
Введение

Теперь я уже свободно могу в этом признаться: всю свою жизнь я был тем, кого одурачивают. Я всегда был излюбленной мишенью для уличных торговцев, сборщиков средств из различных фондов и разномастных дельцов. Далеко не у всех этих людей были бесчестные мотивы. Например, представители некоторых благотворительных агентств имели самые лучшие намерения. Но это не имеет значения. Удручающе часто я оказывался обладателем ненужных мне подписок на журналы или билетов на бал санитарных работников. Вероятно, этот мой долговременный статус простака объясняет возникший у меня интерес к изучению уступчивости. Какие же факторы заставляют одного человека сказать «да» другому? И использование каких методик позволяет добиться подобной податливости? Меня заинтересовало, почему требование, высказанное определенным образом, часто игнорируется, в то время как аналогичная просьба, сформулированная несколько иначе, позволяет достичь успеха.

Поэтому в роли экспериментального социального психолога я начал изучать психологию уступчивости. Сначала исследование имело форму серии экспериментов, проводившихся, по большей части, в моей лаборатории при участии студентов колледжа. Я 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. Я охарактеризовал подобные принципы как рычаги влияния. В последующих главах я расскажу о самых важных из них.

Спустя некоторое время я начал понимать, что хотя экспериментальная работа необходима, ее одной недостаточно. «Голые» эксперименты не позволяли судить о значении изучаемых мною принципов в мире за пределами здания института. Стало ясно, что, если я собираюсь глубже понять психологию уступчивости, мне необходимо расширить сферу исследований. Мне следует внимательно взглянуть на «профессионалов уступчивости» — людей, которые постоянно заставляли меня уступать им. Они знают, что срабатывает, а что — нет; закон выживания наиболее приспособленных подтверждает это. Такие люди

стараются во что бы то ни стало заставить окружающих уступить, от этого зависит их успех в жизни. Не знающие, как вынудить людей сказать «да», обычно терпят поражение, знающие — процветают.

Конечно, «профессионалы уступчивости» — не единственные люди, которые используют рассматриваемые нами принципы. Все мы, с одной стороны, применяем их, а с другой — оказываемся в какой-то степени их жертвами в ходе повседневных взаимодействий с соседями, друзьями, возлюбленными, детьми. Но люди, старающиеся непременно добиться от других уступчивости, имеют нечто большее, чем смутное и не всегда глубокое понимание того, что срabатывает. Наблюдая за ними, можно получить богатейшую информацию об уступчивости. Я в течение трех лет сочетал свои экспериментальные исследования с гораздо более увлекательной программой систематического погружения в мир «профессионалов уступчивости» — торговых агентов, сборщиков средств, вербовщиков, работников рекламы и др.

Я поставил перед собой задачу изучить тактики и стратегии, широко и с большим успехом применяемые «профессионалами уступчивости». Моя программа наблюдения иногда принимала форму интервью с этими людьми, а иногда — с их естественными врагами (например, офицерами полиции, работниками общества защиты прав потребителей). В других случаях программа включала в себя интенсивное изучение письменных материалов, посредством которых интересующие нас методики передаются от одного поколения к другому, — учебники по торговле и т. п.

Чаще всего, однако, я использовал так называемое наблюдение в качестве участника — специальный подход, при применении которого исследователь играет роль шпиона. Скрывая свою личность и намерения, исследователь внедряется в интересующее его общество и становится членом группы, которую намеревается изучить. Поэтому, когда я хотел узнать о тактике людей, работающих в организации по продаже энциклопедий (или пылесосов, или фотографических портретов), я откликался на все объявления, в которых говорилось о наборе желающих получить соответствующую подготовку, и представители различных фирм обучали меня своим методам. Используя подобные, но не идентичные подходы, я сумел проникнуть в рекламные, информационные и другие агентства и изучить специальные методики. Таким образом, большинство доказательств, представленных в этой книге, получено на основе моего личного опыта работы во многих организациях, основной целью которых является заставить потенциальных клиентов сказать «да».

Один аспект того, что я узнал за этот 3-летний период наблюдения в качестве участника, был особенно поучительным. При существовании тысяч различных тактик получения согласия большая их часть 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 и т. д.¹

Наконец, я исследовал, как именно каждый принцип вынуждает людей говорить «да» не задумываясь. Можно предположить, что быстрый темп и информационная насыщенность современной жизни будут способствовать все большему распространению «неразмышляющей податливости» в будущем. Следовательно, для общества будет чрезвычайно важно понять механизмы автоматического влияния.

¹ Следует отметить, что я не включил в число шести главных принципов простое правило «личного материального интереса» — каждый человек хочет получить как можно больше и заплатить как можно меньше за свой выбор. Я вовсе не считаю, что желание максимально увеличить выгоды и максимально уменьшить издержки не является важным при выработке решений и что «профессионалы уступчивости» игнорируют это правило. Напротив: в ходе своих исследований я часто видел, как эти люди использовали (иногда честно, иногда — нет) принуждающий подход типа «я могу дать тебе очень многое». В этой книге я предпочитаю не разбирать отдельно правило личного интереса, поскольку рассматриваю его как некую аксиому, заслуживающую признания, но не подробного описания.