

Конспект книги

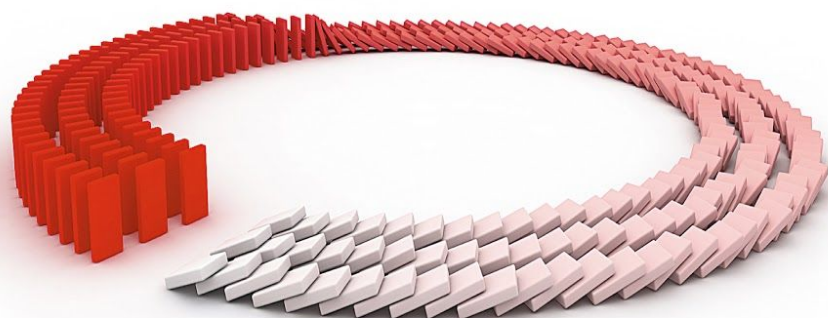
Роберт Чалдини
“Психология влияния”

МАСТЕРА ПСИХОЛОГИИ

Роберт Чалдини

ПСИХОЛОГИЯ
ВЛИЯНИЯ

5-е издание



Введение

Чалдини в последней версии “Психологии влияния” добавил значительное количество интервью, цитат и описаний систематических личных наблюдений, выводы «Психологии влияния» основываются на результатах научно обоснованных психологических исследований. «Психология влияния» лишней раз подтверждает — материал, который часто кажется сухим и излишне научным, при должной подаче может оказаться свежим, полезным и легким для усвоения.

Чалдини хотел выяснить, какие психологические принципы лежат в основе податливости в отношении просьбы или требования. В последнее время психологам стало многое известно об этих принципах — каковы они и как работают. Он охарактеризовал подобные принципы как рычаги влияния и описал их в своей книге.

Для кого предназначена книга

- Для тех, кто хочет распознавать манипуляции и не поддаваться на них
- Для тех, кто хочет изучить уступчивость
- Для тех, кто хочет понять механизмы автоматического влияния.

Плюсы книги

Плюсы в тысячи различных тактиках получения согласия, большая часть которых попадает в шесть основных категорий, каждая из которых соответствует одному из фундаментальных психологических принципов, лежащих в основе человеческого поведения. В книге описываются эти шесть главных принципов, по одному в каждой главе. Все принципы — принцип последовательности, принцип взаимного обмена, принцип социального доказательства, принцип авторитета, принцип благорасположения, принцип дефицита — рассматриваются с точки зрения их приложения к общественной жизни и с точки зрения того, как они могут быть использованы «профессионалами уступчивости», которые основывают на них свои просьбы о приобретениях, денежных пожертвованиях, концессиях, голосах, согласии.

Об авторе

Роберт Б. Чалдини — профессор психологии и член правления Университета штата Аризона, где он также руководит научными исследованиями аспирантов. Он получил свои степени бакалавра, магистра и доктора психологии в университетах Висконсина, Северной Каролины и в Колумбийском университете соответственно. Он бывший президент Ассоциации личности и социальной психологии.

Свой непроходящий интерес к хитросплетениям социального влияния он объясняет тем, что вырос в итальянской семье, но преимущественно польском окружении, в исторически немецком городе Милуоки, расположенном в «сельском» штате.

Глава 1

Рычаги влияния

“Общество движется вперед путем увеличения числа операций, которые может осуществлять, не раздумывая над ними.”

Люди на очень многие окружающие их вещи реагируют автоматическим, стереотипным образом. В этом мы схожи с животными. Индюшка-наседка кидается даже на чучело хорька — своего злейшего врага. Но стоит к этому чучелу подсоединить магнитофон, издающий звук «чип-чип» (так кричат маленькие индюшата), и индюшка не только не кинется на чучело хорька, но и заберет его под себя. Наши реакции во многом похожи на реакции животных, хоть они намного сложнее и менее предсказуемы.

Автоматическое мышление на самом деле нам необходимо. Оно позволяет концентрироваться на первостепенных задачах, отдавая автопилоту второстепенные. Но проблема в том, что нашу склонность к автоматизму могут использовать против нас недобросовестные люди.

Автоматизм реакций может выражаться по-разному.

Так, Роберт Чалдини приводит следующий пример — однажды в ювелирном магазине покупатель вмиг раскупили бижутерию из бирюзы после того как по ошибке на нее была установлена двойная цена.

Почему? Покупатели посчитали, что более высокая цена означает более высокое качество. Они не стали анализировать ситуацию с целью выяснения реальной стоимости бирюзы. Людям было достаточно информации, что бирюза высокого качества раз она такая дорогая. Возымел действие стереотип — дорогое значит хорошее.

Чалдини пришел к выводу, что напряженный ритм современной жизни часто не позволяет нам принимать полностью осмысленные решения даже по многим важным для нас вопросам. Иногда вопросы бывают такими сложными, время — таким ограниченным, отвлекающие моменты — такими назойливыми, эмоциональное возбуждение — таким сильным, умственное напряжение — таким высоким, что мы не в состоянии быть внимательными и действовать обдуманно. Важен вопрос или нет — мы вынуждены мыслить стереотипно.

Чалдини сравнивает женщину, практикующую джиу-джитсу с теми, кто использует орудия автоматического влияния, которые находятся вокруг нас. Эксплуататоры людей могут применять эти орудия, прилагая очень мало собственных усилий. Это дает им важное дополнительное преимущество — способность манипулировать без видимого проявления манипулирования.

Глава 2

Взаимный обмен. Старые «Дай» и «Бери»

“Плати каждый свой долг, как если бы сам
Господь выписывал счет.”

Правило взаимного обмена — одно из наиболее могущественных орудий влияния людей друг на друга. Что оно означает?

подавляющее большинство людей руководствуются в своей жизни правилом «услуга за услугу». Мы стараемся отплатить за то, что другой человек для нас что-то сделал. Это наша биологическая особенность, которая помогла выжить человеческому обществу. Благодаря правилу взаимного обмена существуют разделение труда, торговля, оказание услуг и многие другие неотъемлемые сферы современной жизни. Это правило глубоко внедрилось в нашу систему отношений и стало частью нашей морали.

Следует подумать о скрытых возможностях. Люди, которые нам не нравятся — непривлекательные или навязчивые торговцы, знакомые с тяжелым характером, представители странных или непопулярных организаций, — могут вынудить нас делать то, что им хочется, просто оказав вам небольшую любезность до того, как они обратятся со своими притязаниями. Однако помимо очевидных достоинств, у этого правила есть и обратная сторона —

благодаря ему мы становимся легкой мишенью для манипуляторов. Немало людей умеет извлекать выгоду из нашего чувства признательности.

“На услугу следует отвечать услугой; на нее нельзя отвечать пренебрежением и уж конечно — нападением.”

Чалдини пишет о том, что женщины часто отмечают, что испытывают неприятное чувство обязанности, когда мужчины вручают им дорогие подарки или платят за дорогостоящий выход в свет. Даже угощение дешевой выпивкой может породить чувство долга. Исследования подтверждают, что основание для такого беспокойства имеется если женщина, вместо того чтобы платить самой, позволяет мужчине покупать себе выпивку, она автоматически начинает считаться более доступной для него в сексуальном отношении.

Еще один способ использования правила взаимного обмена — это взаимные уступки. Но это способ более утонченный.

Для его иллюстрации Роберт Чалдини описывает следующий пример:

«Как-то раз я прогуливался по улице, и вдруг ко мне подошел одиннадцати- или двенадцатилетний мальчик. Он представился и сказал, что продает билеты на ежегодное представление бойскаутов, которое состоится вечером в ближайшую субботу. Мальчик спросил, не хочу ли я купить несколько билетов по пять долларов за штуку. Поскольку представление бойскаутов было не тем мероприятием, которое мне хотелось бы посетить

в субботний вечер, я отказался. «Хорошо, — сказал мальчик, — если вы не хотите купить билеты, как насчет больших плиток шоколада? Они всего лишь по доллару за штуку». Я купил пару и немедленно осознал, что случилось нечто заслуживающее внимания, потому что: а) я не люблю шоколад; б) я люблю доллары; в) я остался с двумя ненужными мне шоколадными плитками; г) мальчик ушел с моими двумя долларами».

Этот пример демонстрирует нашу склонность считать, что мы обязаны уступить тому, кто уступает нам. Это правило полезно в нормальных отношениях, когда партнеры идут на компромиссы ради сохранения отношений. Но часто это становится орудием в руках манипуляторов, превращаясь в методику получения согласия в духе «отказ-затем-отступление».

Несмотря на то, что люди могут распознать манипуляцию и не повестись на нее, эта тактика остается очень эффективной в том числе и потому, что получив уступку, жертва чувствует удовлетворение, а это ведет к дальнейшим уступкам.

Следует прислушиваться к своим ощущениям. Когда вы интуитивно чувствуете, что вами манипулируют, обратите внимание на логику последовательности и укажите на её абсурдность тому, кто пытается вас вынудить на обязательство.

Глава 3

Суеверия сознания. Обязательство и последовательность

“Легче сопротивляться в начале, чем в конце.”

Чалдини рассказывает об исследовании, которое было проведено двумя известными канадскими психологами и выявило интересный факт. Люди, пришедшие на ипподром, становились гораздо более уверенными в победе выбранной ими лошади после того, как ставки были сделаны. Казалось бы, шансы данной лошади не менялись: это та же самая лошадь, в том же самом заезде, на той же дорожке. Однако в сознании держащих пари людей перспективы ее значительно улучшаются после того, как на нее сделана ставка. На первый взгляд такая метаморфоза немного озадачивает. Причина этой бросающейся в глаза перемены связана с социальным влиянием. Все мы стремимся соответствовать тому, что мы уже сделали.

Поскольку нам обычно полезно быть последовательными, мы поддаемся искушению быть таковыми автоматически, даже в ситуациях, когда это неблагоприятно. Если последовательность проявляется бездумно, она может быть губительной. Тем не менее даже «слепая» последовательность имеет свои привлекательные стороны. Автоматическое стремление к последовательности позволяет закрыть глаза на необходимость понимания причин подсознательной тревоги.

Таким образом, автоматическое стремление к последовательности является своего рода щитом, выставляемым мышлением. Неудивительно, что этот механизм интенсивно используется теми, кто предпочитает, чтобы мы реагировали на их требования не задумываясь. Для подобного рода эксплуататоров наше автоматическое стремление к последовательности является золотой жилой. Они умеют так ловко заставить нас проигрывать свои «магнитофонные записи последовательности», когда им это выгодно, что мы даже не осознаем, что нас поймали.

Эту нашу особенность также используют, например, бармены, которые выкладывают на стол свои собственные деньги, оставляя видимость чаевых. Видя, что кто-то уже оставил чаевые, клиенты охотнее дают их сами.

Рекламные агенты любят сообщать нам, что продукт «удивительно быстро раскупается». Не нужно убеждать нас в том, что продукт хорош, достаточно лишь сказать, что так думают многие.

Социологи определили, что мы принимаем на себя внутреннюю ответственность за выбранную форму поведения, когда думаем, что предпочли ее при отсутствии сильного внешнего давления. Крупное вознаграждение является одним из видов такого внешнего давления. Оно может заставить нас совершить определенное действие, но оно не принудит нас принять на себя внутреннюю ответственность за это действие.

Следовательно, мы не будем чувствовать себя связанными обязательством. То же самое справедливо в отношении сильной угрозы: из-за страха мы можем немедленно уступить, но мы вряд ли возьмем при этом серьезное обязательство.

Все это имеет большое значение для воспитания детей. Никогда не следует подкупать своих детей или угрожать им, чтобы они делали то, во что должны, по нашему мнению, поверить. Подобное давление приведет лишь к временному подчинению нашим желаниям. Однако если мы хотим большего, если мы хотим, чтобы наши дети верили в правильность того, что они делают, если мы хотим, чтобы они продолжали придерживаться желаемой линии поведения и в наше отсутствие, мы должны каким-то образом организовывать дело так, чтобы дети принимали на себя внутреннюю ответственность за те действия, которые мы от них ждем.

Единственная эффективная защита от мощного орудия влияния, представляющего собой сочетание принципа принятия обязательства и присущего человеку стремления к последовательности, заключается в осознании следующего. Однако поскольку автоматическая последовательность в целом весьма полезна — благодаря ей мы можем вести себя адекватно и рационально большую часть времени, — ее нельзя совсем «убрать» из нашей жизни.

Единственный выход — научиться определять момент, когда такая последовательность начинает вести к плохому выбору. Существуют два отдельных вида сигналов, предупреждающих нас:

- Сигналы, поступающие из желудка. Первый вид сигнала узнать легко. У нас начинает сосать под ложечкой, когда мы понимаем, что оказались в западне и должны подчиниться требованию, которое не хотим выполнять.
- Сигналы, поступающие из глубины сердца. Желудок не является особенно «чутким» и «проницательным» органом. Только когда становится очевидно, что мошенники вот-вот обманут, желудок может подать сигнал тревоги. Если же обман завуалирован, наш желудок может вовсе не отреагировать. В таком случае мы должны поискать иные сигналы.

Глава 4

Социальное доказательство. Истина — это мы

“Там, где все думают одинаково, никто не думает слишком много.”

Удивительно, что принцип социального доказательства влияет и на ощущение человеком боли, что подтверждается экспериментами, в которых люди реагировали менее болезненно, когда видели, что другие никак не реагируют на болезненные действия.

Принцип социального доказательства лучше всего работает в неопределенности.

«В общем, когда мы не уверены в себе, когда ситуация представляется нам неясной или двусмысленной, когда «правит бал» неопределенность, мы склонны оглядываться на других и признавать их действия правильными».

Еще один путь, по которому развивается неуверенность, связан с ситуацией, которая нам недостаточно знакома. При таких обстоятельствах люди особенно склонны полагаться на руководство другими людьми. Однако, как отмечает Роберт Чалдини, когда мы ориентируемся на других в непонятной ситуации, то упускаем важный факт:

«Эти люди, возможно, также следят за нашими реакциями. В двусмысленных ситуациях желание каждого узнать, что делают другие, может привести к вызывающему глубокий интерес психологов так называемому феномену плюралистического невежества».

Этот феномен проявляется, например, в бездействии людей, когда они видят человека, лежащего на улице, или слышат подозрительные звуки. Проблема в том, что и другие люди думают также.

Таким образом, главное в критической ситуации — разрешить сомнения окружающих относительно вашего состояния и их ответственности. Нужно быть точным, насколько это возможно, заявляя о своей потребности в помощи. Не нужно позволять сторонним наблюдателям приходить к собственным заключениям.

Помимо тех случаев, когда социальные доказательства умышленно фальсифицируются, встречаются случаи, когда принцип социального доказательства направляет нас по неверному пути. Невинная ошибка будет создавать растущее, как снежный ком, социальное доказательство, которое станет толкать нас к неверному решению. В качестве примера Чалдини предлагает рассмотреть феномен плюралистического невежества, при котором все свидетели чрезвычайного происшествия не видят причины для тревоги. Представление о том, что в толпе находиться безопасно, оказывается неверным, когда главную роль начинает играть стадный менталитет.

Глава 5

Благорасположение

“Главная задача адвоката на судебном процессе — добиться, чтобы присяжным понравился его клиент.”

Этот эффект состоит в том, что мы быстрее откликаемся на просьбы тех, кого знаем. Эту нашу особенность также умеют хорошо использовать себе на пользу профессиональные манипуляторы.

«Профессионалы уступчивости» нередко используют на практике правило благорасположения с целью добиться от людей согласия. Подобные профессионалы пытаются извлечь выгоду из этого правила даже тогда, когда не существует дружеских связей, которые они могли бы эксплуатировать. В таких случаях эти профессионалы все же пользуются узами благорасположения, применяя достаточно прямолинейную стратегию уступчивости: они в первую очередь стараются сами нам понравиться.

Так, в компании Shaklee, специализирующейся на торговле хозяйственными товарами, агентам, которые ходят по многоквартирным домам, вменяется в обязанность спрашивать клиента, кого еще из своих знакомых и родственников он мог бы порекомендовать.

Командная работа обычно влияет на исчезновение враждебности и способствуют установлению дружеских отношений. Многие корыстно пользуются этим, заявляя что-то в духе «Мы работаем с вами ради одной цели» или «Мы с вами в одной команде».

В большинстве случаев нам нравится то, что нам знакомо (Monahan, Murphy & Zajonc, 2000). Чтобы проверить это, Чалдини рекомендует провести эксперимент. Необходимо взять негатив фотографии, которая показывает полностью ваше лицо, и сделать с его помощью пару отпечатков: один — показывающий, как вы выглядите на самом деле, и другой — показывающий «зеркальный» образ (левая и правая стороны вашего лица при этом поменяются местами). Далее нужно решить, какая «версия» нравится вам больше, а затем попросить сделать выбор вашего лучшего друга. Скорее всего, произойдет нечто странное: ваш друг предпочтет «правильный» отпечаток, а сами вы окажете предпочтение зеркальному образу. Почему? Потому что вы оба будете положительно реагировать на знакомое лицо — ваш друг на то, которое видит он, а вы — на то, которое каждый день видите в зеркале.

Следует разработать общий подход, который можно было бы применять с целью нейтрализации нежелательного влияния любого из факторов, способствующих возникновению симпатии. Очень важно правильно выбрать время для начала контратаки. Не следует пытаться выявить «факторы расположения» и воспрепятствовать их действию прежде, чем они начнут оказывать на нас влияние. Целесообразнее будет позволить этим факторам сработать. К действиям, Чалдини советует переходить тогда, когда неадекватное чувство симпатии уже вызвано «профессионалом уступчивости». Время занимать

оборонительную позицию наступает тогда, когда мы начинаем чувствовать, что кто-либо нравится нам больше, чем следовало бы при данных обстоятельствах.

Глава 6

Авторитет. Управляемое уважение

“Следуй за сведущим.”

Роберт Чалдини приводит пример известного эксперимента психолога Стэнли Милграма, продемонстрировавшее, что при наличии давящего авторитета даже взрослые и вменяемые люди способны совершать действия, которые ставят под угрозу жизнь и здоровье другого человека. Неудивительно, что авторитарные правительства добиваются послушания от своих граждан

Всякий раз, когда мы сталкиваемся с действием чрезвычайно сильного мотивирующего фактора, есть основание предполагать, что столь мощная мотивация не может не иметь соответствующей социальной базы. Широко разветвленная, признанная практически всеми социальными слоями система власти авторитетов предоставляет обществу огромные преимущества. Она дает возможность развиваться сложным структурам, регулирующим материальное производство, торговым, оборонным структурам, а также структурам социального контроля. Другая альтернатива, анархия, едва ли способствует общественному прогрессу.

Однако склонность к подчинению может означать и послушание без раздумий тогда, когда они (размышления) необходимы. Например, в медицине — медицинский персонал слишком часто автоматически подчиняется докторам, из-за чего воплощается в жизнь немало ошибочных

решений, которых можно было бы избежать с помощью открытого обсуждения.

Кроме того, очень часто принцип авторитета используют мошенники, выдающие себя за экспертов, которые на самом деле никакими авторитетами не являются. Такие люди могут создавать вокруг себя то, что Роберт Чалдини называет «облаком авторитета» в виде разных титулов, одежды и других атрибутов, обычно присущих настоящим профессионалам.

Чтобы противостоять влиянию авторитета, необходимо прежде всего убрать элемент неожиданности. Поскольку мы обычно недооцениваем влияние авторитета (и его символов) на свои действия, мы оказываемся в невыгодном положении, поскольку не считаем нужным соблюдать осторожность в ситуациях, когда авторитету может понадобиться уступка с нашей стороны. Следовательно, чтобы защитить себя от давления авторитетов, необходимо в первую очередь осознать их власть.

Задайте себе вопрос — является ли этот авторитет специалистом в своей области? Это поможет задуматься над истинностью его авторитета и компетентности, а не реагировать на него автоматически. Таким же образом можно рассеять иллюзию авторитетности знаменитостей, рекламирующих товары и услуги, в которых они на самом деле не разбираются. Более того, этот вопрос побуждает нас проводить различие

между действительно важными авторитетами и авторитетами бесполезными, ненужными. Об этом различии мы легко забываем, когда давление авторитета сочетается со стремительным натиском проблем современной жизни.

Предположим, что мы все же столкнулись с авторитетом, который является компетентным специалистом в интересующей нас области. Прежде чем прислушаться к его мнению, следовало бы задать себе еще один простой вопрос: насколько правдивым будет, по нашему предположению, данный авторитет в данном конкретном случае? Авторитеты, даже наилучшим образом информированные, могут намеренно исказить предоставляемые нам сведения. Следовательно, нам необходимо определить, насколько эти люди надежны в данной ситуации.

Глава 7

Дефицит. Правило малого

“Для того чтобы что-то полюбить, надо осознать, что это может быть утрачено.”

Принцип дефицита часто приносит успех тем, кто его применяет потому, что построен на распространенной психологической ловушке — «возможности кажутся нам более ценными, когда их доступность ограничена». Само представление о возможной потере оказывает на человека большее влияние, чем мысль о приобретении чего-либо.

Этой нашей уязвимостью хорошо пользуются продавцы, когда, пытаясь склонить нас к покупке, рассказывают об ограниченном предложении товара.

Роберт Чалдини рассказывает о теории психологического реактивного сопротивления, разработанной психологом Джеком Бремом. Согласно этой теории, когда что-то ограничивает наш выбор или лишает возможности выбора, мы начинаем желать товары и услуги, которые помогут, как мы думаем, сохранить наши свободы. Как двухлетние дети мы сопротивляемся запретам и ограничениям. Более того, мы начинаем считать, что этот дефицитный предмет нам необходим и приписываем ему несуществующие положительные качества.

Осознание необходимости соперничества за дефицитные ресурсы является чрезвычайно важным мотивирующим фактором. Еще больше мы

начинаем желать дефицитные товары, когда осознаем конкуренцию. Эту склонность часто пытаются использовать рекламодатели, призывая нас торопиться пока товар не раскупили.

Тенденция желать того, что запрещено, и, следовательно, предполагать, что оно является более стоящим, имеет отношение не только к стиральным порошкам и прочим предметам потребления. Эта тенденция распространяется также на область получения и передачи информации. В наш век, когда возможность определенным образом оперировать информацией становится все более важным условием получения богатства и власти, необходимо знать, какова типичная реакция людей на попытки каким-либо образом ограничить их доступ к информации. То, что люди особенно сильно желают получить труднодоступную информацию, неудивительно. Скорее интересно то, что они начинают более позитивно относиться к этой информации, даже если они ее не получают.

Проблема частично заключается в том, что наша типичная реакция на дефицит мешает нашей способности думать. Когда мы видим, что нечто из того, что нам нужно, становится менее доступным, мы начинаем ощущать физическое возбуждение. Нас переполняют эмоции, кровь закипает, сознание затемняется, особенно тогда, когда мы имеем дело с конкурентами. Когда нас захлестывает поток чувств, рациональное начало отступает на второй план. Когда мы возбуждены, нам трудно сохранять спокойствие и анализировать ситуацию.

Точно так же как другие орудия влияния, принцип дефицита бывает особенно действенным в определенные моменты. Следовательно, наилучший способ обеспечить защиту — это выяснить, когда данный принцип лучше всего работает на нас.

Глава 8

«Быстрорастворимое» влияние

Примитивное согласие в автоматизированном веке

“Каждый день я делаю все возможное для того, чтобы стать еще более занятым.”

Мы склонны принимать во внимание единичные сигналы, когда у нас нет намерения, времени, энергии или познавательных ресурсов, чтобы провести исчерпывающий анализ ситуации. Когда мы торопимся, находимся в состоянии напряжения, не уверены, безразличны, расстроены или утомлены, мы имеем обыкновение сосредоточивать свое внимание на наименьшем объеме доступной нам информации.

Отсюда Чалдини делает вывод, лишаящий спокойствия: имея чрезвычайно сложный мыслительный аппарат, который позволяет нам занимать господствующее положение в мире в качестве вида, мы создали такую сложную, быстро меняющуюся и информационно перегруженную окружающую среду, что должны все чаще справляться с избытком информации таким же образом, как животные, которых мы давно превзошли.

“В двадцать первом веке любой тупица, сидящий у компьютерного терминала в лаборатории, офисе, в публичной библиотеке или дома, сможет рыться в огромных объемах информации, содержащихся в

компьютерных банках данных, задействуя механизмы, в десятки тысяч раз более мощные, чем те, которые были доступны даже такому высокоразвитому человеческому мозгу, как мозг Эйнштейна”

Поскольку технологии развиваются гораздо быстрее, чем человеческое сознание, нашей естественной способности обрабатывать информацию, скорее всего, в недалеком будущем станет недостаточно для того, чтобы мы могли ориентироваться в потоке перемен и возможностей, характерном для современной жизни. Все чаще и чаще мы будем уподобляться животным, которые не в состоянии ориентироваться в многообразии окружающей среды. Принимая решения, мы будем все реже в полном объеме осмысливать ситуацию и все чаще будем концентрировать свое внимание на каком-то одном, скорее всего самом характерном, элементе доступной нам информации.

Основная мысль книги

Распознавать манипуляции и не поддаваться на них. В книге рассматриваются технологии, направленные на то, чтобы принудить человека принять выгодное вам решение, но так, чтобы он считал, что это не ваше решение, а его собственное. Мастеров, владеющих этим тонким искусством, автор называет "профессионалами уступчивости".

Главная мысль заключается в том, чтобы не стать жертвой манипуляторов и других недобросовестных людей. Для этого нужно осознаннее относиться к собственным реакциям и научиться подвергать сомнению чужие слова и авторитет.

Практические советы

- Когда люди чувствуют ответственность за происходящее, они чрезвычайно отзывчивы. Поэтому в сложных ситуациях будьте конкретны, просите о помощи конкретных людей.
- В ситуациях, когда вам пытаются что-то продать, приводя доводы в духе социального доказательства, старайтесь отключать свой автопилот и проявлять больше бдительности.
- Чтобы противостоять влиянию авторитета, первое, что нужно сделать — «убрать элемент неожиданности», осознав его власть.
- Задайте себе вопрос — является ли этот авторитет специалистом в своей области? Это поможет задуматься над истинностью его авторитета и компетентности, а не реагировать на него автоматически.
- Очень важно помнить, что, становясь редкими в наших глазах, вещи от этого не делаются более вкусными, не начинают лучше звучать, выглядеть, ездить или работать.

Заключение

Люди склонны использовать предсказуемые «ярлыки» в различных ситуациях. Изучив эти ярлыки, Вы узнаете, как не стать жертвой манипуляций и сохранить контроль над своей жизнью.

Особенностью человеческой природы и психологии является то, что зачастую при принятии решений мы не используем всю имеющую отношение к делу доступную информацию. Мы склонны учитывать только какую-то часть целого, что влечет за собой немало ошибок.

