

Дорогие российские читатели!

Эта книга посвящена изучению нечестности. Вы, возможно, сочтете, что в ней написано о нечестности среди американцев, так как большинство участников наших экспериментов проживает в США. И это, может быть, заставит вас предположить, что ваша собственная честность или уровень честности в вашей стране сильно отличаются (в ту или иную сторону) от того, что в Америке. Что вы думаете? Считаете ли вы жителей своей страны более или менее честными по сравнению с американцами?

Какой бы ответ вы ни дали, могу вас удивить: в ходе экспериментов, которые я провел вместе с коллегами, принадлежащими к различным этносам и культурам, мы смогли выявить лишь незначительные различия, обусловленные национальными или государственными традициями. Я буду много говорить об этом в заключении к книге, но пока что важно отметить, что проводимые нами эксперименты не определены культурным контекстом, то есть связанное с ними поведение не зависит от элементов стиля жизни, присущего той или иной культуре. Это означает, что наши тесты позволяют изучать общую склонность людей к нечестному поведению, то есть то, как и в какой мере они способны преступать правила или переосмысливать происходящее, чтобы вести себя нечестно, но при этом без угрызений совести в отношении своего поведения.

Разумеется, нам удалось выявить определенные культурные различия в поведении. К примеру, как-то раз мы со своим коллегой проводили эксперимент по изучению поведения людей в группах, в частности у стойки бара при заказе напитков. В течение нескольких дней мы работали в баре в городе Чэпел-Хилл, предлагали посетителям на выбор один из четырех сортов пива, а затем принимали у них заказ. Иногда мы просили их громко произнести свой заказ, и, таким образом, о выборе клиента знали все сидящие за его столом. В других же случаях мы просили написать свой заказ на листе бумаги, то есть об их выборе больше никто не знал. После того как человек получал свой заказ, мы спрашивали, насколько ему понравилось пиво и не сожалеет ли он о сделанном выборе.

Оказалось, что когда люди громко делали заказ, то значительно чаще заказывали не то пиво, которое хотели, и затем сожалели о своем выборе. Единственным исключением стал первый участник группы, который был одинаково доволен своим выбором вне зависимости от того, каким образом он его сделал. В сущности, люди, объявляющие вслух свой заказ, слушали тех, кто сделал заказ раньше, и если «первые» «перехватывали» любимый сорт пива «вторых», те зачастую заказывали другой, менее предпочтительный вариант и, понятное дело, испытывали после его употребления меньшее удовольствие.

Мы также обнаружили корреляцию между склонностью людей заказывать не то, что они хотят, и тенденцией, которую можно назвать «потребностью в уникальности». Люди хотели выглядеть уникальными, и эта потребность была значительно сильнее, чем желание выпить пиво любимого сорта. Иными словами, люди были готовы обменять удовольствие от пива на определенный образ в глазах остальных.

Проведя этот же эксперимент в Гонконге, мы обнаружили сходную тенденцию, но с обратным знаком. Посетители бара в Гонконге также принимали во внимание, что было заказано перед ними, и жертвовали удовольствием от пива во имя формирования определенного образа — и точно так же сожалели о своем выборе. Однако в Гонконге люди заказывали не самый любимый из сортов пива не для того, чтобы подчеркнуть свою уникальность, а для того, чтобы соответствовать нормам: то есть они заказывали то же самое, что и другие участники, сделавшие заказ до них. Ошибка была той же самой (они жертвовали своими желаниями ради имиджа), и появлялось такое же сожаление от сделанного выбора, однако они хотели сформировать совершенно иной образ (основанный на сходстве, а не уникальности) в глазах других людей, сидящих с ними за одним столом.

Подобные искажения поведения встречаются довольно часто. Однако, как и в описанном выше случае, несмотря на различия самого поведения, его причина обычно остается прежней вне зависимости от культурного контекста. Я приглашаю вас в процессе чтения этой книги подумать о проведенных нами экспериментах, их результатах и выводах, а также о том, в какой степени они применимы в различных аспектах жизни в вашей стране. Подумайте о том, где, когда и при каких обстоятельствах люди более склонны к логическому обоснованию своего нечестного поведения. Но в первую очередь помните, что вы сами, как и тысячи участников наших экспериментов, будете, скорее всего, следовать тем же тенденциям.

Искренне ваш

Дэн Ариели