

تأثیر

روانشناسی فنون قانع کردن دیگران

(صفحات ۱۲۷ تا ..)

Here is where your presentation begins

تهیه کننده: ...

عمل جادویی

رفتار هر فرد بهترین گواه برای احساسات و باورهای واقعی افراد است.

قاعده مهم درک از خود: تاثیر اعمال بر تغییر دیدگاه افراد نسبت بخود و همسویی با اعمالی که انجام داده اند

استفاده چینی ها از این قاعده در به راه انداختن برنامه اردوگاه/زندان بود تا اسیران به روش های مطلوب آنها، متعهدانه عمل کنند.

عمل جادویی

قاعده درک از خود - ۱. مکتوب کردن

فواید:

نشان می دهد عمل انجام شده است

01

می توان آن را به دیگران نشان داد و با این عمل آنها را
متقاعد کرد

02

بیانیه ای که اعتقادات کسی را بازگو می کند، واکنش های غیرارادی کلیک و ویژ را در افرادی فعال می کند که آن را میخوانند و تا زمانی که نشانه ای قدرتمند در مغایرت با آن وجود نداشته باشد، تصور خوانندگان به صورت غیر ارادی این است که نویسنده متن به آن اعتقاد دارد.

عمل جادویی

هنگامی که یک تعهد کنشی شکل می گیرد، از دو طرف بر تصویر ذهنی ما از خود فشار وارد می کند:

- از داخل فشاری که می خواهد تصویرخویشتن ما را با عمل مان هم راستا کند.
- از بیرون فشاری پنهانی تر که تمایل دارد این تصویر با چیزی که مردم از ما درک می کنند، انطباق داشته باشد.

از آنجا که دیگران فکر می کنند ما به آنچه می نویسیم اعتقاد داریم - حتی هنگامی که در این مورد دست مان بسته است - ما بار دیگر فشار انطباق این تصویر ذهنی را با بیانیه نوشته شده به دست خود، احساس میکنیم.

عمل جادویی



دیگر مجاب کنندگان حرفه ای نیز، از نیروی تعهدآور متن های نوشتاری آگاهی دارند؛ برای مثال مؤسسه آم. وی، روشی را برگزیده است که با آن کارکنان بخش فروش خود را برای پیشرفت های بزرگ و بزرگ تر تحریک کند. این مؤسسه از کارکنان این بخش میخواهد برای میزان فروش خود اهدافی را تعیین کنند و با ثبت فردی آنها بر روی کاغذ نسبت به آنها متعهد باقی بمانند.

یک توصیه اساسی قبل از آنکه کارتان را آغاز کنید:

هدفی را برای خود تعیین و آن را مکتوب کنید. این هدف هرچه که باشد، نکته مهم برای شما این است که آن را تعیین کرده اید



عمل جادویی



نه تنها ام.وی بلکه دیگر سازمان
ها هم از جادوی تعهدات
نوشتاری برای مقابله با قوانین
دلسردکننده فسخ کردن قرارداد
استفاده می کنند.
تنها کاری که آنها می کنند این
است که به جای فروشنده، مشتری
را وادار می کنند قرارداد فروش را
تکمیل کند.



این سازمانها هم مانند مؤسسه
ام.وی دریافته اند، هنگامی
که افراد شخصا تعهدات خود
را بر روی کاغذ می آورند،
اتفاق خاصی می افتد: آنها به
آنچه نوشته اند، پایبند
میمانند.



عمل جادویی

روش عمومی دیگر برای پول درآوردن شرکت ها و مؤسسات تجاری که می خواهند از «جادوی» نوشتن اظهارنامه ها بهره ببرند، استفاده از نوعی ابزار به ظاهر غیر مغرضانه در تبلیغات است. برگزاری این مسابقات همان هدفی را دنبال می کند که کمونیست های چینی در برگزاری مسابقات نوشتن مقالات سیاسی دنبال آن بودند.

هدف در هر دو مورد این بوده است که تا حد امکان افراد بیشتری را به سمت مکتوب کردن علاقه خود به آن محصول سوق دهند.



نظارت عمومی

تجربه زندانیان در کره نشان داد چینی ها از وجود یک قاعده مهم روان شناسی آگاه بوده اند؛ اینکه تعهد در حضور همگان این ظرفیت را دارد که به تعهدی پایدار تبدیل شود.

هرچه موضع ما بیشتر در معرض دید همگان قرار گیرد، برای حفظ ظاهر هم که شده، کمتر مایل هستیم آن را تغییر دهیم.


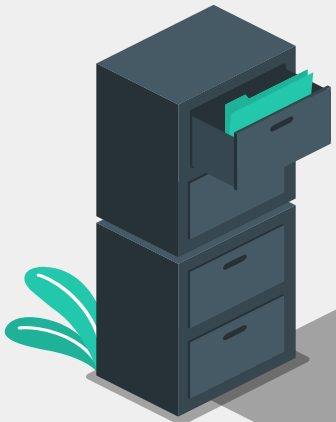


نظارت عمومی

اگر روزی خود را در منصب عضوی از هیئت منصفه یافتید که باید نخستین نفری باشد که رأی خود را می دهد، می توانید ریسک عدم اتفاق رأی با دیگران را با انتخاب شیوه رأی مخفی به جای رأی علنی کاهش دهید.

دوچ و جرارد دریافتند ما بیشترین پایداری در تصمیم های مان را هنگامی داریم که خود علناً به آنها مقید هستیم.
(مانند کاری که کلینیک های کاهش وزن یا ترک سیگار انجام می دهند)

تلاش مضاعف



دلیل دیگری هم وجود دارد که باعث می شود تعهدات مکتوب چنین اثربخش باشند و این است که در مقایسه با تعهدات شفاهی به کار بیشتری نیاز دارند. گواه آن هم روشن است، هر تلاش بیشتری که صرفاً برای ایجاد تعهد است، باعث ایجاد قدرت بیشتری در آن و در جهت تاثیر بر نگرش های فردی می شود که آن تعهد را داده است.

ما می توانیم این گواه را هم در زندگی پیشرفته خود و هم در مناطق عقب افتاده با تمدن های اولیه برای مثال قبيله ای به نام تونگا در آفریقای جنوبی که در آن پسران با مرد شدن لازم است در مراسمی پر از تشریفات شرکت کنند؛ ببینیم.

تلاش مضاعف

در طی **مراسم سنتی (هفته جهنمی)** که همه ساله در محوطه کالج ها برگزار می شود، باید تعهدات برادرانه پایدار باقی بمانند و این هدف با انجام انواعی از فعالیت ها تحقق می یابد که از سوی اعضای قدیمی گروه اخوت طراحی شده اند و به منظور سنجیدن محدودیت های قوای فیزیکی، فشارهای روانی و شرمساری های اجتماعی هستند. در پایان هفته، پسرهایی که انجام این اعمال سخت را با موفقیت به پایان برده اند، به عضویت گروه درمی آیند. در اغلب موارد شرکت در این امتحان سخت، آن ها را بسیار خسته و ضعیف می کند؛ اما گاهی اثرات منفی به جامانده از آن، بسیار جدی تر از این حرف هاست.

نکته جالب این است که تا چه اندازه ویژگی های خاص اعمال (هفته جهنمی) با مراسم تشرف قبیله ای مطابقت دارد.

01 قرار گرفتن در معرض سرما

02 تشنگی

04 تنبیه

03 خوردن غذاهای تهوع آور

05 تهدید به مرگ

تلاش مضاعف

شباهت قابل توجه دیگری هم بین مراسم تشریف به قبیله و انجمنهای اخوتی وجود دارد: اینکه این آیین ها به سادگی از بین نمی روند. این اعمال تحقیر بار علی رغم تمامی تلاش هایی که برای محو و یا سرکوب کردن آنها صورت می گیرد، به پدیده ای برجسته تبدیل شده اند.

مسئولان چه در شکل دولت های مستعمره و یا هیئت امنای دانشگاه ها، راهکارهایی مانند تهدید، فشارهای اجتماعی، اعمال قانونی، تبعید و اخراج، رشوه و ممنوعیت را امتحان کرده اند؛ اما هیچ یک موفق نبوده اند.

چه ویژگی منحصر به فردی در این اعمال خفت بار وجود دارد که آنها را چنین ارزشمند کرده؟





برخی این بحث را مطرح کرده اند که خود این گروه ها از خبیثانی تشکیل شده اند که از نظر اجتماعی و روانی غیرطبیعی هستند؛ افرادی که نیازهای تحریف شده، آنها را وامی دارد تا دیگران را تحقیر کنند.

اما شواهد چنین نظری را تایید نمی کند.

اعضای گروه اخوت از نظر سازگاری روانی کمی بهتر از دیگر دانشجویان هستند!

در اعمال خشونت بار این مراسم باید چیزی وجود داشته باشد که برای گروه حیاتی است. در این خشونت باید نوعی کارایی وجود داشته باشد که اعضای گروه این گونه بی رحمانه برای حفظ آن می جنگند. این کارایی چیست؟

تلاش

مضاعف

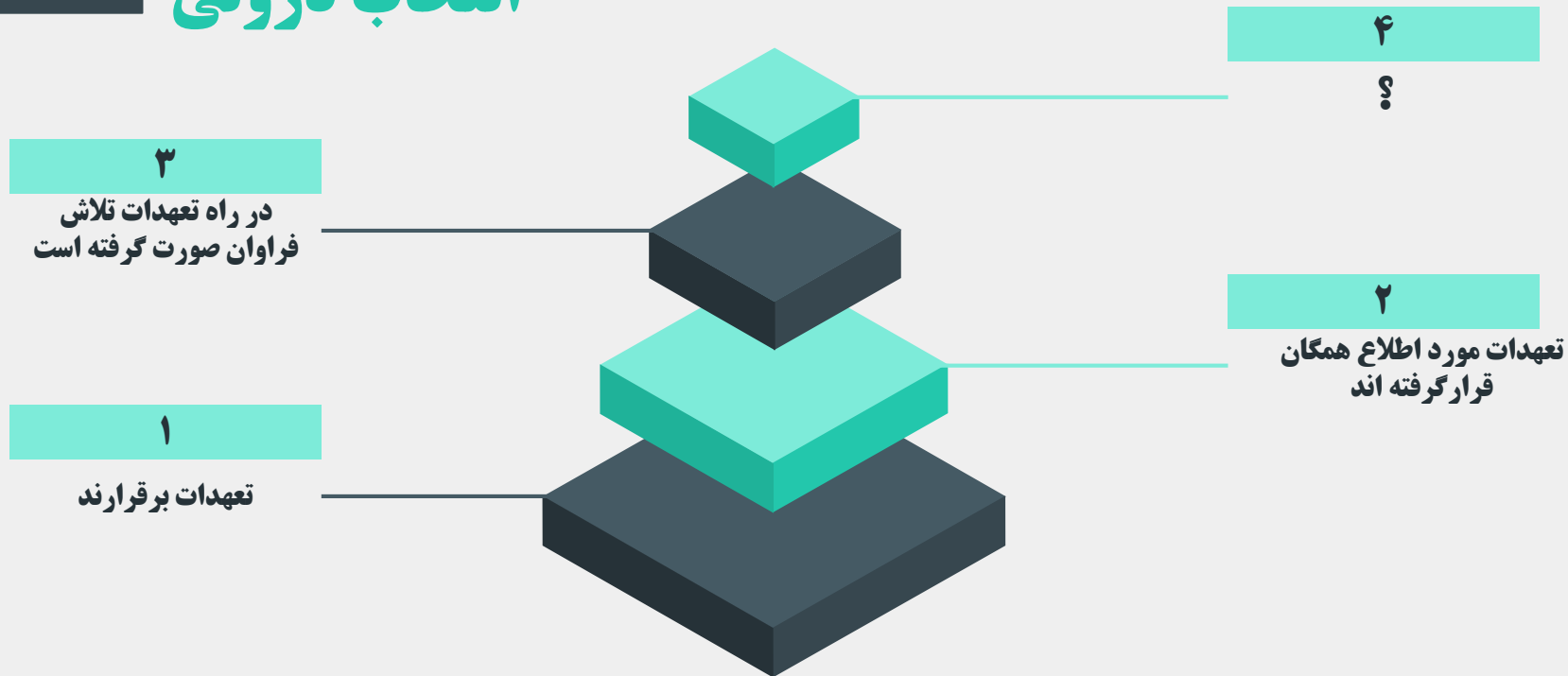


عقیده من این است که جواب این سؤال در سال ۱۹۵۹ به لطف نتایج تحقیقی داده شد که خارج از حیطه روان شناسی اجتماعی، چندان شناخته شده نیست. در آن سال دو محقق به نام های الیوت ارنسون و جودسون میلز تصمیم گرفتند ایده خود را آزمایش کنند.

- ایده آنها این بود که «افرادی که با دست و پنجه نرم کردن با درد و مشکل به چیزی دست می یابند، بیشتر از کسانی که با کوچکترین تلاش به آن دست یافته اند، قدر آن را میدانند.»
- اکنون تمام آزار و اذیت ها، فشارها و حتی ضرب و شتمهایی که در آیین تشرف صورت می گیرد، برای ما قابل درک میشوند.
- سازمانها و گروه های نظامی هم به هیچ وجه از این قانون مستثنی نیستند.

تلاش مضاعف

انتخاب درونی



اما تعهدات تأثیرگذار ویژگی دیگری هم دارند که از مجموع این سه عامل مهم تر است .

انتخاب درونی

برای بررسی عامل چهارم که دومین معمای مان است باید دوباره به اردوگاه چینی ها در کره بازگردیم و مسابقات منظم مقاله نویسی را مدنظر قرار دهیم.

چینی ها می خواستند تعداد بیشتری از آمریکایی ها در این مسابقات شرکت کنند، زیرا در نتیجه آن ممکن بود چیزی بنویسند که به مذاق کمونیست ها خوشایند باشد؛ اما اگر هدف این بود که تعداد زیادی داوطلب به چنین کاری جذب شوند، چرا جوایز تا این حد حقیر و بی ارزشی بودند؟

انتخاب درونی

چند سیگار اضافه و یا کمی میوه تازه، تمام چیزی بود که می توانستند انتظار دریافت آن را داشته باشند. در آن موقعیت چنین جوایزی ارزشمند بود؛ اما جوایز بسیار بزرگ تری هم بود که می شد آن ها را به زندانیان داد؛ لباس گرم، امتیاز نامه نگاری ویژه، آزادی بیشتر برای حرکت در اردوگاه و مواردی از این دست؛ اما چرا چنین کاری نکردند هرچه بود چینی ها می توانستند از آن استفاده کنند تا تعداد شرکت کنندگان را افزایش دهند؛ اما آنها عمدا تصمیم گرفته بودند از جوایز کوچک تر به جای جوایز بزرگ تر استفاده کنند؛ زیرا جوایز کوچک تر انگیزه بیشتری را در آنها به وجود می آورد!

انتخاب درونی

گروه های اخوتی مورد تحقیق کاملاً با کمونیست های چینی فرق دارد؛ اما آنها هم مخالف دادن مجوز برای ارائه خدمات عمومی در مراسم تشریف خود هستند، به همان دلیلی که چینی ها از دادن جوایز بزرگ تر، به علت داشتن محرک هایی با قدرت کمتر، خودداری میکردند: آنها مایل بودند این مردان کارهایی را که انجام دهند که متعلق به خود بدانند. هیچ دلیل و هیچ راهی به جز این پذیرفته نبود. نباید به مردی که متحمل انجام اعمال شاق و تحقیرآمیز شده بود، امکان می دادند که فکر کند آن را برای اهداف خیرخواهانه انجام داده است.

انتخاب درونی

یک جایزه بزرگ نمونه ای از فشار بیرونی است. ممکن است چنین جایزه ای ما را به انجام عمل خاصی وادار کند؛ اما نمی تواند باعث شود مسئولیت درونی انجام آن عمل را بپذیریم؛ در نتیجه ما تعهدی نسبت به عملی که انجام داده ایم، در خود احساس نمی کنیم.



انتخاب درونی

این گفته ها نتایج ضمنی برای پرورش کودکان را نیز در بردارد. ما هرگز نباید کودکان خود را با دادن رشوه یا تهدید وادار به انجام کاری کنیم که مایلیم عمیقا به انجام آن معتقد باشند. شاید کودک با چنین فشارهایی به طور موقت به خواسته ما تن دهد؛ اما اگر خواهان چیزی بیشتر از آن هستیم و میخواهیم کودک به درست بودن عملی که انجام می دهد ایمان داشته باشد و در غیبت ما و بدون به کار بستن آن فشارهای بیرونی همچنان به رفتار مطلوب خود ادامه دهد، باید روشی انتخاب کنیم که کودک مسئولیت انجام کارهای موردنظر ما را بپذیرد.



انتخاب درونی

گفتیم به چند دلیل مجاب کنندگان حرفه ای در پی ایجاد نوعی تعهد در انسان هستند که باعث تغییر درونی او می شود؛ دلایل:

01 تغییر درونی صرفاً مختص به آن موقعیت خاص که باعث ایجاد آن شده نمی شود، بلکه تنوعی از موقعیت های مرتبط به آن را نیز در برمی گیرد؛

02 تأثیرات چنین تغییری پایدار هستند؛ بنابراین هنگامی که در یک نفر این انگیزه را به وجود می آورند تا اعمالی انجام دهد که تصویر ذهنی وی از خود مثلاً به یک شهروند مردم مدار تغییر کند، در شرایط دیگری هم که نیاز به اطاعت دارد، ممکن است همین روحیه را از خود نشان دهد و تا زمان موجودیت این تصویر ذهنی جدید او به رفتار مردم مدارانه خود پایبند باشد.

اما تعهداتی که در انسان تغییر ایجاد می کند، جذابیت دیگری نیز دارند؛ آنها جای پای برای خود باز می کنند.

انتخاب درونی تاکتیک "زیر طاق زدن"

یک فرد حرفه ای، سهمگینانه از تسلیم شدن بی پروای ما بهره می برد. ممکن است ما برای تقویت بنیان انتخابی که خود را به آن متعهد کرده ایم به پایه زدن برای آن اقدام کنیم؛ اما فرد سوء استفاده گر می تواند برای گرفتن تصمیم انگیزه ای ایجاد کند و بعد از اینکه ما تصمیم خود را گرفتیم با علم به اینکه به علت وجود دلایل تازه، احتمالاً بر تصمیم خود پابرجا خواهیم ماند، آن انگیزه اولیه را از میان بردارد. تلاش معامله گران اتومبیل نیز به طور معمول اینگونه است، که نام این شیوه یا خدعه را "زیر طاق زدن" گذاشته اند.

انتخاب درونی تاکتیک "زیر طاق زدن"

روش کار این بود که: برای مشتریان خاصی یک اتومبیل با قیمت بسیار خوبی شاید در حد چهارصد دلار زیر قیمت اتومبیل های مشابه ارائه می دادند؛ اما این معامله خوب معامله ای نبود که فروشنده واقعا قصد انجام آن را داشته باشد. تنها هدف از طرح چنین پیشنهادی این بود که قصد خرید یکی از اتومبیل های آن نمایشگاه را در آن مشتری ایجاد کند. هنگامی که مشتری در این باره تصمیم می گرفت انجام برخی اعمال، حسی از تعهد نسبت به آن اتومبیل را در وی ایجاد میکرد: تعدادی از فرم های خرید پر می شد، برای پرداخت مالی شرایطی تعیین می شد، گاهی یک روز قبل از امضای قرارداد مشتری را تشویق می کردند تا ماشین را اختیار داشته باشد...

انتخاب درونی تاکتیک "زیر طاق زدن"

و بعد در روز موعود اتفاقی می افتد. اغلب معلوم می شود در محاسبات «اشتباهی» رخ داده ممکن است اشتباه این باشد که فروشنده یادش رفته است هزینه تهویه مطبوع اتومبیل را به قیمت کل اضافه کند و اینکه اگر هنوز خریدار مشتاق خریدن همان اتومبیل است باید چهارصد دلار اضافه پردازد. برخی از دلایان برای جلوگیری از تردید مشتری نسبت به اینکه ممکن است فریب خورده باشد، اجازه می دهند بانک اشتباه موجود در مسئله مالی را پیدا کند.

در مواردی از این دست ممکن است معامله به دلایل مختلف و به شکلی دسیسه آمیزتر به هم بخورد.

انتخاب درونی

تاکتیک "زیر طاق زدن"

مهم نیست که چه مدلی از "زیرطاق زدن" استفاده می شود، در هر حال نتایج آن یکسان خواهد بود: سودی به خریدار پیشنهاد می شود که او را به تصمیم گیری برای یک خرید مطلوب ترغیب می کند. بعد گاهی پس از آنکه مشتری برای خرید مصمم شد و درست پیش از آنکه مهر تأیید بر این معامله پرسود بخورد، این سود اصلی با زبردستی حذف می شود.

موضوع تأثیرگذار برای این تاکتیک، توانایی این شیوه در جهت ایجاد رضایت در مشتری علی رغم انتخاب ضعیف اوست؛ جالب اینکه کسانی مشتاق استفاده از این فن هستند که گزینه های ضعیفی برای ارائه به مشتری دارند.

ما می توانیم افراد زیادی را در معامله و در موقعیت های فردی و اجتماعی ببینیم که در حال استفاده از تاکتیک زیرطاق زنی هستند.

انتخاب درونی

"ثبات رویه، شیطانی است که در ذهن های خرد جریان دارد." این گفته بارها شنیده شده که به رالف والدو امرسون نسبت داده می شود؛ اما گفتن چنین چیزی بسیار غریب است. نگاه به محیط اطراف مان بر ما معلوم می کند درست برخلاف آنچه ظاهراً امرسون گفته است، ثبات رویه درونی در انسان نشانه ای از توانایی عقلی و منطقی بودن اوست و نبود آن عقلانیتی گسسته و محدود را در ما تداعی می کند. پس منظور اندیشمندی مانند امرسون از منتسب کردن ویژگی ثبات رویه به خرداندیشان چه بوده است؟

اتکای به خود

انتخاب درونی

مشکل نه در گفته امرسون، بلکه در شکل رواج آن در بین مردم است. در واقع، چیزی که او نوشته این است که «ثبات رویه احمقانه، شیطانی است که در ذهن های خرد جریان دارد.» به دلیلی پنهان و با گذشت زمان وجه تمایز اصلی گفته او از میان رفته، و واقعیت گفتار وی معنایی کاملاً متفاوت پیدا کرده است. طوری که با بررسی دقیق بسیار احمقانه به نظر می آید.

اما نباید از این وجه تمایز غافل شویم؛ زیرا در تنها مکانیسم دفاعی نقشی حیاتی بازی میکند که من برای مقابله با قواعد ترکیبی تعهد و ثبات رویه می شناسم.

انتخاب درونی

گرچه تعهد، در کل، چیزی مطلوب یا حتی حیاتی است؛ اما نوعی جمود و حماقت نیز در آن وجود دارد که باید از آن دوری کرد.



این همان تمایل به ثبات رویه خودکار و بدون تفکری است که امرسون از آن یاد کرده است؛ همان تمایلی که ما باید نسبت به آن هشیار باشیم؛ زیرا ما را در مقابل جولان کسانی بی پناه قرار می دهد که می خواهند از این تعهدات غیرارادی برای منفعت طلبی، بهره برداری کنند.

انتخاب درونی

از آنجا که تعهد در بیشتر مواقع به ما این توانایی را می دهد تا رفتاری درست و اقتصادی اتخاذ کنیم، نمی توانیم درباره حذف کلی آن از زندگی خود تصمیم بگیریم؛ چراکه چنین تصمیمی ویرانگر خواهد بود. اگر در مسیر زندگی به جای اتکا بر تصمیم ها و اعمال قبلی خود بخواهیم قبل از انجام هر کار جدید مکث و درباره آن فکر کنیم، هرگز زمان کافی برای انجام هیچ کار بزرگی نخواهیم داشت. ما حتی به همان نوع تعهد غیرارادی و خطرناک نیز نیاز داریم.

تنها خروج از این تنگنا این است که بدانیم چه مواقعی ممکن است چنین تعهدی به انتخاب ضعیفی از سوی ما ختم شود.

انتخاب درونی

تنها خروج از این تنگنا این است که بدانیم چه مواقعی ممکن است چنین تعهدی به انتخاب ضعیفی از سوی ما ختم شود.

نکته: برای درک این مواقع کافی است سوالاتی از خود بپرسیم که نشان دهد چه میزان از رضایت ما ناشی از واقعیت است و چه مقدار از آن به ثبات رویه احمقانه مربوط می شود.

اگر ما خود را به گونه ای تربیت کنیم که هشیار باشیم، باید بتوانیم این احساس را در خود ثبت کنیم.

انتخاب درونی

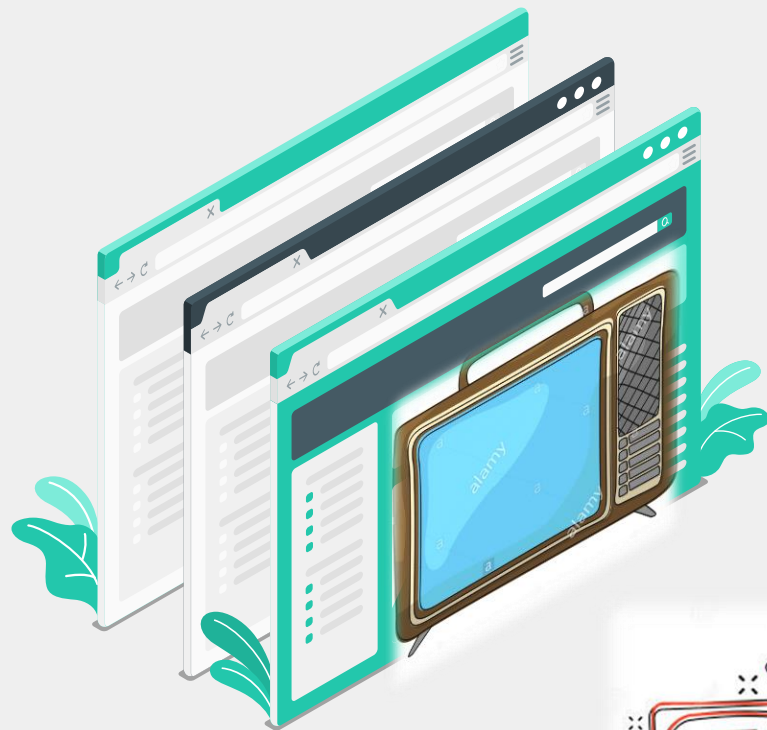
راه حل پیشنهادی نویسنده برای افرادی که می خواهند قاعده ثبات رویه را پیاده کنند:

من صرفاً به آنها می گویم دارند چه کاری روی من انجام می دهند (شیطان های ذهنی و ویژگی های کلیک ویز)، و این راه واقعاً کارایی دارد.

حقایق به ما تعلق دارند - اثبات اجتماعی

افراد زیادی از تکه خنده های ضبط شده ای که روی برنامه ها گذاشته می شد، بدشان می آید. به نظر آنها این خنده ها احمقانه و به شکل آشکاری دروغین است.

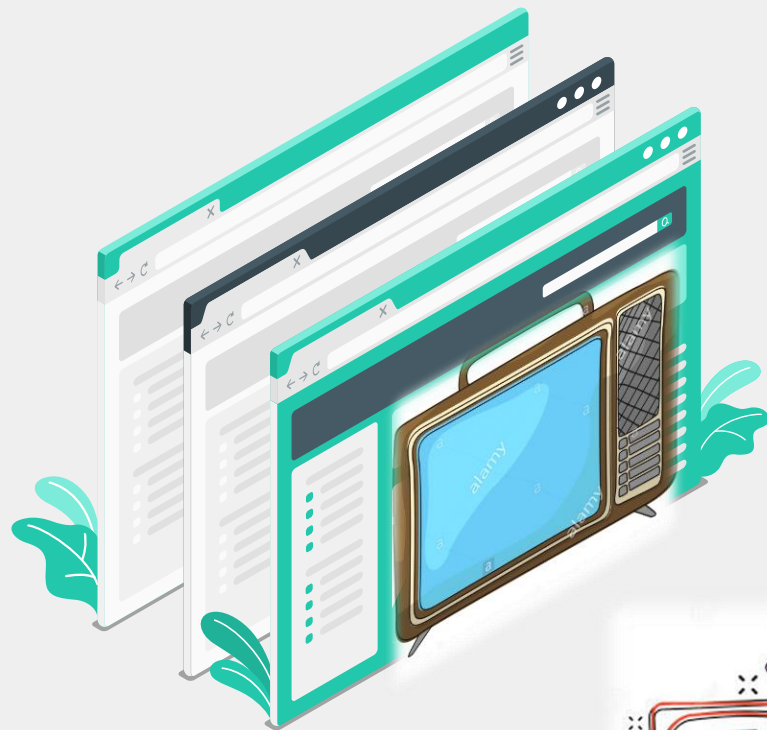
اما چرا استفاده از این خنده های از پیش آماده شده تا این اندازه بین مدیران اجرایی تلویزیون محبوب است؟! چرا این تاجران زیرک و آزموده، از عملی پشتیبان می کنند که بیشتر بینندگان با آن موافق نیستند و بیشتر افراد مستعد و خلاق آن را از نظر فردی توهین آمیز تلقی می کنند؟



حقایق به ما تعلق دارند - اثبات اجتماعی

جواب ساده و در عین حال جالب توجه است؛ آنها چیزی می دانند که در تحقیقات نیز مشخص شده است:

تحقیقات نشان داده اند در نمایش های طنز، استفاده از چنین ابزار شادی بخشی غالب باعث خنده تماشاگر میشود، آن را طولانی تر میکند و همین باعث می شود نمایش در نظر او بامزه تر جلوه کند؛ علاوه بر این، شواهد نشان داده اند استفاده از خنده های از پیش آماده شده، برای شوخی های بی مزه، کاملاً کارایی دارد.



حقایق به ما تعلق دارند - اثبات اجتماعی

استفاده گسترده از این خنده ها، ما را با سوالی به مراتب گیج کننده تر روبرو میکند؛ چرا خنده های از پیش آماده شده، روی ما چنین تاثیری دارند؟
در نظر داشته باشیم که این مدیران تلویزیون نیستند که ما را فریب میدهند؛ زیرا هر فردی قادر است ابلهانه بودن این دوبله های خنده را تشخیص دهد؛ اما با وجود جعلی بودن آنها، باز هم آشکارا بر ما کارایی دارند.



حقایق به ما تعلق دارند - اثبات اجتماعی

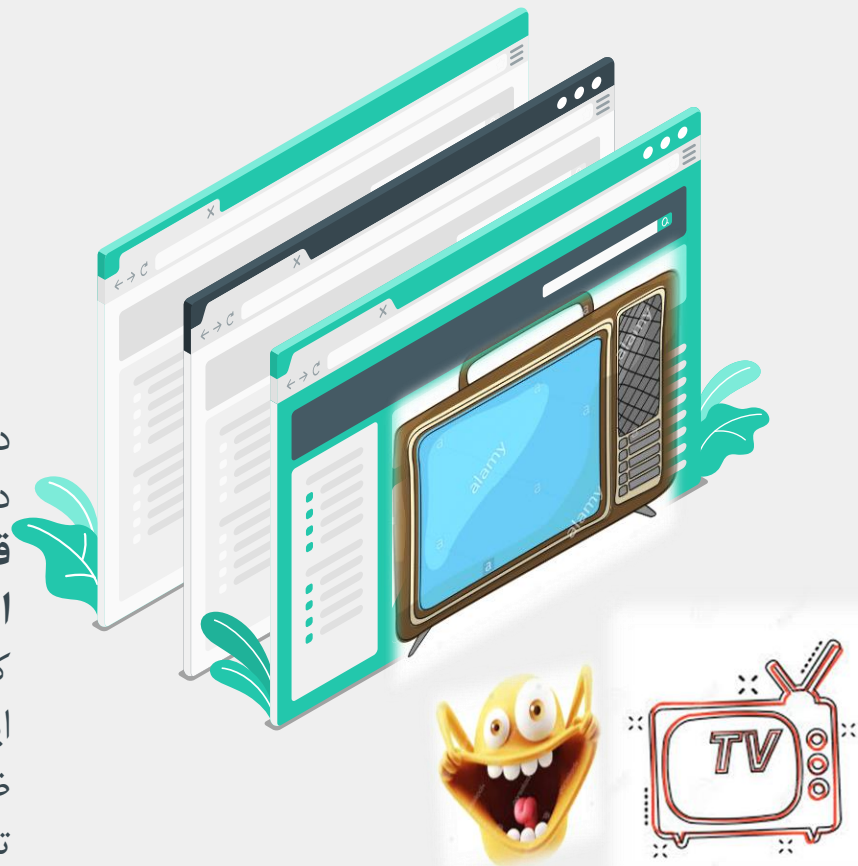
برای کشف تأثیر این عمل، ابتدا به شناخت ماهیت یک سلاح نیرومند دیگر تأثیر نیاز داریم؛ این سلاح اصل اثبات اجتماعی است.

این اصل می گوید: یکی از راه هایی که با استفاده از آن می توانیم درستی چیزی را تعیین کنیم این است که دریابیم از نظر افراد دیگر چه چیزی درست است. این اصل به خصوص در موردی که میخواهیم رفتار درست را تعیین کنیم، به کار می آید.



حقایق به ما تعلق دارند - اثبات اجتماعی

در انسان ها تمایلی مبنی بر اینکه عمل دیگران را درست تر ببینند وجود دارد و این تمایل به طور معمول به خوبی عمل میکند. در مقام یک قانون، اگر عمل ما در مطابقت با ملاک جمعی باشد، کمتر اشتباه خواهیم کرد. معمولاً زمانی کاری درست در نظر گرفته می شود که تعداد زیادی از افراد آن را انجام دهند. این ویژگی اصل اثبات اجتماعی به طور همزمان، هم نقطه قوت وهم نقطه ضعف قلمداد می شود و مانند دیگر سلاحهای اصل نیز، میانبر مناسبی برای تشخیص چگونگی رفتار است.



حقایق به ما تعلق دارند - اثبات اجتماعی

فردی که از این میان بر استفاده می کند، در مقابل ضربه های سودجویانی که در این مسیر مترصد فرصت هستند، آسیب پذیر شود. در مورد خنده های از پیش آماده شده، مشکل زمانی پیش می آید که ما بدون اراده و با بیفکری تمام به این **اصل اثبات اجتماعی** واکنش نشان مدهیم. در واقع، نابخردی ما این نیست که از خنده دیگران استفاده می کنیم، زیرا این مورد در تطابق با اصل موجه اثبات اجتماعی است. نابخردی اینجاست که ما آن را در واکنش به خنده ای انجام می دهیم که آشکارا جعلی است اینجا یک ویژگی مرموز در شوخ طبعی وجود دارد؛ یک صدا که به طریقی به ماهیت آن تبدیل می شود.





کلیک ویژ

گردانندگان تلویزیون تنها کسانی نیستند که از ملاک جمع برای اثبات استفاده می کنند. افرادی هم هستند که از تمایل ما به این باور - که یک عمل وقتی درستتر است که دیگران هم آن را انجام دهند - در موارد مختلف بهره برداری می کنند. باورش کمی دشوار است؛ اما دقیقا به همان دلیل راهنمایان کلیسا هم به سبدهای جمع آوری اعانه خود، چاشنی هایی را اضافه می کنند تا از تأثیرات مثبت آن در دریافت اعانه برخوردار شوند.

کلیک ویژ



معروف است که واعضان کلیسای اوانجلیکالی، به دست «ناقوس زن» هایی که در زمان های معین پیش می آیند و دهش خود را تقدیم می کنند، برای مستمعان دانه می پاشند؛ برای نمونه یک تیم تحقیق از دانشگاه ایالتی آریزونا که در سازمان بیلی گراهام نفوذ کرده بود، از پیش آمادگی هایی خبر داد که قبل از یکی از بازدیدهای مذهبی او در نظر گرفته شده بود.



کلیک ویژ

زمانی که گراهام وارد شهر شد و فراخوان محراب را اعلام کرد، ارتشی مرکب از شش هزار نفر در مسیر ایستادند با دستورالعمل هایی مبنی بر اینکه در وقفه های مختلف زمانی جلو بیایند تا در ذهن حاضران تصور دهش های گروهی هم زمان را به وجود آورند.

فعالان حوزه تبلیغات، عاشق اطلاع رسانی درباره کالاهایی هستند که بیشترین رشد مصرف را دارند و «پرفروش ترین» هستند؛ زیرا به این ترتیب دیگر مجبور نیستند ما را متقاعد کنند آن محصول کیفیت بالایی دارد.

از آنجا که نود و پنج درصد از مردم مقلد و فقط پنج درصد از آنها پیشگام هستند، بیشتر از ارائه هر دلیلی از جانب ما، این عمل دیگران است که آنها را قانع می کند.



کلیک ویژه

محققان نیز از شیوه هایی استفاده کرده اند که براساس اصل اثبات اجتماع عمل میکند و گاهی به نتایج شگفت آوری نیز دست پیدا کرده اند.

یک روان شناس به نام آلبرت بندورا، به خصوص در بسط چنین روش هایی در جهت زدودن رفتار ناخواسته، پیشگام بوده است. بندورا و همکارانش نشان داده اند چگونه افرادی که دچار فوبیا هستند، با استفاده از یک روش ساده، میتوانند خود را از قید این ترس های مفرط رها کنند؛ برای مثال طی یک تحقیق اولیه پیرامون بچه های کودکانی که از سگ می ترسیدند، هرروز به مدت بیست دقیقه آنها را به تماشای کودکی می نشانند که شادمانه با یک سگ بازی میکرد. این نمایش چنان تغییر عمده ای در واکنش این کودکان بیمناک به وجود آورد که بعد از گذشت فقط چهار روز از تماشای آن، شصت و هفت درصد از آنها مایل بودند تنها با یک سگ به اتاق بازی بروند و او را نوازش کنند.

علاوه بر این، هنگامی که محققان یک ماه بعد میزان ترس در این کودکان را دوباره اندازه گیری کردند، دریافتند گذشت زمان این پیشرفت روانی را مخدوش نکرده است. در واقع، کودکان بیش از هر دیگری به تعامل با سگ ها تمایل داشتند.

کلیک ویژه

محققان نیز از شیوه هایی استفاده کرده اند که براساس اصل اثبات اجتماع عمل میکند و گاهی به نتایج شگفت آوری نیز دست پیدا کرده اند.

یک روان شناس به نام آلبرت بندورا، به خصوص در بسط چنین روش هایی در جهت زدودن رفتار ناخواسته، پیشگام بوده است. بندورا و همکارانش نشان داده اند چگونه افرادی که دچار فوبیا هستند، با استفاده از یک روش ساده، میتوانند خود را از قید این ترس های مفرط رها کنند؛ برای مثال طی یک تحقیق اولیه پیرامون بچه های کودکانی که از سگ می ترسیدند، هرروز به مدت بیست دقیقه آنها را به تماشای کودکی می نشانند که شادمانه با یک سگ بازی میکرد. این نمایش چنان تغییر عمده ای در واکنش این کودکان بیمناک به وجود آورد که بعد از گذشت فقط چهار روز از تماشای آن، شصت و هفت درصد از آنها مایل بودند تنها با یک سگ به اتاق بازی بروند و او را نوازش کنند.

علاوه بر این، هنگامی که محققان یک ماه بعد میزان ترس در این کودکان را دوباره اندازه گیری کردند، دریافتند گذشت زمان این پیشرفت روانی را مخدوش نکرده است. در واقع، کودکان بیش از هر فرد دیگری به تعامل با سگ ها تمایل داشتند.

کلیک ویژ

کشف مهم دیگر در جریان تحقیق دوم بر روی کودکانی به دست آمد که به شکلی استثنایی از سگ ها می ترسیدند؛ برای کاهش ترس در این کودکان، لازم نبود آنها را در معرض تماشای نمایشی زنده از پسر بچه ای بگذارند که با سگ بازی می کند، نمایش فیلم نیز همان تأثیر را بر جای می گذاشت. در تأثیرگذارترین کلیپ ها نه یک پسر بچه، بلکه تعدادی از آنها با سگ ها بازی می کردند.

ظاهرا اصل اثبات اجتماعی هنگامی بهترین اثر را دارد که دلیل آن از عمل تعداد بسیار زیادی از افراد دیگر به دست آمده باشد.

قدرت تأثیرگذار فیلم در تغییر رفتار کودکان را می توان درمانی برای انواعی از مشکلات به کار برد.

کلیک ویژ

شواهدی قابل توجه از این دست را می توان در تحقیق روان شناس رابرت اکانر درباره کودکان پیش دبستانی گوشه گیر ملاحظه کرد. ما همه به کودکانی بسیار خجالتی برخوردیم که به دور از گروه همسالان خود و تنها در کنار زمین بازی می ایستند. اکانر نگران بود که در همان ابتدای زندگی، الگویی بلندمدت از انزوا در این کودکان شکل بگیرد و در بزرگسالی به بروز مشکلات پایدار در تطبیق پذیری و تعاملات اجتماعی منجر شود. در تلاش برای نقض این رفتار، آکانر فیلمی ساخت که شامل یازده صحنه مختلف از یک کودکستان بود. در هر صحنه کودکی متفاوت نمایش داده می شد که به تنهایی به تماشای فعالیت گروهی از بچه های دیگر مشغول بود و بعد برای حظ بردن از آن، فعالانه به آن گروه می پیوست.



کلیک ویژه

دکتر اکانر یک گروه از بچه های به شدت منزوی را از چهار پیش دبستانی انتخاب کرد و فیلم را برای آنها به نمایش گذاشت. تأثیر فیلم فوق العاده بود. کودکان منزوی بلافاصله در سطحی معادل با کودکان معمولی شروع به تعامل با همسالان خود کردند. موضوع شگفت آورتر شش هفته بعد روی داد و آن هنگامی بود که اکانر برای مشاهدات خود بار دیگر به مدرسه بازگشت. بچه های منزوی ای که فیلم را ندیده بودند، در همان حالت انزوای خود باقی مانده بودند و آن هایی که آن را دیده بودند، رهبری تعدادی از فعالیت های گروهی را نیز بر عهده داشتند. ظاهراً فقط اولین پخش این فیلم بیست و سه دقیقه ای، کافی بود تا الگوی بالقوه ناهنجاری که می توانست سراسر عمر این کودکان را درگیر خود سازد، تغییر دهد.

اصل اثبات اجتماعی چنین توانی دارد!



کلیک ویژ

هنگامی که نوبت به نمایش قدرت نهفته در اصل اثبات اجتماعی می رسد، چیزی در آن وجود دارد که مطلوب من نیست. این اصل چند ویژگی دارد که باعث ایجاد جاذبه در آن می شود؛ این اصل نمونه ای عالی برای شیوه کمتر استفاده شده مشاهده مشارکتی است که در آن یک دانشمند با غرق کردن خود در وقوع طبیعی یک فرایند به مطالعه آن می پردازد. استفاده از این اصل می تواند اطلاعات جالبی را برای گروه های متنوعی از تاریخ دان ها، روان شناسان و متخصصان حکمت الهی فراهم کند و مهم تر از همه اینکه نشان می دهد چگونه ملاک جمعی می تواند برای ما توسط خود ما به کار رود تا مطمئن شویم چیزی که می خواهیم درست است، ظاهراً چنین است.

کلیک ویژ



اصل اثبات اجتماعی چنین می گوید: هرچه تعداد افرادی که یک ایده را قبول می کنند بیشتر باشد، آن ایده درست تر به نظر خواهد رسید. در برخی گروه های فرقه ای؛ از آنجا که شواهد فیزیکی-وقایع غیرقابل تغییر هستند، آن ها می بایست شواهد اجتماعی را تغییر می دادند.

«دیگران را متقاعد کن، خودت هم متقاعد خواهی شد!»

دلیل مرگ: عدم قطعیت

تمام حربه هایی که تأثیرگذارند، در برخی شرایط نسبت به شرایط دیگر بهتر عمل می کنند. اگر ما بخواهیم از خود در برابر هریک از این حربه ها به درستی دفاع کنیم، لازم است بدانیم هرکدام در چه شرایطی بهتر عمل میکند تا دریابیم چه مواقعی بیش از همه آسیب پذیر هستیم.

در کل هنگامی که از خود مطمئن نیستیم، هنگامی که شرایط نامعلوم و مبهم است، هنگامی که عدم قطعیت حکمرانی می کند، بیشترین امکان وجود دارد که ما به اعمال دیگران نگاه کنیم و آنها را درست بیابیم.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

«غفلت جمعی»

در فرایند بررسی واکنش دیگران به یک مسئله، هنگامی که از خود مطمئن نیستیم و در پی از بین بردن عدم قطعیت در خود هستیم، ممکن است یک واقعیت نامحسوس؛ اما مهم را از قلم بیندازیم. اینکه ممکن است دیگران هم به دنبال بررسی گواهانی اجتماعی باشند. تمایل افراد برای دیدن واکنش دیگران به یک موضوع، به خصوص اگر اوضاع مبهم باشد، ممکن است به پدیده ای منجر شود که آن را «غفلت جمعی» می نامند.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

«غفلت جمعی»

PLURALISTIC IGNORANCE



درکی همه جانبه از پدیده غفلت جمعی، بی اندازه در توضیح رویدادی شایع در کشورمان کمک کند که از هر دو با نام فضاخت ملی و رسوایی معماگونه یاد کرده اند؛

یاری رسانی ناظران به قربانیان یک واقعه هنگامی که آنها در تقلا برای دریافت کمک هستند.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

PLURALISTIC IGNORANCE



داستانی که بحثهای بسیاری را بین روزنامه نگاران، سیاستمداران و دانشمندان به وجود آورد. زنی به نام کاترین جنوز که در اواخر دهه بیست زندگی خود بود، در ساعات پایانی یک شب، هنگامی که از محل کارش به خانه بازمی گشت، در خیابان محل اقامتش، مورد حمله قرار گرفت و کشته شد. موضوع قتل چیزی نیست که بتوان به سادگی از آن صرف نظر کرد؛ اما در شهری در حد و اندازه های نیویورک، داستان جنوز جایی بیشتر از یک ستون روزنامه نیویورک تایمز را اشغال نکرد و اگر به خاطر یک اشتباه نبود، داستان جنوز در آن روز از ماه مارس ۱۹۶۴ با مرگش تمام می شد.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

موضوعی که همه، از جمله مأمور عالی رتبه پلیس نیویورک، با شنیدن آن وحشت زده شده بودند و به دنبال توضیحی برای آن می گشتند. مرگ کاترین جنوز سریع و بدون سروصدا اتفاق نیفتاده بود، بلکه رویدادی کش دار، پرسروصدا، عذاب آور و در معرض دید عموم بود. قاتل در آن شب به مدت سی و پنج دقیقه او را در خیابان تعقیب می کرده و قبل از اینکه آخرین ضربه چاقوی او سرانجام فریادهای کاترین را برای کمک خواهی خاموش کند، سه بار به او حمله کرده بود. تعجب اور اینکه سی و هشت تن از همسایه های کاترین بدون انجام کاری، حتی در حد برخورد یک انگشت به تلفن برای تماس با پلیس، از پنجره های آپارتمان های امن خود شاهدانی خاموش برواقعه مرگ او بودند.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

یک هفته بعد تایمز مقاله ای بلند بالا در صفحه اول روزنامه چاپ کرد که قرار بود دوره ای از مباحثات و گمانه زنی ها را ایجاد کند. چند پاراگراف اولیه مقاله، لحن و موضوع مورد توجه آن را ارائه می کرد: برای بیش از نیم ساعت، سی وهشت شهروند محترم و قانون مدار محله کوئینز در حال تماشای قاتلی بودند که در کیو گاردنز بر سر راه زنی کمین کرده بود و در سه حمله متمایز به او چاقومی زد. طنین صدای آنها و روشن شدن چراغهای اتاق خواب دو بار باعث شد قاتل کارش را متوقف کند، بترسد و دور شود؛ اما هر بار بازگردد، کاترین را بیابد و دوباره به او چاقو بزند. طی این حمله حتی یک نفر هم با پلیس تماس نگرفته بود؛ یک شاهد هنگامی با پلیس تماس گرفت که او مرده بود. این اتفاق دو هفته پیش روی داده است؛ اما معاون سربازرس پلیس، فردریک ام. لوسن، رئیس کارآگاهان منطقه با سابقه ای بیست و پنج ساله در بررسی قتل های خانگی، هنوز از این جریان شوکه است. او قادر است درباره بسیاری از قتلها حقیقتی را بیان کند؛ اما قتل وحشیانه کیو گاردنز کاملاً او را گیج کرده است. این سردرگمی نه به سبب یافتن قاتل، بلکه به این خاطر است که این مردم خوب با پلیس تماس نگرفته اند.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

یک تماس ساده و به صورت ناشناس می توانست زندگی کاترین جنوز را نجات دهد بدون اینکه امنیت فرد تماس گیرنده را به خطر بیندازد یا وقت او را بگیرد این ترس و یا عدم تمایل شاهدان به درگیر کردن خود در موضوع نبود که اهمال آنها را توجیه میکرد. دلیل آن چیز دیگری بود که حتی خود آنها هم قادر به درک آن نبوده اند. گنجی موضوع خوبی برای درج در روزنامه ها نیست. به همین دلیل است که نشریات و رسانه ها بر تنها توضیحی که در آن زمان وجود داشت، تأکید کرده اند. برای شاهدان قتل که چندان هم متفاوت از ما نیستند، اهمیتی نداشته است که خود را درگیر موضوع کنند. ما داریم به ملتی خودخواه و بی احساس تبدیل می شویم. سختی های زندگی مدرن، به خصوص زندگی شهری، ما را بی احساس کرده است. ما در حال تبدیل شدن به «جامعه یخ زده» ای هستیم که نسبت به منحصه های همشهریان خود بی احساس و بی تفاوتیم. در حمایت از این تفسیر، درج مطالب خبری ای شروع شد که در آن ها انواع مختلف بی عاطفگی مردم به تفصیل شرح داده شده بود.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

هیچکس نمی تواند دلیلی ذکر کند که چرا هیچکدام از آن سی و هشت نفر زمانی که به خانم جنوز حمله شد، گوشی تلفن را برنداشت تا به پلیس خبر دهند؛ زیرا خود این افراد هم نمی توانند دلیلی در این مورد ارائه کنند؛ اما می توان تصور کرد این بی تفاوتی حقیقت یکی از نتایج زندگی در شهرهای بزرگ و تقریباً موردی برای ادامه حیات روانی هرفرد است.

اگر فردی توسط میلیون ها نفر احاطه شود و تحت فشار قرار گیرد، تنها راه برای اینکه این موضع روی شما تأثیر منفی دائمی برجای نگذارد، این است که تا جایی که می تواند آنها را ندیده بگیرد. بی تفاوتی به همسایه و مشکلات او، یک واکنش شرطی زندگی در نیویورک و تمام شهرهای بزرگ دیگر است.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

فرضیه پیشنهادی لاتانه و دارلی این بود که هیچ کس کمکی نکرده است؛ چون شاهدان بسیار دیگری آنجا حضور داشته اند. این روان شناسان اعتقاد داشتند در یک موقعیت اضطراری هنگامی که تماشاگران دیگری در صحنه حضور دارند، به دو دلیل احتمال کمک یکی از آنها منتفی است. دلیل اول تقریباً سراسر است. حضور چند مددیار بالقوه در صحنه، مسئولیت فردی هریک از آنها را کاهش می دهد: «شاید یک نفر دیگر کمک کند یا برای کمک تماس بگیرد، شاید یکی تا به حال این کار را کرده باشد.»

در نتیجه با حضور افرادی که فکر میکنند شاید یکی دیگر کمک کند یا تا به حال کمک کرده باشد، هیچ کس این کار را انجام نمی دهد.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

دلیل دوم از نظر روان شناسی جالب توجه تر است. این دلیل بر اصل اثبات اجتماعی بنا نهاده شده و دربردارنده تأثیر غفلت اجتماعی است. چندان معلوم نیست که یک موقعیت اضطراری، واقعا اضطراری باشد. آیا مردی که در کوچه افتاده قربانی یک حمله قلبی است یا آدم مستی است که خوابیده است؟! آیا سروصدای بلندی که از خیابان به گوش می رسد صدای شلیک اسلحه است یا صدای موتور کامیونی که در حال گذر است؟! آیا سروصدای خانه بغلی مربوط به تهاجمی است که به تماس با پلیس نیاز دارد یا دعوی زن و شوهری است که هر نوع دخالت در آن را نامناسب و ناخوشایند می سازد؟ چه اتفاقی در حال وقوع است؟



دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

در چنین موارد پرتردیدی، فرد تمایل دارد برای پیدا کردن راه چاره به اطراف و عمل دیگران نگاه کند. از طریق که دیگر شاهدان واکنش نشان می دهند، ما درمی یابیم واقعه اضطراری است یا خیر؛ اما نکته ای که به آسانی فراموش می کنیم این است که شاید دیگر افرادی که شاهد واقعه هستند نیز به دنبال یافتن شواهدی جمعی باشند و از آنجا که ترجیح همه ما این است که در میان دیگران آرام و با وقار جلوه کنیم، ممکن است با متانت و با نیم نگاه های یواشکی به اطرافیان در جست و جوی این شواهد جمعی برآییم؛ بنابراین هرکسی ممکن است در نظر دیگری آرام جلوه کند و هیچ کس عملی انجام ندهد؛ در نتیجه و با توسل به **اصل اثبات اجتماعی**، ممکن است آن واقعه موردی غیراضطراری تفسیر شود.

It's when:



No one believes, but everyone thinks that everyone believes.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

براساس نظرات لاتانه و دارلی این وضعیت **غفلت جمعی** است که در آن عدم نگرانی دیگران، هر فرد را به این نتیجه می رساند که هیچ مشکلی وجود ندارد. در همین حال میزان خطر ممکن است افزایش یابد و به نقطه ای برسد که یکی از این افراد، در حالی که تحت تأثیر آرامش ظاهری دیگران واقع نشده، واکنش نشان دهد.

پایان جالب استدلال لاتانه و دارلی این است که برای یک قربانی موقعیت اضطراری، ایده « ایمنی در جمع»، ممکن است ایده ای کاملاً اشتباه باشد. اگر تنها یک تماشاچی به جای جمعی از آنها، در صحنه حضور داشته باشد، ممکن است فردی که محتاج کمک اضطراری است، شانس بیشتری برای زنده ماندن داشته باشد.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

در تحقیقاتی، اهمیت اثبات اجتماعی را که باعث بروز «بی تفاوتی» گسترده در میان شاهدان می شود، بررسی کردند. آنها این تحقیق را با قراردادادن بعضی افراد در گروه های ناظر انجام دادند که با به وجود آمدن وضعیت اضطراری، این افراد به گروه ناظر تلقین می کردند که گویا موقعیت چندان هم خطرناک نیست؛ برای مثال، در یک تحقیق که در نیویورک انجام شد هفتادوپنج درصد از شاهدان تک نفره ای که خروج دود از زیر در را مشاهده کرده بودند، آن را گزارش کردند. در حالی که وقتی گروه های سه نفره خروج دود را دیدند تنها سی و هشت درصد از این گروه ها آن را گزارش کردند؛ اما کمترین میزان اقدام از سوی تماشاچیان صورت گرفت که در گروه های سه نفره شان دو نفری حضور داشتند که به آنها آموزش داده شده بود به دود توجهی نکنند در چنین شرایطی تنها در ده درصد از موارد خروج دود گزارش شد.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

بعد از گذشت یک دهه از انجام چنین تحقیقاتی، دانشمندان علوم اجتماعی به ایده خوبی در این مورد رسیده اند که فردی که در یک موقعیت اضطراری است چه زمانی کمک دریافت میکند. در ابتدا و در تناقض با این دیدگاه که ما به جامعه ای با مردمی بی عاطفه و بی توجه تبدیل شده ایم باید بگوییم هنگامی که شاهدان مطمئن شوند وضعیتی اضطراری وجود دارد، به احتمال بسیار زیاد کمک خواهند کرد. در چنین شرایطی، تعداد تماشاچیان که خود را درگیر کرده، و یا کمک می کنند، بسیار امیدوارکننده است.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

برای مثال، در چهار تحقیق جداگانه که در ایالت فلوریدا انجام شد، با کمک یک مرد سرویس کار صحنه حادثه ای نمایشی را به وجود آوردند. در دو تحقیق هنگامی که برای شاهدان معلوم شد مرد سرویس کار آسیب دیده و به کمک نیاز دارد، در صد درصد موارد به او کمک کردند. در دو تحقیق دیگر، هنگامی که کمک مستلزم تماس با سیم های بالقوه خطرناک برق بود، باز هم در نود درصد موارد، شاهدان صحنه به قربانی کمک کردند. به علاوه این میزان بالای کمک را شاهدانی انجام دادند که چه به صورت فردی و چه جمعی شاهد قضیه بودند.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

بنابراین، هنگامی جریان به طور کلی عوض می شود که مانند بسیاری از مواقع، شاهدان حاضر در یک اتفاق نتوانند به این اطمینان برسند که موقعیت اضطراری است. در این وضعیت امکان اینکه تنها یک شاهد به قربانی کمک کند بسیار بیشتر از جمعی از شاهدان است، به خصوص اگر گروه شاهدان با هم آشنایی نداشته باشند. ظاهراً غفلت اجتماعی در میان افراد غریبه بیشترین تاثیر را دارد؛ در این حالت است که یک موقعیت اضطراری ممکن، غیر اضطراری به نظر می آید و قربانی زجر میکشد.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

نگاهی دقیق به یافته های تحقیق، الگویی منطقی را نشان می دهد.

شرایطی که شانس قربانی یک حادثه را برای دریافت کمک از سوی تماشاچیان کاهش می دهد به سادگی و قهراً در شهر وجود دارد:

1

در تضاد با مناطق روستایی، شهرها مکان هایی پرسروصدا و اغفالگر هستند که به سرعت تغییر پیدا می کنند. مکان هایی که در آنجا فرد به ماهیت وقایعی که برایش روی میدهد، نمی تواند اطمینان داشته باشد.

2

مناطق شهری به طور طبیعی پرجمعیت تر هستند. در نتیجه، در یک موقعیت اضطراری بالقوه، امکان اینکه گروهی از افراد با هم آن را ببینند، بیشتر است.

3

ساکنان شهرها، در مقایسه با روستائینان، درصد کمتری از افراد ساکن در منطقه محل زندگی شان را می شناسند. در نتیجه، هنگام مواجهه با یک موقعیت اضطراری احتمال بیشتری وجود دارد که خود را در زمره یک گروه از شاهدان نا آشنا بیابند.

دلیل مرگ: عدم قطعیت

ماجرای قتل کاترین جنوز

این سه مشخصه طبیعی مناطق شهری؛ آشفتگی، پرجمعیتی و سطح پایین آشنایی ها، در مطابقت کامل با فاکتورهایی است که محققان نشان داده اند باعث کاهش کمک از سوی تماشاچیان می شود. این گونه است که ما بدون توسل به مفاهیم بدشگونی مانند «**هویت زدایی شهری**» و «**بیگانگی در ابرشهرها**» می توانیم توضیح دهیم چرا در شهرها تماشاچیان منفعل به این اندازه زیاد هستند.

خود را از قربانی شدن نجات دهید

عدم استفاده از مفاهیم بدشگون در توضیح خطرات زندگی شهری، آن‌ها را برطرف نمی‌کند. از آنجا که جمعیت جهان به سرعت به سمت شهرنشینی در حال حرکت است - طی ده سال، نصف جمعیت جهان ساکن شهرها خواهند شد - نیاز فزاینده‌ای برای کاهش این خطرات احساس می‌شود. خوشبختانه درک جدید ما از تماشاچیان «بی تفاوت» امیدواری زیادی به وجود می‌آورد. قربانی یک موقعیت اضطراری که اکنون به این آگاهی علمی مجهز شده است، می‌تواند شانس دریافت کمک از سوی دیگران را تا حد بسیار زیادی افزایش دهد.

خود را از قربانی شدن نجات دهید

راه حل نهایی در درک این مطلب است که گروه تماشاچیان نه به علت بی عاطفگی، بلکه به دلیل عدم قطعیت دست به کمک نمی زنند. آنها کمک نمی کنند چون مطمئن نیستند آیا واقعا وضعیت اضطراری است و اینکه آیا آنها برای اقدام مسئولیت دارند یا خیر. هنگامی که آنها از مسئولیت خود برای دخالت در یک موقعیت اضطراری آشکار مطمئن می شوند، بیش از اندازه پاسخگو هستند!

هنگامی که این مطلب دانسته شود که دشمن، شرایط اجتماعی غیرقابل کنترل مانند هویت زدایی شهری نیست، بلکه وضعیت ساده **عدم قطعیت** است، این امکان برای قربانیان وضعیت های اضطراری فراهم می شود تا با کاستن تردید تماشاچیان، گام های خاصی در جهت حفاظت از خود بردارند.

خود را از قربانی شدن نجات دهید

اگر خود را در وضعیت بحرانی (مانند احتمال سگته مغزی) بیابید برای غلبه بر مغایرت هایی که برای دریافت کمک وجود دارد، چه می توانید بکنید؟

بر اساس یافته های تحقیقاتی، توصیه من مشخص کردن یک فرد از میان گروه تماشاچیان است؛ به او خیره شوید و با اشاره به وی و نه هیچ کس دیگر به او بگویید: «شما، آقای که ژاکت آبی پوشیده ای، من به کمک نیاز دارم. آمبولانس خبر کنید.»

با بیان همین گفته شما به تمام تردیدهای موجود که ممکن است بر سر راه کمک رسانی وجود داشته باشد یا آن را به تأخیر اندازد، خاتمه می دهید. با بیان این گفته شما مرد را در نقش «منجی» قرار می دهید.

خود را از قربانی شدن نجات دهید

تمام شواهد علمی نشان می دهند این عمل نتیجه بسیار خوبی در پی خواهد داشت؛ بنابراین بهترین راهبرد برای شما در زمان نیاز به کمک فوری این است که عدم قطعیت را در اطرافیان کاهش دهید و تا حد ممکن درباره نیاز خود به کمک صریح باشید.



خود را از قربانی شدن نجات دهید

نگذارید تماشاچیان خود در مورد وضعیت شما نتیجه گیری کنند؛ زیرا ممکن است اصل اثبات اجتماعی و عواقب غفلت اجتماعی آن، به خصوص یک گروه از افراد، به خوبی عمل کند و باعث شود وضعیت شما را غیراضطراری تشخیص دهند.



در میان همه فن های این کتاب که برای گرفتن یک درخواست موافق طراحی شده اند، این یکی از همه مهم تر است؛ زیرا اگر نتوانید در پاسخ به درخواست خود کمک فوری دریافت کنید، به عواقب ناخوشایندی دچار می شوید.

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

کمی پیش تر اشاره کردیم که اصل اثبات اجتماعی، مانند تمام سلاحهای دیگر تأثیر، در برخی شرایط در مقایسه با شرایط دیگر، بهتر عمل می کند. تاکنون ما

یکی از این شرایط - یعنی عدم قطعیت - را بررسی کردیم.

بدون تردید، وقتی مردم شک دارند امکان بیشتری وجود دارد که از روی اعمال دیگران درباره چگونگی عمل خود تصمیم بگیرند؛ اما علاوه بر آن، موقعیت مهم دیگری هم وجود دارد که این اصل در آن عمل می کند: مشابهت.

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

اصل اثبات اجتماعی در قدرتمندترین شکل خود هنگامی عمل میکند که ما به رفتار افرادی شبیه به خود نگاه می‌کنیم؛ رفتار چنین افرادی است که به ما مهمترین بيش را درباره چگونگی رفتار صحیح به دست میدهد؛

بنابراین ما بیشتر راغب هستیم هدایت یک فرد مشابه خود را بپذیریم تا کسی که شبیه به ما نیست.

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده



حالا تبلیغ کنندگان به خوبی می دانند یکی از راه های موفق فروش یک محصول به مردم عادی (که بزرگترین نیروی بالقوه بازار را تشکیل می دهند) این است که نشان دهند دیگر مردم «معمولی» نیز این محصول را می خرند؛ در نتیجه چه این محصول متعلق به یک برند تولید نوشابه باشد و یا پودر رختشویی، ما شاهد رگباری از تعریف و تمجید افراد عادی از آن هستیم.

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

گواهی جالب تر در تأیید اهمیت شباهت، عاملی است که تعیین می کند آیا ما از رفتار فرد دیگری الگوبرداری می کنیم یا خیر، از تحقیقات علمی گرفته شده است. برای مثال محققان سلامت دریافته اند در مدارس، برنامه مخالفت با کشیدن سیگار هنگامی تأثیرات پایداری دارد که برای آموزش از همکلاسی های هم سن و سال دانش آموزان استفاده شود. تحقیق دیگری نشان داد تماشای فیلمی که در آن یک کودک با رضایت خاطر نزد دندان پزشک می رود، باعث کاهش اضطراب نزد کودکانی می شود که این فیلم را تماشا می کنند، به خصوص اگر هم سن و سال همان کودک در فیلم باشند.

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

تأثیر وقایع خودکشی بر تصادف های جاده ای و هوایی به طرز جالبی معلوم است. وقایع خودکشی محض که در نتیجه آن فقط یک نفر میمیرد تصادف هایی را باعث می شود که در آنها فقط یک نفر می میرد؛ وقایعی که ترکیبی از خودکشی و قتل هستند و چندین نفر تلفات دارد حوادثی با چندین نفر تلفات را به بار میآورد. اگر «شرایط اجتماعی» و «داغدیدگی» علت این دسته از واقعیات گنج کننده نیستند؛ پس پای چه چیزی در میان است؟!

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

یک جامعه شناس در دانشگاه کالیفرنیا میگوید فکر می کند جواب این سؤال را یافته است. نام وی دیوید فیلیپس است و انگشت خود را به سمت چیزی اشاره رفته که به آن «سندرم ورتر» می گویند.



هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

داستان «سندرم ورتر»، هم تأسف برانگیز و هم جالب است. بیش از دو قرن پیش، گوته رمانی به نام «رنج های ورتر جوان» نوشت. کتاب که نام قهرمانش ورتر است و خودکشی می کند، تأثیر فوق العاده ای برجای می گذارد. این کتاب نه تنها بلافاصله گوته را معروف می کند، بلکه جرقه ای برای انجام موجی از خودکشی های تقلیدی در سراسر اروپا می شود. این تأثیر چنان قدرتمند بود که مسئولان در چند کشور کتاب را ممنوع کردند.



هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

کار تحقیقی دکتر فیلیپس، تأثیر ورترا را در دوران مدرن بررسی کرده است. تحقیقات وی نشان می دهد، بلافاصله بعد از انتقال داستان یک خودکشی به صفحه اول جراید، میزان خودکشی ناگهان و به شدت در منطقه جغرافیایی داستان - منطقه ای که در آن رسانه ای شده - افزایش می یابد. نظر فیلیپس این است که افراد مشکل داری که داستان مرگ خودخواسته را می خوانند با الگوبرداری از آن خود را می کشند.

در نمودی وحشتناک از **اصل اثبات اجتماعی**، این مردم درباره چگونگی عمل خود بر اساس چگونگی عمل افراد دارای مشکل دیگر، تصمیم میگیرند.

با بررسی آمار خودکشیها بین سالهای ۱۹۴۷ تا ۱۹۶۸ در آمریکا، شواهدی را یافته که بر سندرم ورتز در دوران مدرن صحنه می گذارد. او دریافته طی دو ماه بعد از چاپ هر داستان خودکشی در صفحه اول جراید، میانگینی برابر ۵۸ نفر بیشتر از میزان معمول خودکشی کرده اند. به مفهومی دیگر، هر داستان خودکشی، ۵۸ نفر را به کشتن می دهد که در غیر این صورت به زندگی خود ادامه میدادند.



هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

فیلپس همچنین دریافته است این گرایش برای خودکشی هایی که به دنبال خودکشی فرد نخست روی می دهند، عمدتاً در نقاطی از کشور وجود دارد که خودکشی اول در آنها به صورت گسترده ای رسانه ای شده است.

اگر حقایق نهفته در حواشی **سندرم ورتز** از نظر شما به طرز مشکوکی شبیه به حواشی تأثیر خودکشی بر تلفات ناشی از حوادث هوایی و جاده ای است، این شباهت ها از چشم دکتر فیلپس نیز مخفی نمانده است. در واقع، او ادعا کرده است تمام مرگ هایی را که به دنبال نقل یک واقعه خودکشی در صفحه اول جراید روی می دهد، می توان این گونه تعریف کرد: **مرگ های تقلیدی**.

هر کاری که من میکنم تو هم انجام بده

برخی از افراد، بدون هیچ فکری درباره سبک انجام آن، مستقیماً خودکشی میکنند. این مسئله باعث می شود، آمار خودکشی جهش پیدا کند. جالب اینکه بقیه افراد کمتر به طور مستقیم خودکشی میکنند. دلیل آن می تواند از دست ندادن خوشنامی، اجتناب از فراهم کردن اسباب شرمندگی و آسیب برای خانواده های خود و فراهم کردن موقعیت برای وابستگان در استفاده از بیمه عمرشان باشد. آن ها مایل نیستند مشخص شود که خودکشی کرده اند، بلکه ترجیح می دهند به نظر آید در سانحه ای فوت کرده اند.

بنابراین افزایش هشداردهنده ای که به دنبال درج اخبار مربوط به خودکشی های صفحه اول جراید در آمار تلفات مربوط به تصادف ها می بینیم، براساس نظر دکتر فیلیپس، به احتمال بسیار زیاد به علت عملکرد مخفیانه **سندرم ورتر** است.

کلید حل این موارد در الگوبرداری است

اما دیدگاه فیلیپس ویژگی دوم با ارزشی نیز دارد. از نظریه فیلیپس یک پیش بینی جالب دیگر هم بیرون می آید؛ اگر افزایش تصادف هایی که به دنبال داستان های خودکشی روی می دهد به درستی نشان دهنده یک گروه از مرگ های مقلدانه باشد، آنگاه این افراد باید از خودکشی افرادی الگوبرداری کرده باشند که شبیه آنها بوده اند.

اصل اثبات اجتماعی می گوید ما از اطلاعات رفتاری دیگران استفاده می کنیم تا عملکرد درستی برای خود تعیین کنیم؛ اما در این راه ما بیشتر تحت تأثیر عمل کسانی قرار می گیریم که وضعیتی مشابه ما دارند؛ بنابراین فیلیپس این گونه نتیجه گیری کرد که اگر اصل اثبات اجتماعی عامل این پدیده باشد، باید بعضی شباهت های آشکار بین قربانی ای که در سطحی وسیع رسانه ای شده و آنهایی که باعث تصادف های بعد از آن می شوند، وجود داشته باشد.

چگونه بگوییم نه

ما چگونه می توانیم از خود در برابر سلاح تأثیری دفاع کنیم که باعث بروز چنین دامنه وسیعی از رفتار می شود؟!

مشکل وقتی بیشتر می شود که بدانیم بیشتر مواقع تمایلی برای جبهه گرفتن در مقابل اطلاعاتی که **اصل اثبات اجتماعی** ارائه می کند نداریم. این اصل درباره چگونگی عمل ما شواهدی را ارائه میکند که معمولاً معتبر و با ارزش هستند.

در این وضعیت **اصل اثبات اجتماعی** ما را به نوعی جالب از **سیستم خلبان اتوماتیک** مجهز می کند که به آنچه در هواپیما وجود دارد، بی شباهت نیست.

چگونه بگوییم نه

خوشبختانه، راهی برای عبور از این تنگنا وجود دارد. از آنجا که اساسا اشکال در کار خلبان اتوماتیک هنگامی به وجود می آید که اطلاعات نادرست به سیستم کنترل داده می شود، بهترین دفاع ما در برابر این موقعیت این است که تشخیص دهیم چه زمانی اطلاعات نادرست است. اگر ما بتوانیم خود را در موقعیت هایی حساس کنیم که **خلبان اتوماتیک اثبات اجتماعی** با اطلاعات نادرست کار می کند، می توانیم مکانیسم اتوماتیک را از کار بیندازیم و هر زمان که نیاز است خود کنترل آن را به دست گیریم. دو موقعیت وجود دارد که در آنها اطلاعات نادرست باعث می شود **اصل اثبات اجتماعی** در مقام مشاوره خوب برای ما عمل نکند؛ اولی هنگامی است که اصل اثبات اجتماعی هدفمندانه تحریف می شود و آن موقعیت را بدون استثنا افرادی سودجو ایجاد می کنند.

01

اولی هنگامی است که اصل اثبات اجتماعی هدفمندانه تحریف می شود و آن موقعیت را بدون استثنا افرادی سودجو ایجاد می کنند.

02

برای نمونه باید بگوییم این واکنش های از پیش آماده شده، مختص استفاده در وسایل الکترونیک یا حتی عصر الکترونیک نیستند. در واقع، ردپای ناشیانه از اصل اثبات اجتماعی را می توان در پیشینه اپرا جست و جو کرد. این پدیده ای است که بر آن نام مشوقان کرایه ای گذاشته اند. گفته می شود شروع این پدیده از دهه ۱۸۲۰ و از سوی دو نفر از مشتری های همیشگی اپراهای پاریس به نام های ساتن و رشی، بوده است.

مشوقان حرفه ای از «کف زدن معمولی» تا «تشویق دیوانه وار» خدمات خود را بی پروا در انظار عمومی پیشنهاد می کردند که در این زمینه روزنامه ای بوده که جماعتی آن را می خواندند که به اپرا می رفتند و انتظار این بوده که تحت تأثیر این تشویق ها قرار گیرند. **قاعده کلیک - ویژ**



چگونه بگوییم نه

این خواسته فرد است که می تواند خلبان اتوماتیک را به کار بپندد و یا از کار بیندازد. به همین دلیل ما می توانیم در امتداد مسیری که از جانب اصل اثبات اجتماعی هدایت می شود با اطمینان پیش برویم تا زمانی که متوجه شویم بخشی از اطلاعات استفاده شده نادرست است آن زمان میتوانیم خلبان اتوماتیک را از کار بیندازیم. آشکار بودن **اثبات اجتماعی** متقلبانه ای که دریافت میکنیم، دقیقاً سرخ مورد نیاز را برای زمان به کار بردن این مانور به ما می دهد.



دیو بری

من به این مطلب واقفم که هرگاه با تلاشی مواجه می شوم که قصد دارد بر من تأثیر بگذارد، یک زنگ با رهنمودی شفاف در ذهنم شروع به نواختن میکند: «توجه، توجه، این موقعیت دارای یک اثبات اجتماعی نامناسب است. موقتا خلبان اتوماتیک را قطع کن. انجام آن بسیار آسان است.»

ما فقط باید گوش به زنگ ملاک جمعی قلبی باشیم و اطمینان زیاده از حد و کوتاه نظرانه این سودجویان چیزی است که مستقیماً آن را در اختیار ما می گذارد.

ما می توانیم تا زمانی که قلب آشکار آنها کشف شود، آرامش خود را حفظ کنیم؛ اما پس از آن است که می توانیم با کین خواهی خیز برداریم منظورم در اینجا چیزی فراتر از صرفاً نادیده انگاشتن اطلاعات اشتباه است.

دیو بری

ما باید نیش خود را به کسانی بزنیم که **ملاک جمعی** را خدعه آمیز برای ما به کار می برند. نباید محصولاتِ که در آگهی های بازرگانی دروغین « **مصاحبه های خلق الساعه** » نمایش داده میشوند، خریداری کنیم. علاوه براین، تولیدکنندگان این محصولات باید نامه هایی از ما دریافت کنند که در آن ما درباره واکنش خود توضیح داده، و به آن ها توصیه کنیم دیگر با آن **شرکت های تبلیغاتی** کار نکنند که چنین فریبکارانه محصولات شان را به مردم معرفی می کنند.

دیو بری

علاوه بر موقعیت هایی که در آنها تعمداً از ملاک جمعی تقلب می کردند، مواعی هم هست که اصل اثبات اجتماعی مرتباً ما را به راه غلط هدایت می کند. در چنین مواعی، یک خطای طبیعی و ساده لوحانه، اثبات اجتماعی فراگیری را رقم می زند که ما را به تصمیم اشتباه گرفتن سوق میدهد. پدیده غفلت جمعی - که در آن افرادی که در یک موقعیت اضطراری قرار دارند دلیلی برای هشدار نمی یابند - یک نمونه از این فرایند است.



علاقه، دزدی دوستانه

افراد کمی از شنیدن این این مطلب تعجب می کنند می دهیم که ما در اغلب موارد به درخواست کسانی که می شناسیم و به آنها علاقه داریم جواب مثبت می دهیم؛ اما چیزی که ذکر آن ممکن است تعجب برانگیز باشد این است که این قانون ساده را افراد کاملاً غریبه، به صدها روش استفاده می کنند تا ما را مجبور کنند درخواست شان را اجابت کنیم.

بارزترین نمونه از بهره برداری حرفه ای از قانون علاقه، میهمانی های تاپرویر است که به نظر من زمینه اصلی مجاب کنندگی به سبک آمریکایی را در خود دارد.

علاقه، دزدی دوستانه



قانون مقابله مثل

در ابتدای میهمانی، بازی هایی انجام و جایزه هایی به برندگان اهدا می شود. هرکسی هم که جایزه ای نبرده باشد، می تواند دستش را دراز کرده و با چشم بسته جایزه ای را از داخل یک جعبه بردارد، به این ترتیب قبل از آنکه خرید شروع شود، هرکسی یک جایزه دریافت کرده است.

تعهد

هریک از شرکت کنندگان میهمان باید موارد استفاده و فواید تاپرویر که تاکنون داشته را برای دیگران شرح دهد.

اثبات اجتماعی

با شروع خرید، هر خرید این ایده را جا می اندازد که افراد دیگری هم هستند که به دنبال خرید این محصول اند، در نتیجه چیز خوبی است.

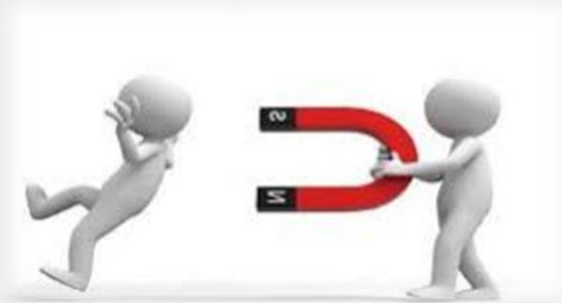


علاقه، دزدی دوستانه

ساده است. با تخصیص بخشی از سود هر جنس خریداری شده به میزبان، بنگاه میهمانی های خانگی تاپرویر ترتیبی را فراهم می کند تا مشتریان به جای یک فروشنده ناآشنا از یک دوست و به خاطر او خرید کنند. به این طریق است که پای جذابیت، گرمی، امنیت و تعهد روابط دوستانه به زمینه فروش کشیده می شود. فرنزر و دیویس - محققانی که زمینه تحقیق شان مصرف و روابط اجتماعی بین میزبان و میهمان هایی است که در فروش های خانگی شرکت می کنند - توانایی این روش شرکت در فروش را تأیید کرده اند؛ قدرت نهفته در این ارتباط جمعی، میزان فروش را دو برابر می کند که احتمالاً نشان می دهد، خرید تولیدات کارخانه بر خود تولیدات ارجحیت دارد. اخیراً تخمین زده شده است، میزان فروش شرکت تاپرویر از دو و نیم میلیون دلار در روز فراتر رفته است. موضوع جالب این است که ظاهراً مشتریان از فشارهای روانی شاخص های علاقه و دوستی که در میهمانی های تاپرویر وجود دارد، کاملاً آگاه هستند.

جذابیت ظاهری

ظاهرا عکس العمل ما به افراد جذاب به صورت همان واکنش کلیک - ویژ است؛ مانند تمام واکنش های کلیک - ویژ، این یکی هم بدون اندیشه قبلی و به صورت غیرارادی و اتوماتیک وار صورت می گیرد. این واکنش در طبقه بندی ای قرار میگیرد که دانشمندان علوم اجتماعی به آنها **خطای هاله ای** می گویند. خطای هاله ای هنگامی اتفاق می افتد که مشخصه مثبتی از یک فرد بر چگونگی قضاوت دیگران نسبت به او تأثیر می گذارد. امروز شواهدی وجود دارد که نشان میدهد جذابیت ظاهری می تواند در ردیف چنین مشخصه هایی باشد.



جذابیت ظاهری

جای تعجب نیست اگر مجاب گران حرفه ای مرتب از **خطای هاله ای جذابیت** در زمینه کاری خود بهره گیری کنند. ما افراد جذاب را دوست داریم و تمایل داریم درخواست کسانی را که دوست داریم اجابت کنیم، به همین دلایل برنامه های آموزشی فروش شامل نکاتی درباره آراستگی است و اینکه مراکز فروش پوشاک، فروشندگان خود را از بین داوطلبان جذاب انتخاب کنند و اینکه مردان جذاب و زنان زیبا در این زمینه اغواگرند.

مشابهت

اگر ویژگی جذابیت ظاهری در کار نباشد چه اتفاقی می افتد؟! در هر حال بیشتر مردم ظاهری متوسط دارند. آیا عوامل دیگری هم وجود دارد که بتوان از آنها برای ایجاد علاقه استفاده کرد؟ هم محققان و هم مجاب کنندگان حرفه ای می دانند چندین ویژگی از این دست وجود دارد؛ اما تاثیرگذارترین آن مشابهت است.

واقعیت این است که ما افرادی را که شبیه به خودمان هستند، دوست داریم این شباهت میتواند در زمینه عقاید یا ویژگی های شخصیتی، پیشینه یا سبک زندگی باشد؛ در نتیجه کسانی که تمایل دارند مورد علاقه باشند تا زمینه تسلیم در ما را افزایش دهند، می توانند به روش های مختلف شبیه به ما به نظر آیند.

تمجید

امیر المؤمنین (ع):

چه بسیار افرادی که از ستودن دیگران فریفته و دچار فتنه شده‌اند

رَبِّ مَقْتُولٍ بِحُسْنِ الْقَوْلِ فِيهِ

هنرپیشه آمریکایی، مک‌لین استیونس، یک بار از اینکه چگونه همسرش او را به دام ازدواج انداخته است، سخن گفت: او گفت مرا دوست دارد. گرچه سخن او رنگ و بوی شوخی داشته است؛ اما این گفته به همان اندازه که بامزه است، عبرت‌انگیز نیز هست. اطلاع از اینکه کسی به ما علاقه دارد می‌تواند تأثیر شورانگیزی داشته باشد. این اطلاع در ما علاقه متقابل ایجاد کرده و باعث تمایل ما به تسلیم در برابر درخواست او می‌شود؛ پس چاپلوسی و ادعای ساده‌جذب یک نفر شدن، از مواردی هستند که غالباً در افرادی که درخواستی دارند هم ملاحظه می‌شود.



تمجید

در کالیفرنیا شمالی تحقیقی روی مردان انجام شد که نشان می دهد ما در برابر مجیزگویی تا چه اندازه می توانیم بی پناه باشیم. مردان کورد تحقیقی که از آن ها درخواستی داشتند، درباره خود نظرهایی یکسان دریافت می کردند. از بعضی از این مردان فقط تعریف و تمجید شد، به بعضی دیگر فقط نظرهای منفی و به گروه سوم ترکیبی از این دو ارائه شد. این تحقیق سه نتیجه جالب داشت:



۱

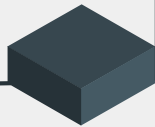
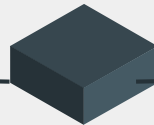
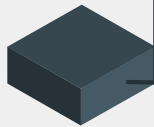
کسانی که مردان را صرفاً تعریف و تمجید کرده بودند، همان هایی بودند که بیشتر از دیگران مورد علاقه قرار گرفتند.

۲

حتی در مواقعی که مردان می فهمیدند فرد مجیزگو می خواهد از این ابراز علاقه منفعتی کسب کند، باز هم عکس العمل شان همان گونه بود.

۳

برخلاف انواع دیگر ابراز نظر، لازم نیست تعریف و تمجیدهای مطلق برای کارساز بودن حتما صحت داشته باشند؛ چه صحت داشته باشد و چه نداشته باشد به یک اندازه باعث ایجاد علاقه به فرد مجیزگو می شود.



تماس و همکاری

عامل آشنایی به دلیل تأثیری که در ایجاد علاقه دارد در همه تصمیم گیری های ما از جمله رأی مان به سیاستمداران نقش بازی میکند. مشخص شده در جریان انتخابات اغلب رأی دهندگان به کاندیدایی رأی می دهند که نامش برای شان آشناست. در یکی از انتخابات های بحث انگیز چند سال پیش در ایالت اوهایو، مردی که در رقابت برای کسب منصب دادستان کل ایالت شانس بسیار کمی برای پیروزی داشت با تغییر نام خانوادگی خود به براون - نام خانوادگی بسیاری از صاحب منصبان سیاسی در اوهایو - به پیروزی قاطعی دست یافت.

تماس و همکاری

Contact Approach

برخی افراد برپایه این شواهد که می گوید چیزی برای ما مطلوب تر است که با آن بیشتر تماس داشته باشیم و به منظور ارتقا بخشیدن به ارتباطات بین نژادی، **شیوه «تماس»** را توصیه میکنند. نظر آنها این است که صرفاً امکان تعامل بیشتر در بین افرادی با قومیت های گوناگون، به صورتی که خود را در این تعاملات با یکدیگر مساوی ببینند، باعث می شود این افراد به صورت طبیعی یکدیگر را بیشتر دوست داشته باشند؛ اما هنگامی که دانشمندان به بررسی یکپارچگی مدارس پرداختند - مکانی که بهترین جا برای بررسی روش تماس است - دقیقاً الگویی مخالف با این ایده را یافتند. احتمال بیشتر آن است که لغو تبعیض نژادی در مدارس، تعصب های نژادی بین سیاه و سفید را نه کاهش که آن را افزایش دهد.

با تشکر از توجه شما

