qor.kz – үздік кітаптардың қысқа мазмұндамалар қоры.

Кіріспе

Роберт Чалдини біраз рет көндіру профессионалдары әрекеттерінен зардап шеккендіктен бағыныштылық психологиясын зерттей бастаған еді. Көндіру профессионалдары адамдарды оларға қажетті жоқ іс-әрекеттерді жасауға нандыра алатын қабілеті бар (керегі жоқ тауарларды сатып алу, бір нәрсеге жазылу, қорға ақша беру және т.б.). Сонда Роберт бұны табиғи альтруизмнен жасамайтынын түсінді, бірақ көшелердің сатушылары, қайырымдылық ұйымдары мен қайыршылар оны «иә» деп айтуға мәжбүрледі. Ең алдымен Роберт Чалдини бағыныштық психологиясын зертханалық жағдайларда зерттеді. Оның тәжірибе жасайтын «қояндары» студенттер еді. Бірақ кейін ол әсер ету қағидаларын және барлық ықпал ету тәсілдерін түсіну үшін тек қана көндіру профессионалдарымен тығыз байланыста болу қажеттілігін аңғарды. Сондықтан ол «жаудың ұясына» аттанып, үш жылдың ішінде шаңсорғыш пен энциклопедия сататын компанияларына, жарнамалық және ақпараттық агенттіктерге жұмысқа орналасып, үздік сатушылармен сөйлесіп, олардың қызметін бақылаған. Ол да адамдарды көндіруді, нандыруды, алдауды үйренді.

Роберт келісімге қол жеткізу үшін мыңдаған тәсілдерді меңгерген. Кейін оларды алты топқа бөліп, әрқайсысы бір ғана психологиялық қағидаға сәйкес келетініне көзі жетті: дәйектілік, аралық алмасу, әлеуметтік дәлел, симпатия, авторитет және дефицит.

Кітап ғылыми ақпаратқа бай және соған қарамастан оқырмандардың кең ауқымына қызықты болатыны абзал. Басылым сапалы түрде жинақталып, оқырманға тек теория мен зерттеулер мағлұматтарын ғана емес, сонымен қатар ақпаратты қаншалықты жақсы меңгергенін тексеруге мүмкіндігін береді. Әрбір бөлім түйіндермен және бақылау сұрақтарымен аяқталады. Кітапта көндірушілердің ықпалына қарсы тұру үшін практикалық кеңестер, өмірден алынған мысалдар және бұдан бұрын шыққан басылымдарын оқыған және автормен өз тәжірибелерімен бөліскісі келген оқырмандардың кейстері көптеп берілген.

1. Адами автоматизм

Жануарларға механикалық мінез-құлық моделі тән. Белгілі бір жағдай әсер етуінен мида шертпек пайда болғандай, ол белгілі бір түрде әрекет ету қажеттілігін тудырады.

Күркетауықтар ұрпағына деген аса қамқорлығымен ерекшеленеді. Олар балапандарын жылытып, тамақтандырып, тазалайды және тәрбиелейді. Бірақ ғалымдар олардың ана махаббаты «чип-чип» деген дыбысты естігенде ғана пайда болатыны көзі жеткен, ол дыбысты дені сау балапандар шығарады. Егер балапан ондай дыбысты шығармай алса, мекиен (аналық күркетауық) ең жақсы жағдайда оған елемеушілік танытады, ең жаманы – бөтен деп шоқып өлтіреді. Алайда, егер күзен (күркетауықтың асқан жауы) тұлыпына – «чип-чип» деген дыбыс шығатын динамик орнатсақ, күркетауық оны өз балапанындай қорғап жылыта бастайды. Бірақ дыбысты өшіре салысымен күркетауық бірден күзенді қайтадан жау ретінде қабылдап, оны тұмсығымен және тырнағымен жырта бастайды.

Адамдарда автоматикалық мінез-құлық, әдетте ол туа біткен емес, жүре пайда болады. Сонымен қатар адами мінез-құлық икемділігі жағынан жақсырақ. Адамдар мен жануарларда автоматикалық мінез-құлық белігілі бір ақпарат элементі әсерінен туындап, ол мылтық тартпасының ролін атқарады. Көндіру профессионалдары осы автоматикалық модельдерді іске қосатын элементтерді білгендіктен өз мүддесіне қарай пайдалана алады (эксплуатация ретінде).   
 Гарвардттың психологы Эллен Лангер адамдардың қай жағдайда көбірек көнетінін анықтау мақсатында арнайы эксперимент өткізген. Оның бастапқы гипотезасы адамдарға сұрау себебін түсіндірсе, олар келісімге ынталана баратынына сүйінген еді. Эллен ксерокс аппаратына бірнеше рет келіп, оны кезектен тыс өткізуді сұрады. Алғашқы өтініші осындай еді:   
— Кешіріңіз, менде тек бес парағым бар. Ксероксты қолдансам болады ма, өйткені мен асығыс едім. Өтініштің тиімділігі өте жоғары болды: адамдардың 94% Лангер ханымды кезектен тыс өткізген. Екінші рет Эллен өтінішін басқаша айтқан:  
— Кешіріңіз, менде тек бес парағым бар. Ксероксты кезектен тыс қолдансам болады ма?

Осындай сұрақ түріне адамдардың тек 60% ғана кең пейілділігін көрсетті. Бірақ айырмашылығы тек сұрақта сөздердің орналасуында ғана. «Мен асығыс едім» — аса салмағы бар себеп емес, себебі бәрі де асығыс. Сонда Эллен адамдарға келісуге әсер еткен шертпек ретінде «өйткені» сөзі еді деген тұжырымға келді. Осы гипотезаны тексеру үшін психолог экспиременттің үшінші бөлімін ұйымдастырды. Ол кезекте тұрған адамдарға келіп былай деді:   
 — Кешіріңіз, менде тек бес парағым бар. Ксероксты қолдансам болады ма, өйткені маған бірнеше көшірме жасау керек?

Қайтадан адамдардың 93% — Элленді кезектен тыс көшірме аппаратына өткізуге келісті. Эксперимент адамдардың ылғи да автоматты түрде әрекет етпейтіндігін көрсетіп, әрқайсымыздың мінез-құлығымызға белгілі бір автоматизм бар екендігін көрсетті.

Көндіру профессионалдары адамдардың санасына тән стереотиптерді қолданады. Міне біразы ғана: жоғары білімі бар болса – ақылды деген сөз; қымбат — сапалы; күлімдесе — мейірімді.

Автордың танысы, курорттық қаладағы зергерлік дүкеннің иесі. Ол ерекше, сапалы және бағасы жоғары емес көгілдір ақығы бар зергерлік бұйымдарды сата алмай жүрген. Бір күні ол бағаны еке есе түсіруді шешті де сатушысына жазбахат жазады. Ол дүкенге келгенше барлық бұйымдар сатылып, бірақ бағасы бастапқыдан еке есе жоғары қойылған еді. Сатушы дүкен иесін бұрыс түсініп, бағаны екі есе көтерген. Клиенттерде «қымбат болса – жақсы деген сөз» стереотипі орын алды.

Соңғы жылдары ақпарат көлемі қарқынды жылдамдықпен көбеюде. Бір жағынан біз ірі тауарлар, қызметтер және барлық өмір салаларындағы мүмкіндіктерге қол жеткізе аламыз, ал басқа жағынан қарасақ біз үнемі өзгерістер мен әр түрлі ұсыныстарды зерттеуге мәжбүрміз. Осындай жағдайларда тез арада рационалды шешім қабылдау оңай емес: біздің таңдауға және сынап көруге уақытымыз жоқ. Сондықтан біз жиі стереотиптік мінез-құлық тәсілдеріне сүйеніп, сенімділік сезімін тудыратын ақпарат негізінде шешім қабылдаймыз.

Ақпарат жылдамдығы мен көлемінің көбеюіне байланысты адами әрекет автоматизмі әрі қарай тек дами беретін болады, ашкөзді немесе ақ ниеті бар көндіру профессионалдары біздің шешім қабылдауды немесе бас тартуды кейінге қалдыруға мүмкін емес болғандықтан бұл жайтты жиі пайдаланып тұрады. Сондықтан осындай айла тәсілдерді және оларға қарсы әрекеттерді білуіміз керек.

2. Әсер ету қағидалары

Жалпы әсер ету қағидалары ешқандай негативті ақпаратты таратпайды. Олар «бейбіт мақсатта» да қолданылуы мүмкін: баланы уақытында жатуға иландыруға, командада жұмыс істегісі келмейтін бірбеткей әріптеске жұмсақ әсер етуге, немесе партнермен қарым қатынасты жақсартуға болады. Жаманы, осы қағидаларды қолдана адамды жақсы емес істерді жасауға немесе адам жоспарламаған жақсы нәрсені істеуге мәжбүрлеу (ақшаны қайырымдылыққа беру).

2.1. Өзара алмасу қағидасы.

Ежелден бері адами қауымдастықтарда көмекке көмек, қызметке қызмет көрсетіп, жақсылыққа жақсылықпен жауап беру керек деген тәртіп орнаған. Бұл адамдық мәдениетінің нормасы өзара алмасу қағидасы арқасында жүзеге асырылады. Адами қауымдастардың бүкіл мүшелері осы қағиданы ұстануға машықталған. Кімде кім оны бұзатын болса, өздері елден қуылғандардың деңгейіне жетпесе де, олармен істес болудан барлығы бас тартатын.

Айталық, Нұрдаулет Мәдиді туған күніне шақырды. Мәдидің ата-аналары енді баласының досына сыйлық алу керектігін түсініп, оған қоса оны да кейін туған күнге шақыру қажеттілігін аңғарады.

Өзара алмасу ережесі кей кезде адамдарды өзіне ыңғайсыз міндеттіліктерге бағынып, мүмкіндік болса олардан қашатын адам белгілі себептерге байланысты оларға келісуге мәжбүр болады. Өзара алмасу принципіне негізделген тактика - міндеттілік сезімін тудыруға бағытталған, көндіру мамандары басқа адамға бір нәрсе беріп, оның орнына жауапты қызмет көрсетуді сұрайды. Өзара алмасу қағидасы бірнеше себептер бойынша тиімді.

• Ол әмбебап және әртүрлі жастағы адамдарға, зияткерлік және шығармашылық деңгейлеріне қарамастан бірдей әсер етеді.

• Ол тіпті біз сұрамайтын қызметтерді зорлап міндеттеген кезде де жұмыс істейді. Басқа адамнан қолымызға бір нәрсе түскен соң, біз толығымен өз шешімдерімізді қадағалай алмаймыз. Нәтижесінде бізге борышты жүктеген адамдар біз үшін таңдауды жасайды.

• Бұл тең емес алмасуды тудыруы мүмкін. Біреудің борышкері болу жағымсыз, сондықтан адамдар көбіне өздері алғаннан гөрі маңыздырақ қызмет атқарады.

Өзара алмасу қағидаты бойынша қалаған нәрсені алудың әртүрлі әдістері құрылуда. «Бас тарту - шегіну» әдістемесінде біріншіден, тым жоғары бағаланған талап ұсынылады, ол, ең алдымен көбінесе қабылданбайды. Сонда талап ететін адам айтарлықтай жеңілдіктерге келісіп, нәтижесінде ол қажет нәрсеге қол жеткізеді.

Электрониканы сатушы теледидардың сервистік қызметін үш жылға сатып алуды ұсынады. Ол 15 мың теңгені құрайды. Сіз бұл соманы төлеуге дайын емессіз - теледидардың өзі 100 мың теңге тұрады. Онда сатушы бір жылдың ішінде тек 5 мың теңгеге қызмет көрсетуге мүмкіндік бар екенін (арнайы сіз үшін деп) айтады. Және сатып алушылардың шамамен 70% бұл «арнайы ұсынысты» пайдалануға келіседі.

Өзара алмасу қағидасына негізделген айлалы әдістерден өзіңді қорғау үшін, сізге берілген барлық нәрсені қабылдамаудың қажеттілігі жоқ. Сіз қызмет немесе жеңілдік үшін алғыс білдіріп, оны қабылдай аласыз. Алайда, егер сіз алған нәрсенің сыйлық емес екенін және ол сіздің беруге дайын емес нәрсені алуға бағытталған қу әдіс екенін аңғарсаңыз, онда өзіңізге жасалған қызметке жауапты қызмет ету немесе жеңілдікке жеңілдік жасауға борыштымын деп санауға міндетті емессіз. Егер сіз алданып қалсаңыз, өзара алмасу ережесі өзектілігін жоғалтады.

Айталық, сізге бір әйел қоңырау шалып, ол өзін өрттің алдын-алу жөніндегі қалалық комитетінің қызметкері ретінде таныстырады. Ол акция туралы айтады да оның аясында комитет қызметкерлері пәтер, үйлерді аралайды. Олар өрт қауіпсіздігі ережелері туралы әңгімелейді және тыңдаушыларға үйге арналған өрт сөндіргіш береді деп айтады. Сіз акцияға қатысуға келісесіз және белгілі бір уақытта сіздің үйіңізге маман келеді. Ол сіздерге уәде еткендей өрт сөндіргішті және өрт қауіпсіздігі туралы брошюраны сыйға береді. Содан кейін ол үйдің өрт қаупі деңгейін бағалауды ұсынады. Маман пәтерді тексеріп, өлшеуді жүзеге асырады және өрт қаупі деңгейі жоғары екенін анықтап, сізге өрт сөндіру жүйесін орнату туралы ойлану керек деп есептейді. Сізге есіңізді жыйюға мүмкіндік бермей, ол әлем жүзіндегі ең мықты жүйені жарнамалай бастайды (әрине, ол қымбат).

Ситуацияны талдаңыз. Бұл адамның негізгі мақсаты қандай? Дұрыс - сізге қымбат өрт сөндіру жүйесін сату. Дәріс және өрт сөндіргіш - бұл қызметтер емес, айла-тәсілдер. Сізді алдады деген сөз. Сондықтан сіз өрт сөндіру жүйелерінің сатушысымен қоштасып, ал өрт сөндіргішті өзіңізге сізді алдағаны үшін өтемақы ретінде қалдыра аласыз. Сатушы сізді өрт сөндіргішті алғысы келетін достарыңыздың телефон нөмірлерін беруді сұрайды. Ол «Бас тарту - шегіну» тактикасын қолдануда. Телефон нөмірлерін берсеңіз, бермесеңіз бұл тек сіздің таңдауыңыз ғана.

2.2. Дәйектілік (последовательность) принципі

Біз бәріміз сөздерде, іс-әрекеттерімізде және ойларымызда дәйекті болғымыз келеді. Бұған келесі факторлар ықпал етеді:

• дәйекті мінез-құлық қоғамда жоғары бағаланады;

• дәйекті мінез адамның өмірін жеңілдетеді;

• дәйекті мінез-құлық күрделі кәсіби, тұрмыстық және әлеуметтік жағдайларда мінез-құлықтың стереотиптерін қалыптастыруға мүмкіндік береді. Сонда ғана адам осы немесе басқа жағдайда қалай әрекет ету керектігін есіне алады.

Өзге адамдардың көзінше дәйекті болуға тырысып, біз жиі тұзаққа түсеміз. Біз өзімізге борышты міндеттеп, содан кейін осы міндеттемемен қоса жүктелген талаптармен келісуіміз керек. Көндіру профессионалдары бізден белгілі бір жүріс-тұрыс бет алысына қол жетуді қалайды және бізден тиісті көзқарасты қабылдауға талпындырады. Әсіресе әлеуметтік жауапкершілік тиімді. Тіпті қате міндеттемені қабылдасақ та, мұны мойындау өте қиын. Таңдауыңыздың дұрыс екеніне сену үшін сылтау табу оңайырақ. Кейбір адамдар жағдай өзгергенде де өз міндеттерін орындауды жалғастыра береді. Бұл «төмен доптың» тактикасы деп аталады - әңгімелесушіні жауапты әрекетке тартуға мәжбүр ететін нәрсені беремін деп уәде етіп, кейін ол уәдені орындамау.

Маскүнемдердің әйелдері жиі осы тұзаққа түседі. Сакенің әйелі Жанна ажырасу өтінішін соттан қайтарып алса, ол ішімдік ішуін тоқтатады деп серт береді. Саке біраз уақыт ішпейді, содан кейін бұрынғы өмір салтына оралады. Сакенің уәделеріне сеніп, ажырасу туралы ойын өзгерткен Жанна дәйексіз болуынан қорқып, енді ажырасу туралы ойланбайды да. Әйелдің айтуынша, қазір күйеуі әлдеқайда аз ішеді, төсекке кофе әкеледі және балалармен көп уақыт өткізеді…

Бойыңыздағы жалған дәйектілікті анықтау үшін, миға асқазан мен жүректен келетін сигналдарды байқауға үйрену керек. Асқазан - бізді меркантилді мақсаттарда пайдаланып жатыр "дейді", олар бізді өзіміз қаламайтын нәрселерді жасауға мәжбүрлейді. «Қобалжудан қарын аш болғандай арасында қысылыс сезінсеңіз» - бұл асқазанның «дауысын» естідім деген сөз. Әңгімелесушіге оның жеке жоспарын ашқанын батыл түрде хабарлаңыз.

Серіктестер сізді жаңа жылдық кешке шақырып, оның барысында өздері үшін пайдалы келісімшартқа қолыңызды қоюғызуға тырысады. Бірақ сіз мерекеге келгеніңіз қосымша міндеттемелерді орындауға себеп болмайды. Біздің бар міндеттерімізге күмән туса жүрегімізді тыңдауымыз қажет. Өзіңізге сұрақ қойыңыз: «Мен қазір білетінімді білсем, міндеттеме алатын ба едім?

Ішкіш Сакеге және кешірімшіл Жаннаға оралайық. Егер Жанна өзіне сұрақ қойса: «Күйеуім ішуді жалғастыра беретінін білетін болсам, ажырасу туралы өтінішті қайтарып алатын ба едім, бірақ балалармен көбірек уақыт өткізсе ше? (кофені төсекке әкеліп, кішкене аздап ішсе)», - сонда ол не істеу керек туралы айқын жауап таба алатын еді.

2.3. Әлеуметтік дәлел қағидасы

Адамдар өз іс-әрекеттерінде тап осындай жағдайда болған басқа адамдардың іс-әрекеттерін жиі нұсқаулық ретінде қолданылады.

Біздің бөлімде әр адам жабайы жануарларды қорғау қорына жалақыдан 2000 теңге береді. Міне мен де мұны жасаймын.

Адамдардың еліктеуге деген табиғи бейімділікке негізделген әлеуметтік дәлел қағидасы адамның шынымен де істегісі келмейтін іс-әрекетті жасауға талпындыратын көндіру профессионалдармен тиімді пайдаланылады. Бұл адамға команданың көптеген (немесе бәрі) мүшелері талаптарды орындауға келісті деп айтылады. Кейін адамдардың көбісі барлығы сияқты істеуге келіседі.

Әлеуметтік дәлел қағидасы екі фактордың қатысуымен жұмыс істейді:

• белгісіздік (не істеу керектігін білмесең, басқалардың істегендерін қайталаңыз);

• өзгелерге ұқсастық (менің әріптестерім, туыстарым, руластарым, діни қауымдастықтың мүшелері бұл істі жасайды, мен де мұны жасаймын). Әлеуметтік дәлел қағидасы адамдарға наразылық шерулеріне баруға, тіпті жаппай өзіне-өзі қол жұмсауды мәжбүр ете алады.

1970 жылы Сан-Франциско қаласында Халықтық ғибадатхананың атауы бойынша секта пайда болды. Ол негізінен кедей адамдардан тұрған. 1977 жылы секта жетекшісі, Джим Джонс ұйым мүшелерімен Оңтүстік Американың джунглиіне көшті. Бір жылдан кейін конгрессмен Лео Р.Райан сектаның қызметін зерттеу үшін Гайанаға келді. Көп ұзамай оның үш мүшесі өлтірілді. Киелі Джонс оның қамауға алынып, өлім жазасына кесілетініне сенімді болып, шәкірттерін жаппай суицидке шақырды. Тек бірнеше сектанттар ғана қашып құтылды. Қалғаны (910 адам) улы лимонадқа толы қазанға жақындап, асықпай өздері мен балалары үшін өлімге әкелетін сусын құйып, ажалын сабырлы түрде күткен.  
 Әлеуметтік дәлелдердің зиянды ықпалын болдырмау үшін сіз жалған дәлелдерді біліп, өз-өзіңіздің бағалау деңгейін көтеруге тырысыңыз және қандай да бір оқиғалар мен құбылыстар болмасын, олар туралы өз пікіріңіздің болуы міндетті, халықтың соңынан жүрмеңіз, тіпті егер ішінде сізге жақын не ұқсас адамдар бар болса да.

2.4. Симпатия қағидасы.

Жағымсыз сезім тудыратын адамға қарағанда, біз жағымды болатын адаммен келісу ықтималдығы әлдеқайда жоғары. Бұл ерекшелікті көндіру профессионалдары аса шеберлікпен қолданып, олар тартымды және сүйкімді болып көрінеді. Тартымдылық әртүрлі болады.

• Сыртқы тартымдылық адамға әртүрлі жағымды қасиеттерді, мысалы, ақыл мен кең-пейілділікті қоса есептеуге итермелейді. Сондықтан сүйкімді адамдарға басқаларды сендіруге оңайырақ.

• Бізге ұқсас адамдар да бізге тартымды көрінеді.

• Бізді мақтайтын адамдар жүректерімізді әп-сәтте жаулап алады. Кейде әңгімелесушіні қарама-қайшы көзқарасты қабылдауға және ол бір сағат бұрын ғана наразылық танытқан нәрсені істетуге талпындыру үшін көндіру профессионалдарына бірнеше комплимент жасау жеткілікті.

• таныс адам әрқашан бейтаныс адамнан гөрі тартымды. Әсіресе көңіл-күйіміз көтеріңкі және жақсы эмоцияларға толы болған кезде бізбен танысқан адамдар біз үшін әлдейқайда жанға жайлы болады: табысты жоба бойынша бірлесіп жұмыс істеу барысында, жақын достарыңның кешінде немесе балалармен саябақта серуендеу кезінде.

• Позитивті ассоциацияларды тудыратын адамның біздің сенімімізге қол жеткізудің жақсы мүмкіндігі бар. Мұндай «сенімділік ұрысы» сіздің досыңыздың туысы немесе сүйікті футбол команданың ойыншысы болуы мүмкін.

«Жақсы және жаман тергеуші (полиция қызметкері)» қағидасы симпатия қағидасына негізделген. Жаман тергеуші соққыға жығып, айқайлайды және қорқытады. Жақсы тергеуші сыпайы және жанашыр. Ол шай мен темекі беріп, сізбен жылы әңгімелер жүргізеді. Түрменің экстрималды жағдайында жаман тергеушіге қарағанда жақсы тергеуші - нағыз құтқарушы. Сіз оған бар шындықты айтуға болады деп сенесіз. Ал егер ол қандай да бір құжатқа қол қою керек деп сұраса, сіз оқымай қол қоя аласыз.

Симпатия қағидасы сізге немесе басқаларға зиян келтіретін нәрсені жасауға мәжбүр етпес үшін сүйіспеншілік тудыратын адамдарға көзқарасыңызды қадағалау және талдау қажет. Сүйкімді адамды және оның өтінішін бөліп караңыз және өзіңізден сұраңыз: «Басқа біреу мені сұраса, мен мұны істейтін бе едім?»

2.5. Беделділік қағидасы

Егер талап иесі салмақты тұлғалардың бірі болса, онда оның беделіне сүйенген адамдарды кез-келген нәрсеге мәжбүрлеуге болады. Көптеген психикалық сау адамдар беделді адамның бұйрығымен айналаның бәрін жоюға, басқа адамдарды жаралауға және тіпті оларды өлтіруге де дайын. Беделді адамдарға мойынсұну дәстүрі ежелгі дәуірден бастау алады, қоғамның мүшелерінің билігіне мойынсұну әлеуметтік норма деп сендіріп үйретті. Әлсіз адамдар шынайы немесе мифтік бастықтарға қуана-қуана бағынады: бұл жағдайда сізге ойлауға, күмәндануға, шешім қабылдауға және жауапкершілікті алуға қажеттілік жоқ. Қоғам кімді дана және күшті деп санайтын болса, адамдар олардың нұсқауларына бағуға дайын.

Гитлердің беделі зор болды. Көптеген интеллектуалды және прогрессивті адамдар (жазушылар, ғалымдар, актерлар) оның ықпалында болды және тек нацизм идеяларын мақұлдап қана қоймай, оларды жүзеге асыруға қатысқан: жаппай атулар және азаптауларда.

Адамдарға тек қана биліктің өзі ғана емес, сонымен қатар оның белгілері де әсер етеді: атақтар, лауазым, киім бренді және автомобиль маркасы. Егер адамда биліктің қандай да бір белгісі болса, басқалар оған үлкен құрметпен қарайды, тіпті егер бұл символ оның еңбегінің нәтижесі емес немесе ол өзінің иесіне қосымша артықшылық бермесе де.

Бентлидегі шенеунектің ұл баласы немесе соңғы орыс императорының жанама ұрпағы ресми белгілері арқасында кейбір қоғамдарда беделді болып саналады. Мұндағы ресми белгілер - қымбат автокөлік пен атақты отбасына тиесілі болуы.

Өзіңізді қандай да бір беделі бар адам қысымынан қорғау үшін келесі сұрақтарды пайдалана аласыз: «Бұл беделді адам шын мәнінде осы саладағы маман ба? Оның беделділігі қаншалықты шынайы? «Бірінші сұрақ беделді адамның символдарынан акцентті аудартып, осы адамның шын мәнінде қандай екеніне назар аудартады. Екінші сұрақ - беделді адамның кəсіби құзыреттілігі туралы ғана емес оның адалдығы жайлы. Белгілі бір беделді тұлғаның айла- тәсілдерінің бірі - шынайылығын және адалдығын көрсету үшін алдымен өзі туралы теріс ақпаратпен (өте маңызды емес) бөлісіп хабарлау. Бұл техника жиі жарнамаларда қолданылады:

L’Oreal: Біздің өнім ең арзан емес, бірақ ол жоғары сапалы.

2.6.Дефицит қағидасы

Дефицит қағидасы адамдардың аз көлемде шығарылған және қайталанбас бірегей нәрсеге ие болғысы келетініне негізделеді. Біз саны шектеулі (соңғы билет) және мерзімі аяқталатын тактикаларды үнемі көрудеміз (бұл бірегей кітапты тек бүгін сағат 19:00-ге дейін ғана сатып ала аласыз). Көндіру профессионалдары бірегей шектеулі мүмкіндіктер туралы хабардар ету үшін жүздеген түрлі әдістерді ойлап табады.

Аукциондық үйлер дефицит қағидасын бойынша жүздеген миллион доллар табуда. Танымал суретшінің суреті, өлең қолжазбасының түпнұсқасы немесе жұлдыздың қолтаңбасын әдептен тыс сомаға сатылуы мүмкін. Себебі ол нәрселердің бәрі жалғыз данада.

Дефицит қағидасы екі себеп бойынша тиімді.

• Әдетте қол жетуге қиын тауарлар мен қызметтер басқаларға қарағанда құны жоғарырақ.

• Егер бізге бір нәрсе қолжетімді болып, кейін ол нәрсе сатылымнан алынса, біз бұны еркіндікке шектеу ретінде қабылдаймыз. Және реактивті кедергі ету теориясына сәйкес - біз еркіндік шектеуіне күшті ниетпен қайттан еркіндікке қол жеткізу (онымен бірге дефицитті тауарлар немесе қызметтерге) арқылы кері реакция көрсетеміз.

Procter & Gamble компаниясы бірнеше ондаған жылдар бойы клиенттерге сатып алу кезінде жеңілдіктерге арналған купондарды берген еді. Бірақ компания бағаны төмендетуді және купондарды жоюды шешті. Содан бері АҚШ-та сатып алушылар наразылық акцияларын өткізді: кейбіреулер Procter & Gamble өнімдеріне бойкот жариялап, басқалары шағымдар жазып, пикеттер ұйымдастырды. Сатып алушылар купондарды алу олардың ажырамас құқығы деп қарастырды, бірақ Procter & Gamble-ге зерттеулеріне сәйкес тұтынушылар купондардың тек 2%-ын ғана пайдаланды. Адамдар олардан бір нәрсені зорлап әкету талпыныстарына әрқашан қарсы болады, тіпті бұл зат оларға қажет емес болса да.

Психологиялық реактивтік қарсылық - өмір бойы әртүрлі тілектерді оята алатын күшті мотиватор. Ең алдымен ол екі жастағы балаларда («Мен - өзім!») және жасөспірімдерде («Мен ересек адаммын және мен бәрін өзім білемін») байқалады. Бұл жаста адамдар жаңа еркіндік дәрежесін қорғайды және бақылау мен шектеулерді мойындамайды.

Дефицит қағидасы заттар мен эмоцияларды адекватты бағалауға ғана емес, сонымен қатар ақпараттың талдауына да кедергі келтіреді. Адамның ақпаратқа қол жеткізуге шектеу қойылған кезде, ол тапшылығын сезініп, оған қайтадан қол жеткізуге тырысады. Ақпаратқа қол жеткізудегі қиындықтар адамдарға оны позитивті түрде қабылдауға мәжбүр етеді. Бұл ақпарат оларға қол жеткізгенге дейін бағалы және шыншыл болып көрінеді.

Бұл қағидаға саналы түрде қарсы тұру оңай емес, өйткені дефицит болғанда біз эмоцияларға толы, ал рационалды ойлау мүмкіндігіміз жоққа шығады. Дефицитке тап болған кезде тоқтап, өзіңіздің эмоционалды күйіңізді бағалауға тиіссіз: егер сіздің пульсіңіз жиірек соғыла бастаса, сіз тым көп қобалжып тұрған жоқсыз ба? - деген сұраққа жауап беруіңіз керек. Шамадан тыс абыржыған жағдайды сезінгенде, нақты немесе жалған дефицитке байланысты эмоциялардан оқшауланып, қалаған тауарды немесе қызметті шынайы бағалауға тырысыңыз.

Сіз дүкеннің тең жартысын сатып алғыңыз келгенде, өзіңізден былай сұраңыз: «Егер жаппай сату бүгін аяқталмаса, мен осы костюмді сатып алар ма едім?»

Қорытынды

Жануарларға механикалық мінез-құлық моделі тән. Белгілі бір жағдай әсер етуінен мида шертпек пайда болып, ол белгілі бір түрде әрекет ету қажеттілігін тудырады. Адамдарда автоматикалық мінез-құлық, әдетте ол туа біткен емес, жүре пайда болады. Көндіру профессионалдары адамдарды оларға қажетті жоқ іс-әрекеттерді жасауға нандыра алатын қабілеті бар (керегі жоқ тауарларды сатып алу, бір нәрсеге жазылу, қорға ақша беру және т.б.).

Адамға әсер етудің көптеген әдістерінің негізінде 6 психологиялық әсер ету қағидасы жатыр.

Адами қауымдастықтарда көмекке көмек, қызметке қызмет көрсетіп, жақсылыққа жақсылықпен жауап беру керек деген тәртіп орнаған. Бірақ егер сізге жасалған қызметтің не сыйлықтың мақсаты пайда табу не қымбат тауарды сату үшін жасалса, онда сіз айырбасқа бірдеңені беруге міндетті емессіз.

Біз бәріміз сөздерде, іс-әрекеттерімізде және ойларымызда дәйекті болғымыз келеді. Қателік жасамау үшін өзіңізге мынадай сұрақ қойыңыз: «Мен қазір білетінімді білсем, міндеттеме алатын ба едім? — және асқазаныңыз бен жүрегіңізді тыңдаңыз.

Әлеуметтік дәлел қағидасының негізі - адамдар өз іс-әрекеттерінде тап осындай жағдайда болған басқа адамдардың іс-әрекеттерін жиі нұсқаулық ретінде қолданылуда. Әлеуметтік дәлелдердің зиянды әсерлерін болдырмау үшін сіз жалған дәлелдерді біліп, өз-өзіңіздің бағалау деңгейін көтеруге тырысыңыз және қандай да бір оқиғалар мен құбылыстар болмасын, олар туралы өз пікіріңіздің болуы міндетті, халықтың соңынан жүрмеңіз, тіпті егер ішінде сізге ұқсас адамдар не жақындарыңыз бар болса да.

Симпатия қағидасының мәні – жағымды адам сізді жағымсыз адам көндіре алмайтын нәрсеге көндіре алады. Сүйкімді адамдардың айтқанымен жүрмес үшін өзіңізге мынадай сұрақ қойыңыз: «Басқа біреу мені сұраса, мен мұны істейтін бе едім?»

Беделділік қағидасы және адамдарға мойынсұну дәстүрі ежелгі дәуірден бастау алады, қоғамның мүшелеріне билікке мойынсұну әлеуметтік норма деп сендіріп үйретті. Өзіңізді қандай да бір беделі бар адам қысымынан қорғау үшін келесі сұрақтарды пайдалана аласыз: «Бұл беделді адам шын мәнінде осы саладағы маман ба? Оның беделділігі қаншалықты шынайы?

Дефицит қағидасы адамдардың аз көлемде шығарылған және қайталанбас бірегей нәрсеге ие болғысы келетініне негізделеді. Дефицит жағдайында өзіңіздің эмоционалды күйіңізді бағалаңыз: егер сіз қобалжуды сезіп тұрсаңыз, онда сабыр болуға тырысып: «Менің шешім қабылдуыма дефицит әсері ме, әлде бұл менің шынайы қалауым?» - деген сұраққа жауап беру керек.