima?

Ta'sir psixologiyasi psixologik usullardan foydalangan holda, boshqa odamning fikrlashi va xatti-harakatlariga ta'sir qiladi. Maxsus texnikalar yordamida odamlar o'z maqsadlariga erishish uchun jamiyatning bir yoki bir nechta a'zolariga ta'sir qiladilar. Masalan, moddiy foyda olish, ehtiyojlarni qondirish, jamiyatdagi mavqeini mustahkamlash, ma'qullash.

To'g'ri, jamiyatda yashash, fuqarolarga jamiyatdagi o'zini tutish qoidalari, boshqalarning fikri ta'sir qiladi. Shaxslar o'z qadriyatlariga ega, ular asosida ular boshqa odamlar bilan munosabatlarni quradilar va boshqa odamlarning harakatlarini baholaydilar. Shunday qilib, har bir shaxs nafaqat jamiyatning boshqa a'zolarining ta'sirini sezadi, balki ularga ta'sir qiladi.

Robert Cialdini ta'siri psixologiyasiga oid eng yaxshi kitob

Qanday qilib manipulyatorlar tarmog'iga qo'shilmaslik, taniqli amerikalik psixoterapevt Robert Cialdini kitobini batafsil aytib beradi. Asar oddiy o'quvchi uchun mo'ljallangan. Kitobda ko'plab iqtiboslar, muallifning shaxsiy kuzatuvlari mavjud. Bu ko'plab psixologik tadqiqotlar natijalariga asoslangan jiddiy ilmiy ish. Robert Chaldinining "Ta'sir psixologiyasi" kitobini Internetda va mutlaqo bepul o'qish mumkin.

Kirish

Odamlar ko'pincha xayriya ishlariga pul berish yoki kerak bo'lmagan jurnallarga obuna bo'lishni so'rab murojaat qilishadi. Ma'lum bo'lishicha, to'g'ri tuzilgan ibora sizga kerakli narsaga erishishga imkon beradi. Xushmuomala so'rov so'rovdan ko'ra samaraliroq vositadir.

Muvofiqlik ma'lum psixologik printsiplarga asoslanadi. Ular kalit. Ba'zi odamlar ularga juda professional darajada egalik qilishadi. Ular omon qolish uchun boshqalarni majburlashga majbur qilishlari kerak.

Bir kishidan rozilik olishning mingta taktikasi mavjud. Biroq, ularning barchasi 6 asosiy toifaga kiradi. Ularning barchasi kitobda, har bir bobida bittadan tasvirlangan.

1-bob. Ta'sir qilish vositalari

Bir marta, zargarlik do'konining egasi uzoq vaqtdan beri sotilmagan firuza zargarlik buyumlarini tezda sotishga qaror qildi. U sotuvchidan ularning narxini ikki baravar oshirishni so'radi. Biroq, qiz so'rovni noto'g'ri tushundi va zargarlik buyumlarining narxini ikki baravar oshirdi. Ko'p o'tmay, turkuazning barcha mahsulotlari sotila boshlandi. Ma'lum bo'lishicha, odamlar arzon tovarlardan ko'ra qimmatroq mol sotib olishadi.

Bu hodisani turkiyalik onaning misoli bilan tushunish mumkin. Agar u jip-chip bilan tovush chiqarsa, u jo'jalarini parvarish qiladi. Ferret kurka uchun eng yomon dushman. Bu hayvonni ko'rib, ular unga hujum qilishga shoshilishadi. Ammo, agar parom "chip-chip" tovushini chiqarsa, kurka onasi uni jo'jasi uchun oladi va hatto uni qanoti ostiga oladi.

Nafaqat kurka, balki faunaning boshqa vakillari ham avtomat kabi o'zini tutishadi. Qushlar va hayvonlarda qayd etilgan harakatlarning shakllari mavjud. Ko'pincha ular uchrashish va juftlashish paytida paydo bo'ladi.

Hayvonlar va qushlarni o'z hududlariga bostirib kirsam, qarindoshlariga hujum qilishga majbur qiladigan nozik signallar mavjud. Hatto ma'lum bir rang soyasi ham "qo'zg'atuvchi" bo'lib xizmat qilishi mumkin. Zaryanka erkak raqibi uchun xato qilib, bir nechta qizil tuklarga hujum qiladi.

Hayvonlar yoki qushlarni bu yoki boshqa usulda tutishga majbur qiladigan tetiklarni bilsangiz, siz ularni vaziyatga mos kelmaydigan tarzda munosabatda qilishingiz mumkin. Odamlarni ham aldashga odatlangan.

To'g'ri, odamlarda avtomatik reaksiyalar tug'ma emas, lekin sotib olingan. Va qo'zg'atuvchining rolini hayvonlarga qaraganda ko'proq omillar o'ynaydi.

Garvard psixologi E. Lanjer eksperiment o'tkazib, u odamlarga biron sababga ko'ra ular xizmat ko'rsatishga tezda rozi bo'lishini aniqladi. Qayta ishlashsiz "chunki" so'rov samaradorligi pasayadi.

Odamlar ko'pincha yaxshiroq narsalar uchun pul to'laymiz deb o'ylab, qimmat xaridlarni amalga oshiradilar. Ularning tushunishicha, qimmat yaxshi degani. Biror narsani qimmatroq narxga sotib oladigan xaridor, jamiyatda o'rganib qolgan odatiga binoan harakat qiladi. Ular uzoq vaqt o'ylamaydilar, mahsulotning haqiqiy qiymatini ko'rsatadigan omillarni qidirmaydilar. Xaridorlar faqat stereotipik fikrlashga tayanadilar.

Biroq, odamlar har doim stereotiplardan foydalanadilar, chunki hamma narsani tekshirishga va narsalarning haqiqiy qiymatini o'rganishga vaqtlari yo'q. Biror narsa sotib olishni tavsiya etadigan mutaxassislarning fikri ayniqsa ommabop, chunki ular tovarlar sifatini yaxshilab o'rganib chiqdilar. Bu haqiqatan ham shundaymi, kam odamning ikki marta tekshirishga vaqti bor.

Tabiatda ba'zi odamlar bundan foyda olish uchun uzoq qarindoshlarining xatti-harakatlarini maxsus nusxalashadi. Masalan, qushqo'nmas qo'ng'izlar chumolilarni hid bilan aldaydilar va ularning lichinkalarini shu yo'l bilan boqishga majbur qiladilar. Uyga chumolilarning ichiga tushib, tuxumlarini eyishadi. Yoki, masalan, yengil tishli mitti baliq, o'zini toza odamdek ko'rsatib, katta baliqning hushyorligini yo'qqa chiqaradi, unga yaqin suzadi va go'shtni tanadan yirtib tashlaydi.

Xaridorlar qimmat tovarlarni afzal ko'rishlarini bilib, ba'zi sotuvchilar arzon narsalar narxini ko'taradilar. Ularni tezroq va foydaliroq sotishga muvaffaq bo'lishadi. Ba'zida tovarlarning narxi oshirib yuboriladi va sotishdan oldin ular deyarli ikki marta chegirma berishadi. Xaridor

qo'lga olishni sezmaydi, unga qimmat buyumni tasodifiy narxda sotib olganga o'xshaydi.

Muqova dizaynida P. Pikassoning rasmidan parcha ishlatilgan.

Barcha huquqlar himoyalangan. Ushbu kitobning biron bir qismi mualliflik huquqi egalarining yozma ruxsatisiz har qanday shaklda takrorlanishi taqiqlanadi.

Muallif haqida

Robert B. Cialdini psixologiya professori va Arizona Universitetining boshqaruv a'zosi bo'lib, u erda aspirantlarga ilmiy tadqiqotlar olib boradi. U bakalavr, magistr va doktorlik ilmiy darajalarini Viskonsin, Shimoliy Karolina va Kolumbiya universitetlaridagi universitetlardan oldi. U shaxs va ijtimoiy psixologiya assotsiatsiyasining sobiq prezidenti.

U o'zining ijtimoiy ta'sirning nozik tomonlariga bo'lgan doimiy qiziqishini u italiyalik oilada o'sganligi, lekin asosan Polsha muhitida, "qishloq" davlatida joylashgan tarixiy Germaniya Miluoki shahrida tug'ilganligi bilan izohlaydi.

Kirish so'z

Kitobning birinchi versiyasi o'rtacha o'quvchi uchun mo'ljallangan edi, shuning uchun men uni qiziqarli qilishga harakat qildim. O'quv guruhlari uchun mo'ljallangan versiyada men bir xil uslubni saqladim, ammo qo'shimcha ravishda, oldingi fikrlarim, xulosalarim va tavsiyalarimning to'g'riligini so'nggi tadqiqotlar davomida olingan dalillarni keltirdim. Men so'nggi versiyada intervyu, tirnoq va tizimli shaxsiy kuzatuvlarning tavsiflarini qo'shgan bo'lsam ham, "Ta'sir" topilmalari ilmiy asoslangan psixologik tadqiqotlar natijalariga asoslangan. O'qituvchilar va talabalar ushbu kitob "pop psixologiyasi" ning yana bir namunasi emasligiga, balki jiddiy ilmiy ish ekanligiga amin bo'lishlari mumkin. Ta'lim versiyasida zamonaviy talablarga javob beradigan yangi materiallar, har bir bo'lim oxiridagi xulosalar, shuningdek, ma'lumotni yaxshiroq tushunishga yordam beradigan nazorat savollari mavjud.

Ta'sirning yangi versiyasining materiali amalda katta foyda keltirishi mumkin va shu bilan birga ilmiy jihatdan tasdiqlangan. Bundan tashqari, ko'pchilik ushbu kitobni o'qishni yaxshi ko'radi. "Ta'sir" yana bir bor tasdiqlaydi - ko'pincha quruq va haddan tashqari ilmiy bo'lib tuyuladigan materiallar, agar ular to'g'ri xizmat ko'rsatilsa, yangi, foydali va hazm qilish oson bo'lishi mumkin.

"Ta'sir psixologiyasi: nazariya va amaliyot" kitobining beshinchi nashriga sharh

"Influence" ning birinchi nashri chop etilganidan beri, menimcha, ko'p narsalarga e'tibor qaratishga loyiqdir. Endi biz ta'sir mexanizmlari haqida avvalgidan ko'proq bilamiz. Ishonish fanini, muvofiqlik va o'zgarish sabablarini o'rganishda psixologlar ancha ilgarilab ketdilar va men ushbu taraqqiyotni kitob sahifalarida aks ettirishga harakat qildim. Men nafaqat materialni qayta ko'rib chiqdim va yangiladim, balki ijtimoiy madaniyat va yangi texnologiyalar to'g'risidagi ma'lumotlarga, shuningdek madaniyatlararo ijtimoiy ta'sirni o'rganishga alohida e'tibor qaratdim - ta'sir turli madaniyatlarda o'xshash yoki farqli.

Yangi nashrda men ushbu kitobning oldingi versiyalarini o'qigan odamlarning fikr-mulohazalaridan foydalandim. Ko'pchilik ma'lum daqiqalarda ular dastakka duch kelganliklarini tushunishdi va menga xatlarida o'z holatlari haqida gapirib berishdi. Kundalik hayotda biz "elastiklik sohasidagi mutaxassislar" ning qurbonlari bo'lishimiz qanchalik oson bo'lsa, boblarning oxirida siz "O'quvchilarning hisobotlari" ni ko'rasiz.

Ushbu kitobni nashr etishimga yordam bergan insonlardan chuqur minnatdorman. Ba'zi hamkasblarim qo'lyozma loyihasini o'qib, qimmatli izohlar berishdi va shu bilan yakuniy versiyasini yaxshilashdi. Bular Gus Levin, Dug Kenrik, Art Beeman va Mark Zanna. Bundan tashqari, birinchi versiyani mening oilamning bir nechta a'zolari va do'stlarim - Richard va Gloria Chaldini, Bobette Gorden va Ted Xoll o'qib chiqdilar. Ular nafaqat meni hissiy jihatdan qo'llab-quvvatladilar, balki mening kitobimga ob'ektiv baho berishdi, menga shunchaki kerak edi.

Ko'p odamlar shaxsiy yoki bir nechta boblarning mazmuni bo'yicha aniq foydali takliflar berishdi. Bular Todd Anderson, Sandy Braver, Ketrin

Xamberlar, Judi Chaldini, Nensi Eyzenberg, Larri Atkin, Joan Gersten, Jeff Goldstein, Betsy Xans, Valeri Xans, Djo Xeport, Xolli Xunt, Anne Inskip, Barri Darler Lotershitsit, Barbi Darliver, Mowen, Igor Pavlov, Yanis Pozner, Trish Pourier, Merilin Roll, Jon Reyx, Piter Ringen, Diana Rabl, Fillis Sensenig, Roman va Genri Vellmen.

Men kitobni "yorug'likka" nashr etishga hissa qo'shgan odamlardan minnatdorman. Jon Steyli loyihaning yuqori salohiyatini tan olgan birinchi professional nashriyotchi edi. Jim Sherman, Al Gotels, Jon Keing, Dan Vagner, Dalmas Teylor, Vendi Vud va Devid Uotson birinchi ijobiy sharhlarni berishdi va shu bilan muallifga ham, muharrirlarga ham ilhom bag'ishladilar. Ellin va Bekon muharrirlari Kerolin Merrill va Jodi Devayn doimo yoqimli bo'lib, doimo yordam berishga va tushunishga tayyor edilar. Bundan tashqari, men o'z fikrlarini bildirgan ba'zi o'quvchilarga rahmat aytmoqchiman: Emori Griffit (Wheaton kolleji); Robert Levine (Kaliforniya, Fresno); Jeffri Levin va Lui Mo'r (Jorjiya universiteti) Devid Miller va Richard Rojers, Dayton-Bich (jamoat kolleji). Ushbu nashr Assaad Azzining (Yel universiteti) sharhlaridan katta foyda keltirdi; Robert M. Brady (Arkanzas universiteti); Brayan M. Koen (San-Antoniodagi Texas universiteti); Kristian B. Grandell (Florida universiteti); Ketrin Gudvin (Alyaska universiteti); Robert G. Loder (Bredli universiteti); Jeyms U. Maykl Jr (Virjiniya Politexnika Instituti va Virjiniya Universiteti); Eugene P. Sheehan (Shimoliy Kolorado Universiteti); Jefferson E. Singer (Konnektikut kolleji); Sandy U. Smit (Michigan universiteti). Bundan tashqari, men yuqori malakali muharrir Laura Mackenna uchun minnatdorman.

Va nihoyat, kitobni nashrga tayyorlash paytida, hech kim menga Bobetta Gorden kabi har qanday yordam bermadi, u meni har bir so'z bilan qo'llab-quvvatladi.

Shuningdek, ushbu nashrda O'quvchilarning ma'ruzalari paydo bo'lishiga bevosita yoki ular qatnashgan kurs o'qituvchilari orqali hissa qo'shgan odamlarga minnatdorchilik bildirmoqchiman. Bular Pat Bobbs, Enni Karto, Uilyam Kuper, Alisiya Fridman, Uilyam Gratsiano, Mark Xastings, Endayhu Candy, Danuta Lubnikka, Jeyms Maykl, Stefan Moisey, Pol R. Nil, Alan J. Reznik, Daryl Retzlaff, Jeffri Rozenberger va Dan. Karla Vasks.

Men ushbu yangi nashrdagi o'quvchilarni o'z hisobotlarini keyingi nashrga e'lon qilishga taklif qilmoqchiman. Ularni menga Arizona Universiteti, Temp, AZ 85287-1104 (Psixologiya bo'limi, Arizona shtat universiteti, Tempe, AZ 85287-1104) yoki Robert.Chialdini@ASU.EDU orqali psixologiya bo'limiga yuborish mumkin. Va nihoyat, agar siz "ta'sir psixologiyasi" haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'lishni istasangiz, effectatwork.com saytiga tashrif buyuring.

Robert B. Cialdini

Texnik muharrir *L. Egorova*

Rassom *S. Zamatevskaya*

Kuzatuvchilar *S. Belyaeva, N. Viktorova*

Tartib *L. Egorova*

© MChJ "Piter" nashriyoti, 2014 yil

* * *

Muallif haqida

Robert B. Cialdini psixologiya professori va Arizona Universitetining boshqaruv a'zosi bo'lib, u erda aspirantlarga ilmiy tadqiqotlar olib boradi. U bakalavr, magistr va doktorlik ilmiy darajalarini Viskonsin, Shimoliy Karolina va Kolumbiya universitetlaridagi universitetlardan oldi. U shaxs va ijtimoiy psixologiya assotsiatsiyasining sobiq prezidenti.

U o'zining ijtimoiy ta'sirning nozik tomonlariga bo'lgan doimiy qiziqishini u italiyalik oilada o'sganligi, lekin asosan Polsha muhitida, "qishloq" davlatida joylashgan tarixiy Germaniya Miluoki shahrida tug'ilganligi bilan izohlaydi.

Kirish so'z

Kitobning birinchi versiyasi o'rtacha o'quvchi uchun mo'ljallangan edi, shuning uchun men uni qiziqarli qilishga harakat qildim. O'quv guruhlari uchun mo'ljallangan versiyada men bir xil uslubni saqladim, ammo qo'shimcha ravishda, oldingi fikrlarim, xulosalarim va tavsiyalarimning to'g'riligini so'nggi tadqiqotlar davomida olingan dalillarni keltirdim.

So'nggi versiyada men ko'p miqdordagi intervyu, tirnoq va shaxsiy kuzatuvlarning tavsiflarini qo'shgan bo'lsam ham, "Ta'sir psixologiyasi" xulosalari ilmiy asoslangan psixologik tadqiqotlar natijalariga asoslangan. O'qituvchilar va talabalar ushbu kitob "pop psixologiyasi" ning yana bir namunasi emasligiga, balki jiddiy ilmiy ish ekanligiga amin bo'lishlari mumkin. Ta'lim versiyasida zamonaviy talablarga javob beradigan yangi materiallar, har bir bo'lim oxiridagi xulosalar, shuningdek, ma'lumotni yaxshiroq tushunishga yordam beradigan nazorat savollari mavjud.

"Ta'sir psixologiyasi" ning yangi versiyasining materiallari amaliyotda katta foyda keltirishi mumkin va shu bilan birga ilmiy jihatdan tasdiqlangan. Bundan tashqari, ko'pchilik ushbu kitobni o'qishni yaxshi ko'radi. "Ta'sir Psixologiyasi" quruq va haddan tashqari ilmiy bo'lib ko'rinadigan materiallar yangi, foydali va hazm qilish oson bo'lishi mumkinligini yana bir bor tasdiqlaydi.

"Ta'sir psixologiyasi" kitobining beshinchi nashriga sharh

Ta'sir psixologiyasining birinchi nashri nashr etilganidan beri, mening fikrimcha, ko'p narsa sodir bo'ldi. Endi biz ta'sir mexanizmlari haqida avvalgidan ko'proq bilamiz. Ishonish fanini, muvofiqlik va o'zgarish sabablarini o'rganishda psixologlar ancha ilgarilab ketdilar va men ushbu taraqqiyotni kitob sahifalarida aks ettirishga harakat qildim. Men nafaqat materialni qayta ko'rib chiqdim va yangiladim, balki ijtimoiy madaniyat va yangi texnologiyalar to'g'risidagi ma'lumotlarga, shuningdek madaniyatlararo ijtimoiy ta'sirni o'rganishga alohida e'tibor berdim - ta'sir turli madaniyatlarda o'xshash yoki farqli.

Yangi nashrda men ushbu kitobning oldingi versiyalarini o'qigan odamlarning fikr-mulohazalaridan foydalandim.

Ko'pchilik ma'lum daqiqalarda ular dastakka duch kelganliklarini tushunishdi va menga xatlarida o'z holatlari haqida gapirib berishdi. Kundalik hayotda biz "elastiklik sohasidagi mutaxassislar" ning qurbonlari bo'lishimiz qanchalik oson bo'lsa, boblarning oxirida siz "O'quvchilarning hisobotlari" ni ko'rasiz.

Ushbu kitobni nashr etishimga yordam bergan insonlardan chuqur minnatdorman. Ba'zi hamkasblarim qo'lyozma loyihasini o'qib, qimmatli

izohlar berishdi va shu bilan yakuniy versiyasini yaxshilashdi. Bular Gus Levin, Dug Kenrik, Art Beeman va Mark Zanna. Bundan tashqari, birinchi versiyani mening oilamning bir nechta a'zolari va do'stlarim - Richard va Gloria Chaldini, Bobette Gorden va Ted Xoll o'qib chiqdilar. Ular nafaqat meni hissiy jihatdan qo'llab-quvvatladilar, balki mening kitobimga ob'ektiv baho berishdi, menga shunchaki kerak edi.

Ko'p odamlar shaxsiy yoki bir nechta boblarning mazmuni bo'yicha aniq foydali takliflar berishdi. Bular Todd Anderson, Sandy Braver, Ketrin Xamberlar, Judi Chaldini, Nensi Eyzenberg, Larri Atkin, Joan Gersten, Jeff Goldstein, Betsy Xans, Valeri Xans, Djo Xeport, Xolli Xunt, Anne Inskip, Barri Darler Lotershitst, Barbi Darliver, Mowen, Igor Pavlov, Yanis Pozner, Trish Pourier, Merilin Roll, Jon Reyx, Piter Ringen, Diana Rabl, Fillis Sensenig, Roman va Genri Vellmen.

Kitobni nashr etishga hissa qo'shgan insonlardan minnatdorman. Jon Steyli loyihaning yuqori salohiyatini tan olgan birinchi professional nashriyotchi edi. Jim Sherman, Al Gotels, Jon Keing, Dan Vagner, Dalmas Teylor, Vendi Vud va Devid Uotson birinchi ijobiy sharhlarni berishdi va shu bilan muallifga ham, muharrirlarga ham ilhom bag'ishladilar. Ellin va Bekon muharrirlari Kerolin Merrill va Jodi Devayn doimo yoqimli bo'lib, doimo yordam berishga va tushunishga tayyor edilar. Bundan tashqari, men o'z fikrlarini bildirgan ba'zi o'quvchilarga rahmat aytmoqchiman: Emori Griffit (Wheaton kolleji); Robert Levine (Kaliforniya, Fresno); Jeffri Levin va Lui Mou (Jorjiya universiteti); Devid Miller va Richard Rojers, Dayton-Bich (jamoat kolleji). Ushbu nashr Assaad Azzining (Yel universiteti) sharhlaridan katta foyda keltirdi; Robert M. Brady (Arkanzas universiteti); Brayan M. Koen (San-Antionodagi Texas universiteti); Kristian B. Grandell (Florida universiteti); Ketrin Gudvin (Alyaska universiteti); Robert G. Loder (Bredli universiteti); Jeyms U. Maykl Jr (Virjiniya Politexnika Instituti va Virjiniya Universiteti); Eugene P. Sheehan (Shimoliy Kolorado Universiteti); Jefferson E. Singer (Konnektikut kolleji); Sandy U. Smit (Michigan universiteti). Bundan tashqari, men yuqori malakali muharrir Laura Mackenna uchun minnatdorman.

Va nihoyat, kitobni nashrga tayyorlash paytida, hech kim menga Bobetta Gorden kabi har qanday yordam bermadi, u meni har bir so'z bilan qo'llab-quvvatladi.

Shuningdek, ushbu nashrda O'quvchilarning ma'ruzalari paydo bo'lishiga bevosita yoki ular qatnashgan kurs o'qituvchilari orqali hissa qo'shgan odamlarga minnatdorchilik bildirmoqchiman. Bular Pat Bobbs, Enni Karto, Uilyam Kuper, Alisiya Fridman, Uilyam Gratsiano, Mark Xastings, Endayhu Candy, Danuta Lubnikka, Jeyms Maykl, Stefan Moisey, Pol R. Nil, Alan J. Reznik, Daryl Retzlaff, Jeffri Rozenberger va Dan. Karla Vasks.

Men ushbu yangi nashrdagi o'quvchilarni o'z hisobotlarini keyingi nashrga e'lon qilishga taklif qilmoqchiman. Ularni menga Arizona Universiteti, Tempe, AZ 85287-1104 (Psixologiya bo'limi, Arizona shtat universiteti, Tempe, AZ 85287-1104) yoki Robert.Chialdini@ASU.EDU orqali psixologiya bo'limiga yuborish mumkin. Va nihoyat, agar siz "ta'sir psixologiyasi" haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'lishni istasangiz, effectatwork.com saytiga tashrif buyuring.

Robert B. Cialdini

Kirish

Endi men buni bemalol tan olaman: butun hayotim davomida men aldanganman. Men har doim ko'cha savdogarlari, turli xil fondlarning xayriyachilari va turli xil dilerlar uchun eng sevimli nishon bo'lib kelganman. Bu odamlarning hammasi ham nohaq niyatlarga ega emas edi. Masalan, ba'zi xayriya agentliklarining vakillari eng yaxshi niyatlarga ega edilar. Ammo bu muhim emas. Achinarlisi shundaki, men o'zimni jurnallarning keraksiz obunalari yoki tibbiyot xodimlarining balliga chiptalar egasi deb bilardim. Bu mening sodiqlik bo'yicha uzoq muddatli maqomim, bu muvofiqlikni o'rganishga bo'lgan qiziqishimni tushuntiradi. Qanday omillar odamni boshqasiga «ha» deb aytishga majbur qiladi? Bunday muvofiqlikka erishish uchun qanday usullardan foydalanish mumkin? Meni qiziqtirgan savol, nega ma'lum bir tarzda bildirilgan talab ko'pincha e'tiborsiz qoldiriladi, boshqa bir xil tarzda tuzilgan shunga o'xshash so'rov esa muvaffaqiyatga erishishga imkon beradi.

Shuning uchun, eksperimental ijtimoiy psixolog rovida, egiluvchanlik psixologiyasini o'rganishni boshladim. Dastlab, o'rganish asosan laboratoriyamda kollej o'quvchilari ishtirokida o'tkazilgan tajribalar

shaklida olib borildi. Men so'rov yoki talabga nisbatan qaysi psixologik printsiplar mos kelishini aniqlashni xohladim. So'nggi paytlarda psixologlar ushbu printsiplar haqida juda ko'p narsalarni bilib oldilar - ular nima va ular qanday ishlaydi. Men ushbu tamoyillarni kalit sifatida tavsifladim. Keyingi boblarda men ularning eng muhimlari haqida gaplashaman.

Biroz vaqt o'tgach, tajriba ishlari zarur bo'lsa-da, buning o'zi etarli emasligini angladim. Yalang'och tajribalar men institutdan tashqarida men o'rgangan printsiplarning ahamiyatini baholashga imkon bermadi. Agar elastiklik psixologiyasini yaxshiroq tushunmoqchi bo'lsam, tadqiqotlarimni kengaytirishim kerakligi aniq bo'ldi. Men "elastiklik bo'yicha mutaxassislarga" diqqat bilan qarashim kerak - meni doimiy ravishda ularga berishga majbur qilgan odamlar. Ular nima ishlayotganini va nima ish bermasligini bilishadi; Fittestning omon qolish qonuni buni tasdiqlaydi. Bunday odamlar boshqalarni majburlashga harakat qilishadi, hayotdagi muvaffaqiyatlari bunga bog'liq. Odamlarni "ha" deb aytishga qanday majburlashni bilmaganlar odatda muvaffaqiyatsizlikka uchraydi; bilimdon - rivojlanmoq

Albatta, "muvofiqlik bo'yicha mutaxassislar" biz ko'rib chiqayotgan printsiplardan foydalanadigan yagona odamlar emas. Barchamiz, bir tomondan, ulardan foydalanamiz va boshqa tomondan, biz qo'shnilar, do'stlar, sevishganlar, bolalar bilan har kungi munosabat paytida ularning qaysidir ma'nosida ularning qurbonlarini topamiz. Ammo boshqalarni yanada uyg'unroq qilishga intilayotgan odamlar nima ishlayotganini noaniq tushunchaga ega. Ularni tomosha qilib, moslashuvchanlik to'g'risida boy ma'lumot olishingiz mumkin. Uch yil davomida men eksperimental tadqiqotlarimni "dunyoga moslashuvchan mutaxassislar" - savdo agentlari, pul yig'uvchilar, yollashga jalb qiluvchilar, reklama ishchilari va hk.

Men o'z oldimga "muvofiqlik bo'yicha mutaxassislar" tomonidan keng qo'llaniladigan va muvaffaqiyatli qo'llaniladigan taktika va strategiyalarni o'rganish vazifasini qo'ydim. Mening kuzatuv dasturim ba'zan bu odamlar va ba'zan ularning tabiiy dushmanlari (masalan, militsiya xodimlari, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish jamiyatining xodimlari) bilan suhbat shaklida bo'lgan. Boshqa holatlarda, dastur yozma materiallarni jadal o'rganishni o'z ichiga olgan

bo'lib, ular orqali biz uchun qiziqadigan texnikalar avlodan-avlodga o'tmoqda - savdo darsliklari va boshqalar.

Ko'pincha men ishtirokchilar sifatida kuzatuv deb ataladigan narsadan foydalandim - tadqiqotchi josus rolini o'ynaydigan maxsus yondashuv. O'zining shaxsiyati va niyatlarini yashirgan tadqiqotchi o'zini o'zi qiziqadigan jamiyat bilan tanishtiradi va u o'rganmoqchi bo'lgan guruh a'zosi bo'ladi. Shuning uchun, men entsiklopediyalar (yoki changyutgichlar yoki fotosurat portretlari) sotadigan tashkilotda ishlaydigan odamlarning taktikasi to'g'risida bilishni istaganimda, tegishli tayyorgarlikni olishni istaganlarni yollash to'g'risida gapirilgan barcha e'lonlarga javob berdim va turli kompaniyalar vakillari menga ularning usullarini o'rgatdilar. Shunga o'xshash, ammo bir xil bo'lmagan yondashuvlardan foydalanib, men reklama, axborot va boshqa agentliklarga kirib, maxsus texnikani o'rganishga muvaffaq bo'ldim. Shunday qilib, ushbu kitobda keltirilgan ko'plab dalillar mening ko'pgina tashkilotlar bilan shaxsiy tajribamga asoslanib, ularning asosiy maqsadi potentsial mijozlarni "ha" deb aytishga majbur qilishdir.

Ushbu uch yillik kuzatuv davri davomida ishtirokchi sifatida o'rgangan narsalarimning bir jihati juda foydali bo'ldi. Rozilik olish uchun minglab turli xil taktikalarning mavjudligi bilan, ularning aksariyati oltita asosiy toifaga bo'linadi, ularning har biri insonning xulq-atvori asosidagi asosiy psixologik printsiplardan biriga mos keladi. Kitobda ushbu oltita asosiy printsiplarni, har bir bobda bittadan tasvirlangan. Barcha printsiplar - mustahkamlik printsipli, o'zaro almashish printsipli, ijtimoiy isbot printsipli, vakolat printsipli, yaxshi niyat printsipli, tanqislik printsipli - ularni jamoat hayotiga qo'llash nuqtai nazaridan va ulardan qanday foydalanish mumkinligi nuqtai nazaridan "muvofiqlashtiruvchi mutaxassislar" tomonidan tashkil etilgan. ular bo'yicha olish, xayriya qilish, imtiyoz berish, ovoz berish, rozilik berish va h.k. **1**

Shuni ta'kidlash kerakki, men oltita asosiy printsiplarga "shaxsiy moddiy qiziqish" ning oddiy qoidasini kiritmadim - har kim o'z tanlovi uchun imkon qadar ko'proq pul to'lashni xohlaydi. Men qarorlarni ishlab chiqishda foyda va xarajatlarni minimallashtirish istagi muhim emas deb o'ylayman va "muvofiqlik bo'yicha mutaxassislar" ushbu qoidaga e'tibor bermaydilar. Aksincha: tadqiqotlarim davomida, bu odamlar "men sizga ko'p narsa bera olaman" kabi majburlash usulidan (ba'zan halollik bilan, ba'zan emas) qanday foydalanganlarini tez-tez ko'rdim. Ushbu kitobda

men shaxsiy qiziqish qoidalarini alohida o'rganmaslikni afzal ko'raman, chunki men buni tan olishga loyiq aksioma deb bilaman, lekin batafsil tavsif emas.

Va nihoyat, har bir printsip odamlarni ikkilanmasdan "ha" deb aytishga majbur qilishini aniqladim. Zamonaviy hayotning tez sur'atlari va ma'lumotlarga boyligi kelajakda "mushaklarga mos kelmaslik" tarqalishiga yordam beradi deb taxmin qilish mumkin. Shu sababli, jamiyat uchun avtomatik ta'sir mexanizmlarini tushunish juda muhimdir.

1-bob

Jamiyat ular haqida o'ylamasdan bajarishi mumkin bo'lgan operatsiyalar sonini ko'paytirish orqali oldinga siljiydi.

Alfred Shimoliy Uaythead

Bir kuni do'stim menga qo'ng'iroq qildi, u yaqinda Arizonada hind zargarlik do'konini ochdi. Qiziqarli yangilikdan u bosh aylantirdi. Hayotida shunchaki hayratlanarli bir narsa ro'y berdi va u men, psixolog sifatida, unga ko'p narsalarni tushuntira olaman deb o'yladi. Bu firuza zargarlik buyumlari to'plami bo'lib, uni sotishda qiynalgan edi. Bu sayyohlik mavsumining eng yuqori cho'qqisi edi, do'kon xaridorlarga to'la edi, firuza mahsulotlari u talab qilgan narxga sifatli edi; ammo, bu mahsulotlar negadir kam sotilgan. Do'stim narsalarni tuzatish uchun bir

nechta standart savdo-sotiq usullarini sinab ko'rdi. U derazani do'kon markaziga yaqinlashtirib, tasvirlangan mahsulotlarga e'tiborni jalb qilishga urindi - muvaffaqiyatsiz. Keyin u sotuvchilardan bu mahsulotni zo'rg'a «itarib» yuborishni aytdi.

Nihoyat, kechqurun shahar tashqarisidagi biznesga ketishdan oldin, do'stim katta sotuvchiga g'azablangan xatni yozib qo'ydi: "? yoqilganmi? "butun firuza narxi", shunchaki jirkanch narsalardan xalos bo'lishga umid qilib, hatto yo'qolgan taqdirda ham. Bir necha kundan keyin u qaytib keldi va firuzadan olingan barcha mahsulotlar sotilganligini bilib, hayron bo'ldi: uning xodimi "?" O'rniga "2" ni o'qiganligi sababli, butun to'plam ikki baravar ko'p sotildi!

O'sha payt do'stim qo'ng'iroq qildi. Men nima bo'lganini darhol angladim, lekin agar u tushuntirishni eshitishni istasa, mening hikoyamni tinglashi kerakligini aytdi. Aslida bu hikoya meniki emas; bu zoti zoti kurkalar haqida va nisbatan yosh ilmiy - etiologiyaga tegishli bo'lib, u hayvonlarni tabiiy sharoitda o'rganadi. Turkiyaliklar yaxshi onalar - mehribon, ehtiyotkor va jo'jalarini hushyor himoya qilishadi. Turkiyaliklar jo'jalarga g'amxo'rlik qilish, iliqlash, tozalash va to'kishga tashlash uchun ko'p vaqt sarflashadi. Ammo ularning xatti-harakatlarida g'alati bir narsa bor. Aslida, onalarning instinkti kurkalarda bitta ovoz bilan "ochiladi": yosh kurklarning "chip-chipi". Hid yoki tashqi ko'rinish kabi boshqa aniqlash xususiyatlari kamroq rol o'ynaydi. Agar tovuq chip chipidan tovush chiqarsa, onasi unga g'amxo'rlik qiladi; agar yo'q bo'lsa, onasi uni e'tiborsiz qoldiradi va hatto uni o'ldirishi mumkin.

Tovuq kurkalarining tovushga yo'nalishini hayvonlarning fe'l-atvori bo'yicha tadqiqotchi M. U. Foks (Foks, 1974) ko'rsatgan. U kurka va sun'iy parom bilan tajribani tasvirlab berdi. Zoti zoti uchun ferret tabiiy dushmanidir; yaqinlashganda, kurka baqiriq qichqiriqlarini chiqaradi, tumshug'i va tirnoqlari bilan unga hujum qiladi. Eksperimentchilar shuni aniqladilarki, hatto to'r bilan to'rni tortib olingan tovuq uni darhol va g'azablantiradigan hujumga olib keladi. Ammo "chip-chip" tovushini chiqarish mexanizmi bir xil to'ldirilgan hayvonga qo'shilganda, kurka nafaqat yaqinlashib kelayotgan paromni oldi, balki uni o'zi uchun ham oldi. Ovoz o'chirilganda, to'ldirilgan po'lat yana shafqatsiz hujumga sabab bo'ldi.

Shiqillagan

Ushbu vaziyatda kurka qanday kulgili ko'rinadi: u o'z dushmanini faqat "chip-chip" tovushini chiqargani va yomon munosabatda bo'lganligi yoki hatto o'z urug'laridan birini yo'q qilgani uchun o'ldirishi mumkinligi uchun quchoqlaydi. Hindiston onalik instinkti bitta tovushga bog'liq bo'lgan avtomat kabi ko'rinadi. Etologlarning ta'kidlashicha, bunday xatti-harakatlar kurka uchun xos emas. Olimlar ko'plab turlarning xatti-harakatlarining mexanik shakllarini aniqladilar.

Ruxsat etilgan harakatlar modellari murakkab harakatlar ketma-ketligini o'z ichiga olishi mumkin; masalan, uchrashish yoki juftlashish marosimlari. Ushbu modellarning asosiy xarakterli xususiyati shundaki, ularning harakatlarining tarkibiy qismlari har safar deyarli bir xil va bir xil tartibda takrorlanadi. Bu modellar hayvonlar ichida lenta bilan yozilganga o'xshaydi. Vaziyat uchrashishni talab qilganda, tegishli film "takrorlanadi"; Agar vaziyat onalikni taqozo qilsa, onalik harakati filmi «ko'payishni» boshlaydi. *Bosong* - va tegishli yozuv o'ynashni boshlaydi; *shovqinli* - va ma'lum harakatlar ketma-ketligi.

Eng qizig'i, yozuvlar qanday yoqilgan. Masalan, ma'lum bir hayvon turiga mansub erkak kishi o'z hududini himoya qilganda, xuddi shu turga mansub bo'lgan boshqa erkakning hujumi signal, xizmat qiladi, hushyorlik, tajovuzkorlik va zarurat tug'ilganda jangovar harakatlar. Ammo tizimda "quirk" mavjud. "Tetik" umuman raqib emas; bu uning o'ziga xos xususiyati. Ko'pincha, birinchi qarashda, bu xususiyat - tetiklash umuman ahamiyatsiz bo'lib ko'rinadi. Ba'zan bu xususiyat rangning ma'lum bir soyasi. Etologlarning tajribalari shuni ko'rsatdiki, masalan, erkak zaryanka raqib-zaryanka o'z hududiga kirgan vaziyatda harakat qilar ekan, faqat bir guruh qizil tuklarga hujum qilishi mumkin (Lack, 1943). Shu bilan birga, zaryanka erkak o'zining erkak turlarining chiroyli sun'iy nusxasini e'tiborsiz qoldiradi *holda* qizil ko'krak patlari. Shunga o'xshash natijalar qushlarning boshqa turini - mitti patologiyasini o'rganishda qo'lga kiritildi, buning uchun pektoral tuklarning o'ziga xos ko'k soyasi o'xshash tetik (Peiponen, 1960). Shunday qilib, qo'zg'atuvchi sifatida ishlatiladigan xususiyatlardan foydalanib, siz hayvonlarga vaziyatga mutlaqo zid bo'lgan munosabatda bo'lishingiz mumkin. Biroq, biz ikkita narsani anglashimiz kerak. Birinchidan, avtomatik sobit harakatlanish modellari ko'p hollarda juda yaxshi ishlaydi.

Dug Ellenning ortitolog ekanligini va u bilan uchrashish marosimi boshlanadi ...

Shakl 1.1. Shiqillagan

Uchrashuv urf-odatlari, insoniyat jamiyatida vujudga kelgan hayvonlar dunyosidagi marosimlarga qaraganda unchalik qattiq emas. Biroq, tadqiqotchilar turli xil madaniyatlarda ishlatiladigan uchrashish modellarida ko'p narsa topdilar (Buss, 1989; Kenrik va Kif, 1992). Masalan, dunyo bo'ylab shaxsiy reklamalarda ayollar o'zlarining jozibadorligini tasvirlaydilar, erkaklar esa o'zlarining moddiy farovonligini ta'kidlaydilar (Buss va Kenrik, 1998)

Masalan, faqat sog'lom, oddiy kurka tovuqlari maxsus "chip-chip" tovushini chiqarganligi sababli, kurka ona unga faqat reaksiya beradi va shuning uchun u deyarli har doim to'g'ri ish qiladi. Olimning "lenta bilan

yozilgan" reaksiyasini ahmoqona qilish uchun olim kabi dodger kerak. Ikkinchidan, bizda ham "qayd etilgan" xatti-harakatlar modellari borligini tushunish kerak; va ular odatda bizga foyda keltirsa-da, qo'zg'atuvchi rolini o'ynaydigan belgilar bizni aldash, yozuvlarni vaqt o'tishi bilan yo'qotishga majbur qilish uchun ishlatilishi mumkin. **2** Odamlar va hayvonlarda ushbu turdagi avtomatik javoblar o'rtasida ma'lum o'xshashlik mavjud bo'lsa-da, muhim farqlar ham mavjud. Odamlarda avtomatik reaksiyalar tug'ma holatga qaraganda ko'proq o'rganiladi; odamlarning xulq-atvor modellari yuqori darajada tashkil etilgan hayvonlarning o'xshash modellariga qaraganda ancha moslashuvchan; bundan tashqari, odamlarda ko'proq omillar tetik rolini o'ynashi mumkin.

Garvardning ijtimoiy psixologi Ellen Langer (Langer, Blank & Charnowitz, 1978) tomonidan qiziqarli tajriba o'tkazildi. Ma'lum bir insoniy xulq-atvor qoidasiga ko'ra, kimdirdan bizga yaxshilik qilishini so'rasak, sababini keltirsak, yaxshi bo'ladi. Odamlar nima qilayotganlari uchun sabablarga ega bo'lishni yaxshi ko'radilar. Langer kutubxonadan nusxa ko'chirish mashinasidan foydalanish uchun navbatda turgan odamlardan ozgina xizmat so'rash orqali ushbu gapning haqiqatini ko'rsatdi. *"Kechirasiz, menda besh varaq bor. Shoshib qolganim uchun Xerox-dan foydalanishim mumkinmi?"*

Shu tarzda ishlab chiqilgan talabning samaradorligi juda yuqori edi: Ellen Langer tomonidan so'ralganlarning 94 foizi unga navbatdan chiqib ketishga imkon bergan. Boshqa holda, psixolog uning so'rovini ushbu shaklda tuzdi: *"Kechirasiz, menda besh varaq bor. Xeroxni navbatsiz ishlatsam bo'ladimi?"*

Bunday vaziyatda u so'raganlarning atigi 60 foizi rozi bo'lgan. Bir qarashda, so'rovning ikkita tarkibi o'rtasidagi asosiy farq "chunki men shoshilayapman" so'zlari bilan qo'shimcha ma'lumot berilganga o'xshaydi. Ammo uchinchi tajriba shuni ko'rsatdiki, bu mutlaqo to'g'ri emas. Ko'rinishidan, hamma aniqlashtirishning ahamiyati yo'q, faqat birinchi "chunki". Uchinchi holatda Langer "chunki" havolasini ishlatdi va shundan so'ng u biron bir yangi narsa qo'shmasdan, shunchaki ayon bo'lgan narsani takrorladi: *"Kechirasiz, menda besh varaq bor. Bir necha nusxasini olishim kerakligi sababli Xerox-dan foydalanishim mumkinmi?"*

Va yana, deyarli barcha (93%) rozi bo'lishdi, ammo hech qanday aniq tushuntirish bo'lmasa ham, yangi ma'lumotlar qo'shilmadi. Qanday qilib "chip-chip" tovushi hindilerde avtomatik onaning javobini keltirib

chiqardi - hatto sun'iy yo'lakdan kelgan bo'lsa ham - "chunki" so'zlari Langer tadqiqotining mavzularida avtomatik ravishda javob berishiga sabab bo'ldi, garchi ular kelajakda imtiyozning sababini har doim ham tushuntirib bermasalar ham. **3**

Ehtimol bolalarning "nima uchun?" - "chunki ... shunchaki ..." degan savoliga odatiy javobi bolalarning juda aqlli ekanligi va bu so'z kattalarga nisbatan qanday ajoyib kuchga ega ekanligi bilan izohlanishi mumkin. *chunki*.

Shiqillang!

Langerning tadqiqotlari natijalari shuni ko'rsatadiki, odam avtomatik ravishda o'zini tutmaydigan ko'plab holatlar mavjud, shu jumladan magnitafon singari, bunday avtomatizm qanchalik tez-tez qo'zg'alishi hayratlanarli. Masalan, firuza buyumlarini bir partiyasini urgan zargarlik buyumlarini sotib oluvchilarning asl nusxasidan ikki baravar yuqori narxda xato qilgandan keyingina ular haqida bir o'ylab ko'ring. Men ularning xatti-harakatlarini biron bir tarzda izohlab berolmayman, agar uni nuqtai nazaridan ko'rib chiqmasam *bosdi, xirilladi*.

"Ta'sir psixologiyasi" aksariyat G'arb va Rossiya psixologlarining fikriga ko'ra, ijtimoiy psixologiya, nizolarni boshqarish va boshqarish bo'yicha eng yaxshi darsliklardan biridir. Robert Cialdini kitobi AQShda beshta nashrda saqlanib qoldi, uning tiraji allaqachon ikki million nusxadan oshgan. O'zining oson uslubi va materialni samarali taqdim etish bilan o'quvchini o'ziga jalb etadigan ushbu asar jiddiy ish bo'lib, unda motivatsiya, ma'lumotlarni o'zlashtirish va qarorlarni qabul qilish mexanizmlari eng zamonaviy darajada tahlil qilinadi.

Xalqaro bestsellerning yangi, qayta ishlangan va kengaytirilgan nashri psixolog, menejer, o'qituvchi, siyosatchi kutubxonasida munosib o'rin egallaydi - har kim o'z faoliyatining mohiyati bo'yicha ishonishi, ta'sir qilishi va ta'sir qilishi kerak.

Robert Cialdini

Ta'sir psixologiyasi. 5-nashr

Muallif haqida

Robert B. Cialdini psixologiya professori va Arizona Universitetining boshqaruv a'zosi bo'lib, u erda aspirantlarga ilmiy tadqiqotlar olib

boradi. U bakalavr, magistr va doktorlik ilmiy darajalarini Viskonsin, Shimoliy Karolina va Kolumbiya universitetlaridagi universitetlardan oldi. U shaxs va ijtimoiy psixologiya assotsiatsiyasining sobiq prezidenti.

U o'zining ijtimoiy ta'sirning nozik tomonlariga bo'lgan doimiy qiziqishini u italiyalik oilada o'sganligi, lekin asosan Polsha muhitida, "qishloq" davlatida joylashgan tarixiy Germaniya Miluoki shahrida tug'ilganligi bilan izohlaydi.

Kirish so'z

Kitobning birinchi versiyasi o'rtacha o'quvchi uchun mo'ljallangan edi, shuning uchun men uni qiziqarli qilishga harakat qildim. O'quv guruhlari uchun mo'ljallangan versiyada men bir xil uslubni saqladim, ammo qo'shimcha ravishda, oldingi fikrlarim, xulosalarim va tavsiyalarimning to'g'riligini so'nggi tadqiqotlar davomida olingan dalillarni keltirdim. So'nggi versiyada men ko'p miqdordagi intervyu, tirnoq va shaxsiy kuzatuvlarning tavsiflarini qo'shgan bo'lsam ham, "Ta'sir psixologiyasi" xulosalari ilmiy asoslangan psixologik tadqiqotlar natijalariga asoslangan. O'qituvchilar va talabalar ushbu kitob "pop psixologiyasi" ning yana bir namunasi emasligiga, balki jiddiy ilmiy ish ekanligiga amin bo'lishlari mumkin. Ta'lim versiyasida zamonaviy talablarga javob beradigan yangi materiallar, har bir bo'lim oxiridagi xulosalar, shuningdek, ma'lumotni yaxshiroq tushunishga yordam beradigan nazorat savollari mavjud.

"Ta'sir psixologiyasi" ning yangi versiyasining materiallari amaliyotda katta foyda keltirishi mumkin va shu bilan birga ilmiy jihatdan tasdiqlangan. Bundan tashqari, ko'pchilik ushbu kitobni o'qishni yaxshi ko'radi. "Ta'sir Psixologiyasi" quruq va haddan tashqari ilmiy bo'lib ko'rinadigan materiallar yangi, foydali va hazm qilish oson bo'lishi mumkinligini yana bir bor tasdiqlaydi.

"Ta'sir psixologiyasi" kitobining beshinchi nashriga sharh

Ta'sir psixologiyasining birinchi nashri nashr etilganidan beri, mening fikrimcha, ko'p narsa sodir bo'ldi. Endi biz ta'sir mexanizmlari haqida avvalgidan ko'proq bilamiz. Ishonish fanini, muvofiqlik va o'zgarish sabablarini o'rganishda psixologlar ancha ilgarilab ketdilar va men ushbu

taraqqiyotni kitob sahifalarida aks ettirishga harakat qildim. Men nafaqat materiallarni ko'rib chiqdim va yangiladim, balki ijtimoiy madaniyat va yangi texnologiyalar to'g'risidagi ma'lumotlarga, shuningdek madaniyatlararo ijtimoiy ta'sirni o'rganishga alohida e'tibor qaratdim - ta'sir turli madaniyatlarda o'xshash yoki farq qiladi.

Yangi nashrda men ushbu kitobning oldingi versiyalarini o'qigan odamlarning fikr-mulohazalaridan foydalandim. Ko'pchilik ma'lum daqiqalarda ular dastakka duch kelganliklarini tushunishdi va menga xatlarida o'z holatlari haqida gapirib berishdi. Kundalik hayotda biz "elastiklik sohasidagi mutaxassislar" ning qurbonlari bo'lishimiz qanchalik oson bo'lsa, boblarning oxirida siz "O'quvchilarning hisobotlari" ni ko'rasiz.

Ushbu kitobni nashr etishimga yordam bergan insonlardan chuqur minnatdorman. Ba'zi hamkasblarim qo'lyozma loyihasini o'qib, qimmatli izohlar berishdi va shu bilan yakuniy versiyasini yaxshilashdi. Bular Gus Levin, Dug Kenrik, Art Beeman va Mark Zanna. Bundan tashqari, birinchi versiyani mening oilamning bir nechta a'zolari va do'stlarim - Richard va Gloria Chaldini, Bobette Gorden va Ted Xoll o'qib chiqdilar. Ular nafaqat meni hissiy jihatdan qo'llab-quvvatladilar, balki mening kitobimga ob'ektiv baho berishdi, menga shunchaki kerak edi.

Ko'p odamlar shaxsiy yoki bir nechta boblarning mazmuni bo'yicha aniq foydali takliflar berishdi. Bular Todd Anderson, Sandy Braver, Ketrin Xamberlar, Judi Chaldini, Nensi Eyzenberg, Larri Atkin, Joan Gersten, Jeff Goldstein, Betsy Xans, Valeri Xans, Djo Xeport, Xolli Xunt, Anne Inskip, Barri Darler Lotershitsit, Barbi Darliver, Mowen, Igor Pavlov, Yanis Pozner, Trish Pourier, Merilin Roll, Jon Reyx, Piter Ringen, Diana Rabl, Fillis Sensenig, Roman va Genri Vellmen.

Kitobni nashr etishga hissa qo'shgan insonlardan minnatdorman. Jon Steyli loyihaning yuqori salohiyatini tan olgan birinchi professional nashriyotchi edi. Jim Sherman, Al Gotels, Jon Keing, Dan Vagner, Dalmas Teylor, Vendi Vud va Devid Uotson birinchi ijobiy sharhlarni berishdi va shu bilan muallifga ham, muharrirlarga ham ilhom bag'ishladilar. Ellin va Bekon muharrirlari Kerolin Merrill va Jodi Devayn doimo yoqimli bo'lib, doimo yordam berishga va tushunishga tayyor edilar. Bundan tashqari, men o'z fikrlarini bildirgan ba'zi

o'quvchilarga rahmat aytmoqchiman: Emori Griffit (Wheaton kolleji); Robert Levine (Kaliforniya, Fresno); Jeffri Levin va Lui Mou (Jorjiya universiteti); Devid Miller va Richard Rojers, Dayton-Bich (jamoat kolleji). Ushbu nashr Assaad Azzining (Yel universiteti) sharhlaridan katta foyda keltirdi; Robert M. Brady (Arkanzas universiteti); Brayon M. Koen (San-Antionodagi Texas universiteti); Kristian B. Grandell (Florida universiteti); Ketrin Gudvin (Alyaska universiteti); Robert G. Loder (Bredli universiteti); Jeyms U. Maykl Jr (Virjiniya Politexnika Instituti va Virjiniya Universiteti); Eugene P. Sheehan (Shimoliy Kolorado Universiteti); Jefferson E. Singer (Konnektikut kolleji); Sandy U. Smit (Michigan universiteti). Bundan tashqari, men yuqori malakali muharrir Laura Mackenna uchun minnatdorman.

M. Kriste tomonidan tasvirlangan rasm (Mixay Kriste)

Bizning stereotipli fikrlashimiz bizga qarshi ishlatilishi mumkin

Zamonaviy dunyoda har bir qarorning tafsilotlari haqida o'ylash mumkin emas va biz psixologik yorliqlar, stereotiplardan foydalanamiz va ular bizga doimo xizmat qiladi.

Bizga hayvonlarning xatti-harakati kulgili darajada oddiy bo'lib tuyulishi mumkin.

Misol: Ba'zida zoti zoti kurka, agar tovuqlar o'ziga xos tovush chiqarmasa, yosh kurklarni rad etadi yoki ularga hujum qiladi. Bu tovushni chiqaradigan kurkaning qasam ichgan to'ldirilgan po'lati, tovuq ona o'z tovuqiga oladi. Ovoz bu zoti tovuqiga jo'jalarini tezda aniqlashga imkon beradigan yorliq.

Reklama beruvchilar, sotuvchilar va firibgarlar (soddalashtirish bo'yicha mutaxassislar) bizni o'z manfaatlarimizga zid ravishda stereotiplarimizni qo'llashda aldashlari mumkin; o'zingizning manfaatlaringiz uchun sizning talablaringizga bo'ysuning. Ommabop stereotip "narx - sifat degani": odamlar odatda qimmat mahsulotlar yuqori sifatli deb o'ylashadi. Ko'pincha bu stereotip to'g'ri, ammo sotuvchi uni bizga qarshi ishlatishi mumkin.

Bir misol. Sovg'a do'konlarida mashhur bo'lmagan qimmatbaho toshlarni ularning narxlarini ko'tarish, tushirish orqali sotishadi.

Noto'g'ri stereotiplarni tayinlaydigan manipulyatorlardan himoya qilish kerak.

Odamlar o'zaro almashish uchun favqulodda ehtiyojga ega

"O'zaro almashish" qoidasi - biz boshqa odamlarga ular bizga bergani kabi javob berish majburiyatini his qilamiz. Ushbu tendentsiya har qanday jamiyatning asosidir. U ota-bobolarimizga o'zaro yordamga asoslangan manbalarni baham ko'rishga ruxsat berdi. Birovning manfaatlariga javob bermay, biz ruhiy zo'riqishni his qilyapmiz.

Jamiyat sifatida, biz o'zaro munosabat qilmaydiganlardan nafratlanamiz. Biz ularni tilanchilar yoki noshukur shaxslar deb ataymiz va ularning o'rnida bo'lishdan qo'rqamiz. Tajribalar shuni ko'rsatdiki, odamlar qarz yukidan xalos bo'lishni juda xohlaydilar, shuning uchun olganlaridan ham ko'proq qaytarib beradilar.

Bir misol. Tadqiqotchi arzon Coca-Cola buyumlarini sotib olib, ularga xushomadgo'ylik ko'rsatmadi. Keyin u ulardan undan lotereya chiptalarini sotib olishlarini so'radi. Ko'pgina fanlar o'zaro hisob-kitob qilib, chiptalarni 50 tsentdan sotib olishgan. Tadqiqotchi Coca-Colani sotib olmaganida, sotib olingan chiptalar soni ikki baravar kamaydi. U odamlarga Coca-Cola sotib olish orqali o'z burchlarini his qilish hissini uyg'otdi va ular uchun o'ziga xos o'zaro almashinuv usulini tayinladi. Krishna jamiyati a'zolari ko'chada yo'lovchilarga gullar taqdim etishganda, bu taktikani muvaffaqiyatli qo'llashdi. Bundan g'azablangan odamlar ham ko'pincha gulni qayta ko'rib chiqish ehtiyojlarini qondirish uchun xayr-ehson qilishdi.

O'zaro almashish qoidasidan foydalanishga bo'lgan urinishlarni to'xtatish uchun barcha muloyimliklarni rad qila olmaysiz. Buning o'rniga, jumalarning asosiy asosini aniqlang: ular samimiy yoki manipulyatsiya haqoratomuz taktikami. Va shundan keyingina tegishli ravishda o'zaro kelishib oling.

Muvaffaqiyatsiz keyin orqaga chekinish - bu o'zaro murosaga va kontrast printsipining ishlashiga olib keladigan yashirin taktika.

Biz muzokaralardagi imtiyozlarga javob berishga majburmiz.

Bir misol. Bir skaut dastlab lotereya chiptasini besh dollarga sotib olishingizni so'raydi, lekin keyin orqaga o'girilib, faqat bir dollarga faqat shokolad sotib olishni so'raydi. Ehtimol, skautga "imtiyoz" ga javob berish uchun siz shokoladga ehtiyoj sezmasangiz ham shokolad barini sotib olasiz. Boy Skaut o'zaro imtiyozga erishishda kuchli vosita - "rad etish - keyin orqaga chekinish" strategiyasini qabul qildi.

Qarama-qarshilik printsipi: ikkita ob'ekt bizga birma-bir taqdim etiladi, ikkinchisi va birinchisining farqi kuchayadi (lotereya chiptasidan keyin shokolad baribir nomutanosib arzon ko'rinadi).

Bir misol. Tashlab ketish va keyin orqaga chekinish strategiyasi prezident boshqaruvining qulashiga olib keldi. 1972 yilda Prezident Richard Niksonning qayta saylanishi muqarrar bo'lib tuyuldi, ammo J. Gordon Lidi Prezident saylov komissiyasini Milliy Demokratik Partiya Qo'mitasi ofislarini talash uchun 250 ming dollar berishga ishontirishga muvaffaq bo'ldi. Birinchidan, u o'g'irlash, o'g'irlash va "birinchi sinf qizlarini" o'z ichiga olgan bir million dollarlik sxemani taklif qildi. Shundan so'ng, faqat o'g'irlikni o'z ichiga olgan 250 ming dollarlik sxemasi, unchalik yomon emasdek tuyuldi. Qaroqchilar qo'lga olingandan keyin yuzaga kelgan janjal Niksonni iste'foga chiqishga majbur qildi.

Imkoniyatlar cheklangan bo'lsa, biz ularni yanada ko'proq xohlaymiz

Kamchilik: Imkoniyatlar cheklangan bo'lsa, imkoniyatlar yanada qimmatroq ko'rinadi. Buning sababi, odamlar imkoniyatlarni sog'inishni yomon ko'rishadi. Bu reklama beruvchilarga yaxshi ma'lum.

Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, sub'ektlar go'shtni sotish uchun vaqt cheklanganligini bilganlarida, ularda vaqt chegarasi bo'lmaganidan uch baravar ko'proq sotib olishgan. Ushbu ta'sir, odamlar sotishni faqat ozchilik bilishini aytganda, yanada kuchaydi. Qabul qiluvchilarni aktsiya to'g'risida bilmagan xaridorlardan farqli o'laroq, olti baravar ko'proq go'sht sotib olishga undagan xabar!

Etishmasligi uchun shartlar:

1. Agar yaqinda buning imkoniyati sezilarli darajada kamaygan bo'lsa, yana nimadir istaymiz. Inqiloblar yashash sharoitlari keskin yomonlashganda yuz beradi, ammo ular doimiy ravishda yomon

bo'lganda emas. To'satdan yomonlashish odamlarning yaxshiroq narsani xohlashini kuchaytiradi.

2. Raqobat Kim oshdi savdosida, munosabatlarda yoki ko'chmas mulk bilan bog'liq bitimlarda biror narsani yo'qotish yoki raqibingizni yo'qotish g'oyasi bizni ikkilanuvchi odamdan haddan tashqari g'ayratli odamga aylantiradi. Ko'chmas mulk agentliklari, bu haqiqatan ham bo'ladimi-yo'qmi, tekshirilayotgan uy / kvartiraga yana bir necha murojaat etuvchilar ham qiziqish bildirmoqda.

Ushbu mahsulotni foydaliligi (ta'mi yoki funktsiyasi tufayli) yoki shunchaki uni olishni asossiz istagingiz tufayli xohlaysizmi, deb o'ylang.

Taqiqlangan narsalar va ma'lumotlar maqbul deb hisoblanadi.

Odamlar olishlari mumkin bo'lmagan narsani xohlashadi. Florida shtatidagi Dade County, kir yuvish vositalariga fosfat qo'shishni noqonuniy deb aytganda, aholi nafaqat kontrabanda va zaxiralashni boshladilar, balki ular fosfat asosidagi yuvish vositalarini avvalgidan yaxshiroq deb hisoblashdi. Ota-onalar o'z farzandlarida bunday isyonkor xulq-atvorni kuzatadilar: agar bolada u bilan o'ynash qat'iy qat'iy taqiqlansa, har qanday o'yinchoq yanada jozibador bo'lib qoladi.

Tsenzura - taqiqlangan ma'lumotlar erkin foydalanishdan ko'ra muhimroq hisoblanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, kollej o'quvchilariga "Birgalikda yotoqxonalariga qarshi" ma'ruzasi taqiqlanganligi haqida xabar berishganda, ular unga hatto bir so'z ham eshitmasdan hamdard bo'lishdi!

Sud zallarida: sudyalarga "taqiqlangan" ma'lumotlar ta'sir ko'rsatishi mumkin. Sug'urta kompaniyasi to'lovni to'lashini bilgach, da'vogarlariga katta zararni to'laydilar. Va agar sudya sudlanuvchining sug'urtasi borligiga e'tibor bermaslikni buyurgan bo'lsa, ular yanada katta yo'qotishlarga sabab bo'ladilar. "Taqiqlangan" ma'lumotlar ular uchun ahamiyatli bo'lib tuyuladi va ularni haddan tashqari shafqatsiz munosabatda bo'lishga majbur qiladi.

Biz so'zlarimiz va ishlarimizda qat'iy bo'lishga qaror qildik

Sizning so'zlaringiz uchun javob berish istagi, hatto shaxsiy xavfsizligingiz haqida qayg'uradi. Sohilda yashovchilar yaqin atrofdagi

sochiqdan bosqichma-bosqich radio o'g'irlanishiga guvoh bo'lganlarida, dam oluvchilarning atigi 20 foizi bunga munosabat bildirgan. Ammo agar sochiqning egasi birinchi navbatda odamlardan o'z narsalariga g'amxo'rlik qilishni so'rasa, ularning 95 foizi o'g'rini ta'qib qilishni boshlagan va radioni undan tortib olgan haqiqiy jangchilarga aylangan.

Biror narsani so'z yoki harakatlar bilan va'da qilishimiz bilan, biz izchil bo'lishni xohlaymiz. Jamiyat tomonidan qabul qilingan majburiyat bu eng kuchli harakatlantiruvchi kuchdir.

Bir misol. Sud zalidagi sudyalalar buni ochiq e'lon qilganlaridan keyin fikrlarini o'zgartirmaydilar.

Oldingi harakatlarimizga mos ravishda biz o'zimizning qiyofamizni o'zgartiramiz.

Bir misol. Koreyadagi urushdan keyin xitoy tergovchilari amerikalik harbiy asirlarni hamkorlik qilishga majburlashdi va kichik imtiyozlar berishlarini so'rashdi: "Amerika mukammal emas" kabi bema'ni gaplarni yozing va imzolang. Ushbu gaplarni qamoqxonada o'qiyotgan mahbuslar ularni "hamkorlik qiluvchilar" deb nomlashdi. Mahbuslar, shuningdek, xitoylar uchun foydaliroq bo'lib, o'zlarini sheriklar deb hisoblashdi. Ular o'zlarining imidjlarini o'zlarining xatti-harakatlariga mos ravishda o'zgartirishdi. Yozma majburiyat bu jarayonning muhim qismidir: yozma va imzolangan so'zlarda muqarrar ravishda kuchli narsa bor edi.

Uyma-uy usulning afzalligi bor - hatto kichik majburiyatlar bizning o'zimizning obro'simizga ta'sir qiladi. Bu xaridorlarni imidjini o'zgartiradigan kichik majburiyatni bajarishga majbur qiladigan yirik bitimlar tuzadigan sotuvchilar orasida juda mashhur.

Biror narsa uchun kurashish ichki o'zgarishni hosil qiladi

Guruhga yangi a'zo qabul qilinganda, boshlash marosimlari odatda og'riq va xo'rlash bilan bog'liq. Bunday shafqatsiz amaliyotni bostirishga urinishlar har doim o'jar qarshilikka duch keladi. Ushbu guruhlar, agar odamlar biron narsaga erishish uchun sinovdan o'tishsa, uni ko'proq qadrlashlarini bilishadi. Kerakli harakatlar ishtirokchilarni guruhni jiddiy qabul qilishga majbur qiladi.

Kollejlar birodarligi kabi guruhlar o'z tashabbuslarini jamoat xizmatining shakliga aylantirish harakatlariga qarshi. Ular nomzodlardan kamsituvchi tashabbus marosimida qatnashish uchun ichki tanlov qilishlarini istaydilar. Bu ularning xatti-harakatlarini tashqi tomondan oqlashga imkon beradigan "bu jamiyat uchun" degan bahonadan foydalanish imkoniyatini bermaydi. Bunday ichki tanlov tashqi bosim tufayli tanlovdan ko'ra o'zgarmas ichki o'zgarishni keltirib chiqaradi.

Muvofiqlik bo'yicha mutaxassislar narxlarni pasaytirish bilan bizni ichki o'zgarishlarga olib keladi.

Bir misol. Avtomobil sotuvchisi shunday arzon mashinani taklif qilishi mumkin, biz uni darhol sotib olishga qaror qilamiz. Diler yaxshi biladiki, sinov drayvida biz avtomobil sotib olishning boshqa bir qator sabablarini, masalan, "yaxshi yurish", "yoqimli rang" va hokazolarni mustaqil ravishda topamiz. So'nggi daqiqada taklif "bank xatosi" tufayli qaytarib olinadi, va sotuvchi undan yuqori narxni chaqiradi. Qoida tariqasida, biz ichki o'zgarishlar tufayli avtomobil sotib olamiz: sinov drayveri paytida biz o'zimiz uchun o'ylab ko'rgan sabablar.

Shubha tug'ilganda, biz ijtimoiy dalilga muhtojmiz

Ijtimoiy isbot printsipi - biz ko'pincha nima qilish kerakligini hal qilamiz, boshqalar nima qilayotganiga qarab. Bu bizni boshqarish uchun ishlatiladi.

Bir misol. Televizion shoular hazilni kulgili qilish uchun ekran qahqahasidan foydalanadi. Cherkov hamma xayr-ehson qilayotganday taassurot qoldirish uchun pul to'plam qutilarini pastki qismida bir nechta banknotalar bilan o'rnatgan.

Ijtimoiy dalillar, ayniqsa noaniqlik hukm surganda kuchli bo'ladi.

Bir misol. Kitty Genovese ismli yosh ayol 1964 yilda Nyu-Yorkdagi uyi yaqinida pichoqlab o'ldirilgan. Hayratda qoldiradigan narsa shundaki, hujum yarim soatdan ko'proq davom etdi, 38 kishi uni kuzatib, qichqiriqlarni tinglashdi, lekin hech kim aralashmadi va politsiyani chaqirishga ham botinmadi.

Guvohlarning harakatsizligi ikki omilga bog'liq edi:

1. Ko'p odamlar ishtirokida har bir kishining shaxsiy javobgarlik hissi kamayadi.
2. Shahar atrof-muhitida ko'plab noaniqliklar mavjud: noma'lum narsalar va begonalarning ko'pligi. Odamlar ishonchsiz bo'lganda, ular boshqalarning nima qilayotganiga qarashadi.

Genoveze misolida, odamlar jimgina derazadan derazalarni ochishga harakat qilishdi, bu esa boshqalarga harakatsizlik to'g'ri xatti-harakat ekanligini aniqladi.

Olomon o'rtasida favqulodda vaziyat yuzaga kelganida, bitta odamni ajratib olish va unga aniq yordam so'rash kerak. Shunday qilib, siz tanlagan odam boshqalardan yo'l-yo'riq izlashga ehtiyoj sezmaydi va yordam beradi.

Biz ko'pincha boshqalarga taqlid qilamiz. Kuzatish mavzusi biz kabi bo'lganida, bu yaxshilanadi. O'smirlar kiyim tanlashda tengdoshlarining fikriga juda bog'liq. Reklamachilar ko'pincha mahsulotni ma'qullaydigan "ko'chadagi oddiy odamlar" so'rovnomalari yordamida reklamalardan foydalanadilar. Biz bu odamlarni o'zimizga o'xshash deb o'ylashga moyilmiz va ularni ma'qullash yaxshi mahsulot sifatining ko'rsatkichidir.

Boshqalarga taqlid qilish tendentsiyasi qayg'uli statistikaga ham olib kelishi mumkin: o'z joniga qasd qilish ommaviy axborot vositalarida keng yoritilgandan so'ng, kelgusi haftada baxtsiz hodisalar natijasida o'lganlar soni keskin oshadi. O'z joniga qasd qilish hikoyasini o'qib chiqib, ba'zi odamlar qurbonga taqlid qilishga qaror qilishadi. Bir qator sabablarga ko'ra, ba'zilar o'zlarining o'limini tasodifiy xarakterga berishni yoki avtoullovni samolyotda boshqarayotganda buni qilishga qaror qilishadi. Izohlanmagan baxtsiz hodisalarning ko'payishi kuzatilmoqda. Bu o'z joniga qasd qiladigan odamlar emas: tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, o'z joniga qasd qiladigan har bir gazeta sahifasida aslida 58 kishi o'ldiriladi.

Bu Gyote romani sharafiga nomlangan, 18-asrda bosh qahramonga taqlid qilib, butun Evropada o'z joniga qasd qilish to'lqinini keltirib chiqargan Wterther effekti. Agar o'z joniga qasd qilgan odam maqolani o'qiyotgan odamga o'xshash bo'lsa, ta'sir kuchayadi. Yoshlar boshqa o'spirinning o'z joniga qasd qilgani haqida o'qiyotganda, ular mashinalarga ko'priklardan tushib, to'siqlarga qulab tusha boshladilar.

Va keksa odamlar boshqa keksa odamlarning o'z joniga qasd qilish haqidagi yangiliklariga munosabat bildirishdi.

Biz o'zimiz yoqtirgan kishilarning talablarini bajarishga ko'proq tayyormiz va ba'zi odamlar zavqlanishni oson deb bilishadi.

Biz o'zimiz yoqtirgan odamlarga ko'proq sodiqmiz. Muvofiqlik bo'yicha mutaxassislar odamni sevishimizga nima sabab bo'lishini bilishadi

1. **Jismoniy jozibadorlik.** Bizga yoqimli odamlarni aqlli, mehribon va halol deb bilamiz. Shuningdek, biz siyosiy saylovlarda yanada jozibador nomzodlarga ovoz berishga moyilmiz.
2. **Yassi.** Bizga hech bo'lmaganda bilvosita aloqador bo'lgan odamlar yoqadi. Sotuvchilar bizni tez-tez maqtashadi va biz bilan qandaydir aloqani bildiradilar: "Qanday chiroyli galstuk, ko'k ham mening eng sevimli rangimdir".
3. **O'zaro aloqalar** har qanday umumiy maqsadlar uchun. "Yaxshi politsiyachi / yomon politsiyachi" so'roq qilish usuli ushbu omildan foydalanadi: gumon qilinuvchi "yomon politsiyachini" og'zaki ravishda ishlatgandan so'ng, "yaxshi politsiyachi" tushunchasi aybni tan olishga hissa qo'shadigan do'st va yaqin odam kabi himoya qiladi.
4. **Narsalarning jozibadorligi** odamlar bilan muloqot qilishimiz. Sinoptiklar noqulay ob-havo bilan bog'liq. Yomon ob-havoni aniq bashorat qilish uchun unga qotillik tahdid solishi mumkin. Agar mazali kechki ovqat paytida biron bir narsa haqida eshitsak, biz bu masalani idishning ijobiy his-tuyg'ulari bilan bog'lashga moyilmiz.

O'zingizdan so'rang: bu odamga haqiqatdan ham oshiq bo'lganmisiz yoki u kutilmaganda va to'satdan, qisqa vaqt ichida sodir bo'lganmi?

Manipulyatsiyaga berilmang.

Odamlar kuch va uning belgilariga osongina bo'ysunadilar

Tug'ilganimizdan boshlab, biz hokimiyatga bo'ysunishga o'rgatilganmiz. Buni o'ylamasdan ham qilamiz. Stenli Milgram, obro'li odamning buyrug'i bilan faollar boshqalarni o'lim xavfiga qo'yishi mumkinligini aniqladilar.

Bir misol. Bemorning qulog'ini davolagan hamshira shifokor tomonidan yozilgan ko'rsatmani oldi: "Dori-darmonni quloqqa qo'ying" (R qulog'idagi joy) va dorini bemorning qorin bo'shlig'iga tomizishni boshladi. Hamshira R qulog'ini (R [o'ngdan] - o'ng, quloq - quloq) Orqa (qo'pol orqa) deb tushungan. U ham, bemor ham bu uning qulog'iga qanday yordam berishi mumkinligini o'ylamadilar. Kuch mustaqil fikrlashni yo'q qiladi.

Agar boshqa odamning vakolati haqida ishonchli dalillar bo'lmasa, biz uni baholash uchun oddiy belgilardan foydalanamiz. Sarlavhalar juda kuchli vositalar. Biz o'zimizni professorga o'xshagan odam bilan duch kelganimizda, biz o'zimizni yanada obro'li bo'lamiz, o'z fikrlari bilan o'rtoqlashamiz va hatto uni jismonan balandroq ko'rishga moyilmiz!

Kiyim va atributlar kuch-qudratning ramzidir.

1. Bu odam haqiqatan ham obro'ga egami yoki u shunchaki o'zini ko'rsatadimi?
2. U bu vaziyatda qanchalik halol bo'lishi mumkin? U o'z manfaatlarini o'ylaydimi?

Eng asosiysi

Biz hayvonlar kabi manipulyatsiya qilish osonmi?

- Bizning stereotipli fikrlashimiz bizga qarshi ishlatilishi mumkin.
- Bizning ichimizdagi qanday mexanizmlarni osonlikcha boshqarish mumkin?
- Odamlar o'zaro almashinishga muhtoj.
- Muvaffaqiyatsiz keyin orqaga chekinish - bu o'zaro murosaga va kontrast printsipining ishlashiga olib keladigan yashirin taktika.
- Imkoniyatlar cheklangan bo'lsa, biz ularni yanada ko'proq xohlaymiz.
- Taqiqlangan narsalar va ma'lumotlar maqbul deb hisoblanadi.
- Biz so'zlarimiz va ishlarimizda qat'iy bo'lishga qaror qildik.
- Biror narsa uchun kurashish ichki o'zgarishni hosil qiladi.
- Shubha tug'ilganda, biz ijtimoiy dalilga muhtojmiz.

Biz qanday odamlarga bo'ysunamiz?

- Biz kabi odamlarni kuzatish qarorlarimizni o'zgartirishi mumkin.
- Biz o'zimizga yoqadigan kishilarning talablarini bajarishga ko'proq tayyormiz va ba'zi odamlar bizga osongina yoqadi.
- Odamlar nafaqat kuchga, balki uning belgilariga osongina bo'ysunadilar.