

## МЕХАНИЗМЫ УБЕЖДЕНИЯ

Человек – существо социальное, реализующее себя и развивающееся лишь во взаимодействии с другими людьми. Несомненно, что человек постоянно взаимодействует с окружающим обществом, формируется как личность обществом, как следствие имеет некоторые определенные социальные мотивы действий, побуждения к принятию решений одобряемых обществом. Нередки случаи, когда индивид, осознанно либо неосознанно, склоняет другого человека к определенному действию или поведению, которое даже может быть не выгодно самому исполнителю. Принято считать, что успех влияния на принятие решений человеком зависит, главным образом, от личности убеждающего, его умений и харизмы. Однако, существуют механизмы, заложенные в человека природой и сформированные социальным воспитанием, которые играют в его поведении вполне логичную роль, пока на них не нажимают извне, с целью побудить этого человека к определенному действию. Достаточно мелкой детали, которая сыграет роль спускового механизма, вызывающего у человека автоматическую реакцию.

1. Введение причины. «Согласно одному широко известному принципу человеческого поведения, когда мы просим кого-нибудь сделать нам одолжение, мы добиваемся большего успеха, если представляем причину. Людям нравится иметь причины для того, что они делают». [3,8] Согласно результатам исследования гарвардского социального психолога Эллиен Лангер для вызова «реакции уступчивости» достаточно просто использовать союзы (ибо, потому что, так как и т.д.), которые бы вводили придаточное причины в речь, не называя саму причину и не вводя в придаточном предложении новую информацию.

2. Ставка на стереотипность мышления. Этот принцип работает, в случаях, когда от человека требуется принятие решения в сфере, в которой сам человек не очень осведомлен, либо детальный анализ займет достаточное количество времени и сил. В тех случаях могут подключаться

механизмы, которые позволили бы принять оптимальное решение, не затрачивая силы на подробный анализ всех аспектов вариантов выбора. Например, при поиске некой информации человек зачастую использует некий «авторитетный источник» даже не допуская мысли о проверке самой информации: источник авторитетен – значит информация верная, говорит специалист «со статусом» в своей области – значит, информация не подлежит сомнению. [1, 103] Такое фактически автоматическое, стереотипное поведение у людей преобладает, поскольку во многих случаях оно наиболее целесообразно, а в других случаях — просто необходимо. Человеку приходится пользоваться стереотипами для классификации вещей в соответствии с некими ключевыми чертами характерными особенностями, а затем реагировать, не задумываясь, когда он сталкивается с той или иной характерной чертой. [3, 10]

3. Восприятие на контрасте. Данный принцип воздействия на человека основан на субъективности восприятия. Если сопоставить два предмета или явления – первый с ярко выраженной характеристикой, а другой с менее – то характеристика первого на фоне характеристики второго будет казаться еще более яркой. Например, качественная обувь при сравнении с некачественной будет казаться еще более качественной. [1, 257]

4. Воздействие на чувство признательности. Согласно мнению социологов и антропологов, одна из основных, наиболее широко распространенных норм человеческой культуры воплощается в правиле взаимного обмена. В соответствии с этим правилом человек старается определенным образом отплатить за то, что ему предоставил другой человек. Возлагая на «получателя» обязательство совершить ответный акт в будущем, правило взаимного обмена позволяет одному индивиду давать что-либо другому с уверенностью, что это не будет полностью утрачено.

«Широко распространенное и энергично поддерживаемое чувство признательности сыграло огромную роль в человеческой социальной эволюции, поскольку подразумевается, что один человек может дать нечто (например, еду, энергию, заботу) другому с уверенностью в том, что его

силы не будут потрачены впустую. Впервые в эволюционной истории индивид получил возможность отдавать какую-то часть своих ресурсов и при этом не терять отданное. Неудивительно, что правило взаимного обмена глубоко внедрилось в наше мышление благодаря социализации, которой мы все подвергаемся». [3, 36] Чувство признательности становится для человека тем фактором, которое побуждает его к определенному ответному действию. Велика вероятность того, что некое требование либо просьба человека, вызвавшего чувство благодарности, будет удовлетворено. Так например, кришнаиты при сборе пожертвований делают «небольшой символический подарок», на самом деле обязывающий уступить требованиям людей из организации.

5. Кажущаяся уступка. Данный принцип побуждения к действию является мощной комбинацией двух других принципов: восприятия на контрасте и воздействия на чувство признательности. Его суть заключается в том, что для достижения согласия на некие выгодные для одной стороны условия, она может выдвигать чуть завышенные требования (которые, однако, должны оставаться выполнимыми), а затем отступить к требованиям, первоначально устраивающим сторону. Более низкое требование на контрасте будет казаться принимающей стороне еще ниже, а чувство благодарности за уступку «заставит» тут же «заниженные» условия принять и выполнить. Например, если человек попросит должника вернуть ему долг через три дня, да еще с процентами, а затем отступит к «более низкому» требованию вернуть долг без процентов через неделю – то вероятность того, что долг вернут, будет намного выше, чем, если бы человек сразу просил вернуть долг через неделю.

6. Стремление к последовательности. «Поскольку нам обычно полезно быть последовательными, мы поддаемся искушению быть таковыми автоматически, даже в ситуациях, когда это неблагоприятно». [3, 70] Человек избегает постоянного принятия жестких решений, необходимости постоянно выбирать образ действий и мысли. Посему наблюдается склонность к форме поведения в соответствии с теми решениями, которые

человек принял для себя ранее. Важную роль также в этом принципе играет принятие человеком на себя обязательства. При принятии обязательства создается база для автоматической реакции последовательности. Через эту автоматическую склонностью к последовательности в мыслях и действиях достаточно успешно манипулируют: вынуждая человека совершить некое действие, мы увеличиваем вероятность того, что он откликнется на просьбу значительнее. Также стремление к последовательности будет работать, если человека просто спросить о готовности совершить действие, а затем предложить само действие. Показателен пример исследования социального психолога Стивена Дж. Шермана. «Шерман спросил у достаточно большого числа жителей Блумингтона, штат Индиана, что бы они ответили, если бы их попросили потратить три часа на сбор денег для Американской ассоциации борьбы с раком. Конечно, не желая выглядеть неотзывчивыми в глазах проводящего опрос и в своих собственных, многие из этих людей сказали, что они согласились бы. Последствием этой ловкой процедуры явилось семикратное увеличение числа добровольцев, вызвавшихся собирать пожертвования в ответ на призыв о помощи представителя Американской ассоциации борьбы с раком, который выступил перед горожанами через несколько дней после опроса Шермана»

7. Создание устойчивых точек опоры. Принятие на себя обязательств и личной ответственности не только повышает вероятность исполнения предполагаемого действия, но и ко всему прочему меняет представление человека о самом себе. Серия навязанных обязательств может послужить тому, что у человека, их принявшего, сформируется о себе некое представление, в соответствии с которым человек будет действовать и далее, ведомый стремлением к последовательности. Это может привести к тому, что даже при прекращении действия первоначального фактора, заставившего принять обязательство, самосознание будет выбирать тот образ действий, который был задан ранее.

«Так, если человека однажды побудили предпринять действие, которое сдвинуло его представление о самом себе к образу проникнутого

духом патриотизма гражданина, вполне вероятно, что этот человек будет руководствоваться заботой об интересах общества и при других обстоятельствах. Скорее всего, он будет продолжать действовать подобным образом до тех пор, пока его новое представление о самом себе существенно не изменится». [3, 99]

В человека, как существо биологически-социальное заложен природой и обществом ряд принципов и законов, которые позволяют ему выбирать правильные образы поведения в данной среде. Эти факторы избавляют человека от неизбежности постоянного выбора и подтверждения образа действий, от постоянной затраты значительных интеллектуальных способностей. Стремление к автоматическому, бездумному действию и поведению увеличивает вероятность того, что человек будет идти на поводу чьего-то влияния.

- 
1. Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Эю Аронсон. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 384 с.
  2. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – 1997. – 688 с.
  3. Чалдини Р. Психология Влияния / Р. Чалдини. – 2001. – 288с.