

МОЙ
МОЗГ
МНЕ
ВРЁТ!



ФЕНОМЕН ЭФФЕКТА
ЖУЖЖАЩЕЙ МУХИ

ЕВА ВАН ДЕН БРУК ТИМ ДЕН ХЕЙЕР



Ева Брук
Тим Хейер

Мой мозг мне врёт! Феномен эффекта жужжащей мухи

<https://litres.ru/69853054>

*Мой мозг мне врёт! Феномен эффекта жужжащей мухи: КоЛибри,
Азбука-Аттикус; Москва; 2023
ISBN 978-5-389-24361-3*

Аннотация

Может ли нарисованная на унитазе муха сэкономить вам деньги на уборке? Почему покупателя в супермаркете встречает именно овощной отдел? И как простой ворс из сушилки помогает пикаперам знакомиться с женщинами? В своей жизни мы постоянно недооцениваем влияние малозначительных, казалось бы, вещей на поведение, мышление, восприятие действительности. Ваш мозг обманывает вас ежедневно, и известные специалисты в этой области, Ева ван ден Брук и Тим ден Хейер, расскажут, как именно.

Проводником в этом занимательном путешествии выступит самая обыкновенная... жужжащая муха! Эффектом жужжащей мухи авторы называют различные когнитивные искажения и ошибки в мышлении, из-за которых мы боимся выходить из зоны комфорта, совершаем одни и те же ошибки в состоянии стресса и так сильно жаждем

вписываться в социальные нормы. Жужжащая муха настигнет вас где угодно, от мишленовского ресторана до нотариальной конторы. Как и от мухи настоящей, от нее нигде не скрыться. Более того, ее эффекты часто используют маркетологи, политики, экономисты и многие другие, даже если вы этого не замечаете. На конкретных примерах из жизни и статистических данных авторы расскажут, как распознать эффекты жужжащей мухи в повседневной жизни, избежать их негативных последствий, справиться с соблазнами и предрассудками. Эта книга вручит вам мухобойку и научит не только принимать верные решения и здраво оценивать окружающую обстановку, но даже пользоваться ошибками мышления во благо.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Введение	7
Жужжащие мухи и их эффекты: как все устроено	11
Сначала вот что	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Ева ван ден Брук и Тим ден Хейер Мой мозг мне врёт! Феномен эффекта жужжащей мухи

Eva van den Broek en Tim den Heijer

HET BROMVLIEG EFFECT

Alledaagse Fenomenen Die Stiekem Je Gedrag Sturen

© Eva van den Broek en Tim den Heijer, 2021

© Антонова В.С., перевод на русский язык, 2023

© Издание на русском языке. ООО «Издательская Группа

«Азбука-Аттикус», 2023

КоЛибри®

* * *

Это, без сомнений, лучшая книга по менеджменту из всех, что я читала за последний год! Она невероятно интересна – и в то же время сумеет удивить, разозлить,

рассмешить вас и даже заставит узнать здесь самих себя.

Даниэль де Йонге, автор книг по медиа и менеджменту

Введение

Самая известная муха в мире

Естественной средой обитания самой известной в мире мухи является аэропорт Схипхол. Мужчины, вероятно, видели ее много раз, а женщины – возможно, никогда. Все-таки она не жужжит в воздухе и не выставляется в рамке под стеклом, как музейный экспонат, – она находится в туалете. Конечно, мы говорим об одной из тех мух, которых изображают в писсуарах. Впервые она появилась в аэропорту в начале 1990-х годов, но сама идея не была такой уж новаторской. В Стратфорде-на-Эйвоне можно полюбоваться писсуарами примерно 1880 года выпуска, на которых нарисованы пчелы. Типичный британский юмор, поскольку *apis* («пчела» на латыни) звучит как то, ради чего британцы подходят к упомянутым объектам. Даже в голландской армии в 1950-х годах были горшки с мишенью на дне. Муха в аэропорту Схипхол выполняет ту же функцию: заставляет мужчин целиться точнее. Потому что прицеливаются они из рук вон плохо – особенно если их мучает джетлаг, – из-за чего уборщицы сбиваются с ног, чтобы надраить полы до блеска. Это влечет за собой дополнительные расходы для аэропорта и раздражает спешащих путешественников, которые вынуждены стоять перед закрытым туалетом, ожидая, пока закончится уборка.

Муха нужна, чтобы джентльменам было куда целиться. И это работает: «сплэшбэк» – так называют то, что попадает на напольную плитку – уменьшился благодаря мухе примерно вдвое. Поэтому затраты на уборку также значительно снизились¹².

Вот почему эта муха разошлась по всему миру. Нам необходимо делать так, чтобы коллеги хорошо срабатывались, граждане соблюдали правила, а клиенты делали покупки. Стоматологу нужна уверенность, что вы пользуетесь зубной нитью, активисту – что вы поддерживаете благотворительность, а диджею – что вы поднимаете руки вверх на танцполе. Людям приходится заставлять друг друга двигаться и совершать определенные действия. Но как этого добиться, если аргументы и просвещение не работают? Угрозами? Принуждением? Возможно, эта стратегия подходит для силовых структур, но для рекламы шампуня вряд ли будет удачной. Что еще – взятки, подарки, скидки и бонусы? Иногда это работает как надо, но часто приводит и к обратным результатам (позже мы поговорим об этом подробнее).

¹ Evans-Pritchard, B. (2013), 'Aiming to reduce cleaning costs' in: Works that work, nr. 1, 2013.

² Один из сотрудников аэропорта в интервью оценил экономию в 8 % от общей стоимости уборки туалета. В эту сумму, очевидно, входят далеко не только писсуары, но и женские туалеты, и кабинки, и все остальное. Он не назвал точной суммы, но в других источниках мы читали, что она достигает 35 тысяч евро в год. Между тем в Схипхолье продвигают и другие инновации, например датчики, сигнализирующие о том, что туалет нужно почистить. Вы тоже будете в курсе! –Здесь и далее, если не указано иное, прим. автора.

И тут из-за угла появляются ученые-бихевиористы, такие как Ева, и создатели рекламных кампаний вроде Тима. И они обнаруживают, что эта простая нарисованная муха бросает вызов всем классическим законам воздействия на поведение человека. О них писали еще древние греки и римляне: если вы хотите изменить чье-то поведение, начните с хорошо подобранных, четко сформулированных и грамотно оформленных фактов и их аргументации (*логос*). Преподнесите их убедительно с эмоциональной точки зрения (*пафос*). И ясно дайте понять, почему вы заслуживаете доверия (*эмос*). Звучит весомо и иногда действительно работает. Но потом появляется эта дурацкая муха и переворачивает все с ног на голову. Никаких наказаний или вознаграждений, знаний или аргументов, эмоций или обещаний – и все же желанное изменение поведения достигается³. Как это возможно? Муха в горшке часто приводится как хрестоматийный пример подталкивания. Нобелевский лауреат Ричард Талер определил его как небольшое изменение в окружающей среде, которое делает желаемое поведение более легким, приятным или более естественным. Сосредоточение внимания в моменте, кажется, не является результатом осознанного мыслительного процесса, а происходит будто бы автоматически, само по себе.

Если вдуматься, в этом нет ничего необычного. На самом деле на ваше поведение в любой отдельно взятый момент

³ Не логос-эмос-пафос, а апис.

времени оказывают подспудное влияние разнообразные мелкие факторы – и часто они настолько незначительны, что вы ни на секунду о них не задумываетесь. В магазине вы выбираете известный бренд и готовы даже доплатить за него. В отпуск вы выбираете поехать туда, где гарантированно будет хорошая погода, а в поисках ресторана заходите в тот, где занято побольше столиков. В супермаркете сначала вы бросаете в корзину салат и помидоры, но на кассе рука сама кладет на ленту плитку шоколада. А возвращаясь домой, выбираете такой путь, чтобы шагомер показал в итоге чуть больше 10 000 шагов за день. Все это кажется совершенно естественным, но во всех этих случаях на ваше поведение влияет что-то, о чем вы почти не думали или не думали вовсе. Это сильное влияние незначительного фактора на человеческие поступки мы называем эффектом жужжащей мухи. Вдохновением для этого названия послужила та самая муха в туалете, а также эффект бабочки. Ну, знаете, бабочки, которая взмахивает крыльями во Флоренции и вызывает торнадо в Техасе посредством цепной реакции. Эффект жужжащей мухи, к счастью, гораздо более предсказуем. Поэтому его можно научиться распознавать, избегать, а зачастую и использовать целенаправленно.

Жужжащие мухи и их эффекты: как все устроено

Полезно знать: эффект жужжащей мухи – это не сложный механизм вашего мозга (хотя именно там он и возникает). Это всего лишь явление, которое повсеместно замечают исследователи. Смотрите: если направить стрелки на дорожных знаках вверх, пробок станет меньше. Видите ли, если переименовать эту рыбу, ее начнут заказывать и есть гораздо чаще! Общее между этими ситуациями в том, что нечто маленькое оказывает большое влияние на поведение. «Нечто маленькое» в этой книге мы называем жужжащей мухой. Часто подобные эффекты уже подробно изучены в науке и имеют терминологическое название. Мы придумали название сами, потому что оно помогает рассказать историю. Рекламщик Тим вместо ожидаемого «чтобы выделиться, мы должны сделать что-то отличное от конкурентов» говорит: «Мы должны сообщать об “эффекте фон Ресторфф”». Звучит хорошо, не так ли? Ученой Еве, вероятно, трудно донести до политиков фразу «люди любят ничего не делать», зато она определенно найдет отклик, сказав, что «из-за собственной инертности жители мегаполисов выбирают вариант, подразумеваемый по умолчанию». Короче говоря, запомните эти термины, если они показались вам полезными или симпатичными. В любом случае, мы пометили их **мушкой**, чтобы

вам было легче их найти. Также в конце книги есть соответствующий список.

Жужжащие мухи бывают самых разных форм и размеров. В этой книге мы познакомим вас со многими из них. От коварных жужжащих мух, заставляющих вас наполнять доверху корзину в супермаркете, до милых жужжащих мух, которые помогают безопаснее водить машину или практиковать более здоровый образ жизни. Мы покажем, каких жужжащих мух со стороны политиков, разнообразных соблазнитель и владельцев казино лучше избегать, а каких можно использовать самим, чтобы уговорить друзей составить вам компанию именно в вашем любимом ресторане или убедить ребенка доесть ужин до последней крошки. Тем временем мы также применяем эти эффекты на вас, пока вы читаете эту книгу. Не беспокойтесь, мы в основном предупреждаем, когда это будет происходить. Например, как насчет **эффекта эффекта**? Этот эффект жужжащей мухи сводится к тому, что люди скорее сочтут нечто интересным, если вы назовете это эффектом. Действительно, название этой книги мы выбрали неслучайно.

Сначала вот что

В этой книге мы делимся с вами множеством научных открытий и прилагаем все наши усилия, чтобы делать это ответственно и разумно. Мы хотим вдохновить и зажечь вас тем, как нас самих восхищает поведение людей и его научное обоснование. Для этого иногда нам приходится многое упрощать – не чрезмерно, но так, чтобы эта книга стала полезной и пригодной для чтения. Мы делаем это сознательно, иногда через небольшое сопротивление – ведь мы можем еще столько всего рассказать, – но всегда руководствуясь совестью. Поэтому, если вы хорошо разбираетесь в каком-то вопросе и сочтете нас немного недальновидными или поверхностными, вы, вероятно, окажетесь правы.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.