

ДУМАЙ!

02.10.2014

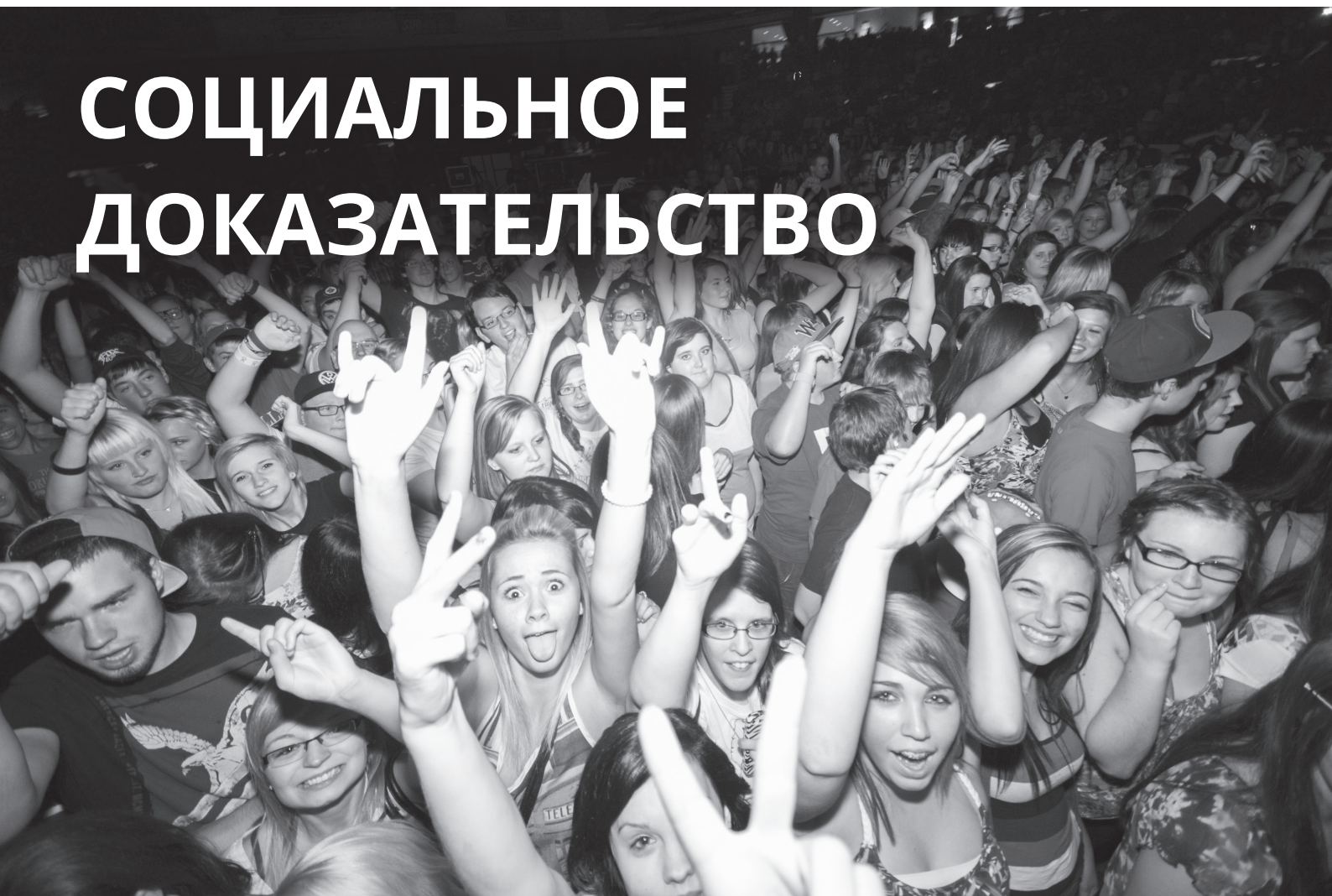
#021

<http://e-ideya.com>

<http://fb.com/eideyadumaj>

Самое лучшее оружие — у вас между ушей, под скальпом. Разумеется, если оно заряжено!
Р.Хайнлайн

СОЦИАЛЬНОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО



Согласно принципу социального доказательства, мы определяем, что является правильным, наблюдая за окружающими нас людьми и выясняя, какое поведение в данном обществе, группе, местности считается правильным. Этот принцип особенно ярко срабатывает, когда мы должны определить, как себя вести в нестандартной для нас ситуации.

Примеры из жизни, почему в этих случаях не работает логика и что делать, чтобы использовать этот принцип — читайте в статье ниже.

Мы склонны считать, что действие является правильным, если его совершают другие. Этот факт используется бизнесменами, маркетологами, рекламщиками и многими другими в самых разнообразных ситуациях. Бармены часто «солят» свои блюда для чаевых несколькими банкнотами в начале вечера. Таким образом они создают видимость того, что предыдущие посетители якобы оставили чаевые. Отсюда новые клиенты делают вывод, что им тоже следует дать чаевые бармену. В разгар всеобщего увле-

чения стилем диско некоторые владельцы дискотек фабриковали своего рода социальные доказательства престижности своих клубов, создавая длинные очереди из ожидающих, в то время как в помещениях места было более чем достаточно.

Продавцов учат сдабривать партии товара, «выброшенные» на рынок, многочисленными сообщениями о тех людях, которые уже приобрели данный продукт. Консультант по продажам Каветт Роберт на занятиях с продавцами-стажерами говорит так: «Поскольку 95% людей являются по своей природе имитаторами и только 5% — инициаторами, действия других убеждают покупателей больше, чем доказательства, которые мы можем им предложить».

При продаже сложных и дорогих проектов (например корпоративных систем управления) указание на приобретения подобного проекта другими корпорациями этой отрасли просто обязательно. Без этого шансы на продажу сильно уменьшаются. Есть зависимость, чем сложнее и дороже объект продажи — тем лучше работают подобные рекомендации. Есть феномен системы SAP. Она дороже 2-10 раз ближайшего аналога. Сложнее, дольше внедряется, дороже в поддержке. Но акционеры нефтяной корпорации выберут SAP потому что все нефтяные корпорации мира используют SAP.

Многие психологи изучали действие принципа социального доказательства, использование которого дает поразительные результаты. Альберт Бандура занимался разработкой способов изменения нежелательных моделей поведения людей. Бандура и его коллеги доказали, что можно избавить страдающих фобиями людей от их страхов потрясаяще простым способом. Например, маленьким детям, боявшимся собак, Бандура просто предложил по 20 минут в день наблюдать за мальчиком, который весело играл с собакой. Этот показ привел к заметным изменениям в реакциях пугливых детей. После четырех «сеансов наблюдения» 67% ребят выразили готовность забраться в детский манеж с собакой и оставаться там, лаская и почесывая ее,

Можете самостоятельно провести несложный эксперимент. Встаньте на одной из центральных (или просто многолюдных) улиц в час "пик", выберите точку на небе или на высоком здании и смотрите на нее в течение одной минуты. За это время вокруг вас изменится очень немного - большинство людей пройдут мимо, не взглянув вверх, и, скорее всего, ни один человек не остановится, чтобы начать смотреть вместе с вами в направлении вашего взгляда. На следующий день придите на то же место с четырьмя своими друзьями и вместе с ними проделайте то же самое. За шестьдесят секунд остановится толпа людей. Все они станут запрокидывать головы, чтобы разглядеть в небе неизвестно что. Пешеходы, которые не остановятся рядом с вами, не смогут пересилить желание взглянуть вверх хотя бы мельком.

Трое нью-йоркских социальных психологов, проводивших подобный эксперимент, заставили 80% всех прохожих поднять взгляд. Этими психологами были Милгрэм, Бикман и Берковиц в 1969 г.

причем даже в отсутствие взрослых. Очевидно, что при желании, можно вызвать и обратную реакцию или фобию, если регулярно показывать детям и даже взрослым всякие страшные и ужасные вещи по телевизору (тематика показа может быть абсолютно любой). Принцип социального доказательства прекрасно сработает и в этом направлении.

Очевидно, принцип социального доказательства работает лучше всего, когда доказательство обеспечивается действиями множества других людей.

Однако, ориентируясь на реакции и поведение других людей с целью выработки собственного решения, мы часто не обращаем внимания на один важный факт. Эти люди, возможно, также следят за нашими реакциями. В двусмысленных или нестандартных ситуациях желание каждого узнать, что делают другие, может привести к так называемому феномену плюралистического невежества. Понимание сути этого феномена помогает объяснить причину одного распространенного негативного явления, — неспособности большого числа сторонних наблюдателей оказать помощь жертвам, мучительно в ней нуждающимся.

Кратко рассмотрим классический пример подобного бездействия, который широко обсуждался в свое время в политических, журналист-

ских и научных кругах. Все началось с «рядового» убийства 30-летней Кэтрин Дженовезе, поздно ночью в марте 1964 года на своей улице, когда она возвращалась домой с работы. Кэтрин умерла не быстро, это была долгая и мучительная публичная смерть. Убийца гонялся за ней и атаковал ее на улице трижды! Все это время Кэтрин громко кричала. Невероятно, но 38 ее соседей наблюдали из своих окон, как разворачивались события, и никто даже пальцем не пошевелил, чтобы вызвать полицию.

Как могли 38 «добрых людей» не прийти на помощь в этих обстоятельствах? Никто не мог этого понять, пока этой историей не занялись два профессора психологии, Бибби Латанэ и Джон Дарлей. Они исследовали отчеты о деле и на основании своего знания социальной психологии сделали заключение, которое на первый взгляд может показаться просто невероятным: трагедия произошла потому, что присутствовало 38 свидетелей.

Психологи предположили, что по крайней мере по двум причинам сторонний наблюдатель, скорее всего, не окажет помощи жертве, находящейся в критическом положении, если рядом с ним находятся другие наблюдатели:

Первая причина довольно проста. В случае присутствия нескольких по-



Очередь за новым iPhone в Лондоне

тенциальных помощников на месте происшествия личная ответственность каждого индивида снижается: «Возможно, кто-то другой поможет или позвонит в полицию/скорую; наверное, кто-то уже это сделал.» Так как все думают, что кто-то поможет или уже помог, никто не помогает.

Вторая причина является психологически более тонкой; она включает в себя принцип социального доказательства и феномен плюралистического невежества. Очень часто критическое положение не выглядит таковым с полной очевидностью. Является ли человек, лежащий на дороге, жертвой сердечного приступа или горьким пьяницей? Являются ли резкие звуки, доносящиеся с улицы, выстрелами или эти звуки издает грузовик, а может быть и салют? Крики у соседнего подъезда — это шум драки или ссора группы друзей, вмешательство в которую не особенно уместно? В подобных неопределенных случаях люди склонны оглядываться над других, чтобы получить ключи к разгадке. По реакции других свидетелей мы пытаемся узнать, является ли данная ситуация критической.

Каждый человек решает, что, поскольку никто не озабочен, то все в порядке.

Вообразите, например, что вы летним днем слушаете концерт в парке. Когда концерт заканчивается и

люди начинают расходиться, вы замечаете слабое онемение в одной руке, но решаете, что из-за этого не стоит тревожиться. Однако, двигаясь вместе с толпой к выходу из парка, вы чувствуете, как онемение распространяется по всей вашей руке и одной стороне лица. Чувствуя себя дезориентированным, вы решаете на минутки присесть у дерева, чтобы отдохнуть. Вскоре вы понимаете, что дело плохо. Вы полностью теряете координацию и вам становится трудно шевелить губами и языком. Вы пытаетесь подняться, но не можете. Люди проходят мимо, и большинство не обращает на вас никакого внимания. Те немногие прохожие, которые заметили, как вы тяжело опустились на землю, или обратили внимание на странное выражение вашего лица, ищут социальное доказательство вокруг себя, и, видя, что никто больше не реагирует, проходят мимо, убежденные, что все в порядке.

Окажись вы в подобном положении, вам необходимо сделать нечто большее, чем просто привлечь к себе внимание! Вам следует убедить прохожих в необходимости оказания вам помощи. Используйте слово «помогите» и не беспокойтесь о том, что можете преувеличить серьезность своего состояния. Ведь речь идет о здоровье, а может быть и о жизни. Мы советуем выделить одного че-

ловека из толпы: смотрите прямо на этого человека и больше ни на кого, обращайтесь исключительно к нему: «Вы, мужчина в синем пиджаке, мне нужна ваша помощь. Вызовите врачей.» Одной этой фразой вы рассеете все возможных сомнения, которые могли бы помешать оказать вам помощь. Сделав такое заявление, вы ставите человека в синем пиджаке в положение «спасителя». Он поймет, что требуется экстренная помощь, причем он, а не кто-то другой должен ее оказать. Многочисленные исследования показывают, что результатом подобных действий с вашей стороны, будет немедленная реакция человека, к которому вы обращаетесь.

Не позволяйте сторонним наблюдателям приходить к собственным заключениям, поскольку принцип социального доказательства и феномен плюралистического невежества могут заставить их определить возникшую ситуацию как не критическую. Боритесь с естественным желанием выступить с общим призывом о помощи. Выбирайте одного человека и поручайте что-либо ему!

Тезис номера:
Обещание должно
являться публичной
офертой



У того кто ничего не делает,
всегда много помощников
Лев Толстой

Мы не поможем людям, де-
лая за них то, что они могли
бы сделать сами
Авраам Линкольн

Никто не должен покидать
своего ближнего, когда тот в
беде. Каждый обязан помочь
и поддержать своего ближ-
него, если хочет, чтобы ему
самому помогли в несчастье
Мартин Лютер

Когда человек нам не нра-
вится, мы найдем любые по-
воды отказать ему в помо-
щи, а если он нам нравится,
мы всегда убедим себя, что
ему необходимо помочь
Джордж Шоу

Давай наставления толь-
ко тому, кто ищет знаний,
обнаружив свое невеже-
ство. Оказывай помощь
только тому, кто не умеет
внятно высказать свои
заветные думы. Обучай
только того, кто способен,

узнав про один угол ква-
драта, представить себе
остальные три

Конфуций

Истинная цена помощи
всегда находится в прямой
зависимости от того, каким
образом ее оказывают

Самюэл Джонсон

Проходя тихо мимо чье-
го горя — мы часто втайне
надеемся, что мимо наше-
го — никто не пройдет

Народное

Ищите нас в Интернете:



Вопросы для обдумывания

1. Замечали ли вы за собой
работу принципа соци-
ального доказательства? В
каких ситуациях?

2. Согласны ли вы, что стоит
одному человеку начать
что-то делать в сложной
ситуации, как тут же многие
начнут ему помогать? На-
пример, в автомобильной
аварии.

3. Если вы заметите непра-
вильное, на ваш взгляд, по-
ведение других, какая мысль
первой приходит вам в голову?
Это мысль оглядеться вокруг,
посмотреть как реагируют дру-
гие окружающие вас люди?

4. Что требуется делать, ког-
да вам нужна помощь?

5. Должна ли быть просьба о
помощи персонализирован-

ной, или достаточно обра-
щаться ко всем вокруг?

*Присылайте свои ответы
к нам в редакцию на адрес
ans@e-ideya.com. В теме
письма, пожалуйста, добавь-
те «[Think-021]» (без кавычек).
Лучшие ответы (по мнению
редакции) будут опублико-
ваны с указанием авторства в
следующем номере. Спасибо!*