

ЗАКони психології, знання яких змінить ваше життя

Шість психологічних феноменів допоможуть вам не лише краще зрозуміти, чому люди повторюють щодня одні і ті ж самі помилки, але і самим стати щасливішими, більш раціональними.



Ефект Претфелла: якщо ви недосконалі, люди любитимуть вас більше. Коли ми хочемо справити на когось враження, то неминуче демонструємо кращі сторони своєї особи. Виявляється, що абсолютно даремно, бо дослідження показують, що демонстрація своєї уразливості і слабкості підвищує рівень емпатії до нас з боку інших людей. Чим більше у вас некритичних недоліків, тим краще до вас будуть ставитись люди. Людина, яка виступає перед аудиторією і помітно хвилюється, здається слухачам розумнішою за того, хто виступає дуже впевнено. Соромитися і робити дурниці під час першого знайомства - перевірений, хоча і не очевидний спосіб сподобатися своєму потенційному партнерові.

Ефект Пігмаліона: великі очікування збільшують продуктивність. Психолог Роберт Розенталь із своїх досліджень зробив наступний висновок: "Ваші очікування створюють вашу реальність". Загалом, якщо ви хочете добитися в житті чогось значимого, вам доведеться ставити перед собою свідомо нереальні цілі і переоцінювати свою здатність до їх виконання. І це спрацює. Крім того, ученим відомо, що ті лідери, які вимагають від своїх підлеглих нереальних звершень, в результаті домагаються від команди куди більшої віддачі, ніж ті, хто ставить тільки "реальні цілі".

Парадокс вибору: чим більше у нас опцій на вибір, тим менше ми задоволені прийнятим рішенням. Логічним здається, що чим більше перед нами варіантів вибору, тим краще. Коли пропозицій з приводу розвитку кар'єри багато, нам здається, що ми обов'язково зробимо хороший вибір. Але психологи М. Леппер і Ш. Айєнгар у рамках експерименту в супермаркеті показали, що із людей, які вибирали одну банку подарункового джему з 6 варіантів, третина залишилися задоволені своїм вибором, а з тих, кому довелося вибирати з 24 варіантів, задоволеними були тільки 3%. Для того, щоб нас не покидало відчуття, що все добре, психолог Барри Шварц радить штучно обмежувати кількість опцій. Це, до речі, пояснює, чому користувачі техніки Apple задоволені нею більше, ніж користувачі гаджетів іншої марки.

Ефект свідка: чим більше людей навколо того, що потребує допомоги, тим менше вірогідність, що йому хтось допоможе. Цей ефект здавна ілюструє притча про доброго самаритянина. Це пояснює також безліч трагічних подій, які дослідники називають "зміщенням відповідальності". Якщо хтось з людей на вулиці потрапив у біду, то у нього куди більше шансів отримати допомогу, якщо поруч проходить одна людина, чим якщо навколо натовп людей. Якщо хтось кричить про допомогу, а поруч знаходиться величезна кількість людей, то кожен з них вважатиме за краще ігнорувати ці благання, тому що "допоможуть інші". Це, до речі, пояснює, бездушність і холодність великих мегаполісів. Загалом, якщо ви потрапили у важку ситуацію і потребуєте допомоги, то звертайтеся не відразу до усіх, хто може допомогти, а адресно, персонально до когось. Простіше кажучи, краще кричати не "Допоможіть хоч хто-небудь!", а "Чоловік в сірому пальті, врятуйте мене!».

Spotlight Effect: люди, чия голова постійно забита роздумами, не помічають очевидних речей. Більшість людей в даний момент часу зайняті якимись своїми серйозними роздумами. Коли вони знаходяться в суспільстві, але занурені у свої думки, то не помічають навіть очевидних речей, довели вчені з Корнельського університету. Якщо говорити простіше, то абсолютно неважливо, як ви виглядаєте в офісі або університеті. Більшість людей просто не звернуть уваги на ваш зовнішній вигляд. У центрі уваги ви виявляєтеся набагато рідше, ніж думаєте. А тому можна перестати турбуватися про зовнішні атрибути життя. Не купуйте дорого автомобіль або смартфон, тільки щоб «похизуватися» перед колегами: більшість з них зайняті своїми проблемами.

Ефект фокусування : люди переоцінюють значущість речей і явищ, про які роздумують. "Ніщо в житті не має такого великого значення, як вам здається" (Девід Канеман). Жителі Каліфорнії, де більше 300 сонячних днів в році, анітрохи не щасливіші за жителів Нью-Йорка або Чикаго. Цим, до речі, активно користуються маркетологи. Вони переконують вас, що купівля того або іншого товару зробить вас щасливішими. Але навряд чи вони стримають свою обіцянку. Для боротьби з цим психологічним ефектом потрібно засвоїти одну просту аксіому: ніщо не буде для нас таким же важливим через рік або навіть через тиждень, як здається сьогодні. Відносьтеся до життя і її негараздів легше і простіше. І змиріться з тим, що дуже складно будувати будь які довгострокові плани.



Автор: iwli.ru <http://www.aum.news/psikhologiya/2024-6-zakonov-psihologii-znanie-kotoryh-izmenit-vashu-zhizn>