

الفصل الأول

أسلحة التأثير

"ينبغي أن يكون كل شيء بسيطاً بقدر الإمكان .. ولكن .. ليس بسيطاً أكثر من اللازم ..."

ألبرت آينشتاين

ذات يوم تلقيت مكالمة تليفونية من صديقة كانت قد افتتحت محلاً لبيع المجوهرات الهندية في ولاية أريزونا. كانت قد سمعت خبراً جعل رأسها يدور، فقد حدث شيء مذهل واعتقدت أنني - كعالم نفسي - أستطيع أن أجد تفسيراً له. تتلخص القصة في أن لديها مجموعة من الحلبي المصنوعة من الفيروز تواجه صعوبة في بيعها. كان حينئذٍ موسم السياحة، وكان المحل مليئاً بالزبائن على غير العادة، وكانت قطع الفيروز ذات جودة عالية؛ أعلى من السعر الذي حددته لها، ومع ذلك فإنها لم تبع. حاولت الصديقة أن تقوم بخدعتين معروفتين لكي تتخلص منها؛ حاولت أن تلفت الانتباه لها بأن غيرت أماكنها فنقلتها إلى وسط المحل؛ ولا فائدة. حاولت أيضاً أن تجعل البائعين بالمحل يدفعون بها دفعاً دون أن تنجح محاولتها.

وفي النهاية، قبل أن تذهب في رحلة مشتريات خارج المدينة، كتبت ملحوظة

لرئيسة البائعات بالمحل وهي تقول فيها بغضب شديد: "يباع كل شيء في هذا العرض الخاص بـ " ١/٢ " ثمنه" آملة أن تستطيع التخلص من تلك القطع المقرزة حتى وإن كان ذلك يسبب لها الخسارة. عندما عادت بعد بضعة أيام، لم تدهش عندما وجدت أن كل قطعة قد تم بيعها. ومع ذلك فقد أحست بالصدمة لأنها اكتشفت أن كل الصفقة قد بيعت بضعف ثمنها لأن البائعة قرأت " ١/٢ " على أن الرقم يشير إلى " ٢ " .

حدث هذا عندما اتصلت بي. أظن أنني كنت أعرف ما حدث بالضبط لكنني أخبرتها بأنني لو كان ينبغي على أن أفسر لها ما حدث بدقة ، فلا بد لها أن تستمع إلى إحدى القصص التي تخصني. في الواقع تلك قصتي؛ بل هي قصة أمهات الدجاج الرومي ، كما أنها تتعلق بعلم الإثنولوجيا ethology الجديد نسبياً (علم دراسة سلوك الحيوانات في بيئتها الطبيعية). وأمهات الدجاج الرومي تعتبر أمهات مثالية. فهي ودودة وحذرة وتميل إلى صغارها. كما أنها تقضي معظم وقتها في الحنو على صغارها وتدفئتها وتنظفها وتدليلها وهي تجلس تحت جناحيها. لكن من الناحية الافتراضية ثمة عامل واحد يمكن أن يثير مثل هذه الأمومة وهو صوت " شيب شيب " الذي تصدره الصغار. أما خصائص الصغار الأخرى مثل الرائحة واللمس والشكل فكلها تلعب دوراً ثانوياً في إثارة غريزة الأمومة. فإذا ما أصدر أحد الصغار صوت " شيب شيب " فسوف تقوم أمه برعايته ، أما إذا لم يقم بذلك فسوف تتجاهله تماماً ، بل أحياناً ما تقوم بقتله.

قام خبير دراسات سلوك الحيوانات "دبليو فوكس" في وصفه لإحدى التجارب التي تضمنت دجاجة رومية مع حيوان ابن عرس محنط بتفسير وشرح التركيز

الكامل لأمومة الدجاج الرومي على صوت واحد فقط من أصوات الصغار. يعتبر ابن عرس العدو الطبيعي للدجاجة الرومية الأم. إن أسلوب ابن عرس في استعراض نفسه هو إظهار احتياجه بالصياح والنقر والخدش بمخالبه. ولقد لاحظ من أجروا التجارب على الدجاج الرومي انه حتى عندما كانوا يسحبون ابن عرس المحنط بخيط رفيع نحو الدجاجة الأم كانت تهاجمه بشراسة. ومع ذلك فعندما وضعت آلة تسجيل داخل ابن عرس وأصدرت الآلة صوت " شيب شيب" - وهو صوت الفراخ الرومي- لم تتقبل الأم ابن عرس فقط بل قامت بضمه تحت جناحها. وعندما أغلقت آلة التسجيل عادت الأم تهاجم ابن عرس هجوماً شرساً من جديد.

شئ غريب أن تنطبق تلك الأحداث على أنثى الدجاج الرومي؛ فهي تحتضن عدوها الطبيعي لمجرد إصداره صوت " شيب شيب" وتسيء معاملته أحد أفراخها، بل ربما تقتله، لمجرد أنه لم يصدر مثل هذا الصوت.. إنها مثل الإنسان الآلي؛ يتحكم في غرائز الأمومة لديه صوت واحد فقط. يخبرنا علماء الإثنولوجيا بأن هذا النوع من الأمور لا يميز سلوك الدجاج الرومي. فلقد شرعوا في تحديد أنماط عادية وآلية للأفعال في مجموعة متنوعة من الفصائل.

ثمة أنماط من الأفعال تسمى : أنماط الفعل الثابت Fixed-action Patterns وتشمل سلسلة معقدة من السلوك مثل طقوس التزاوج أو الغزل - والميزة الأساسية لتلك الأنماط هي أن كل أنواع السلوك التي تشكلها تحدث بنفس الأسلوب وبنفس الترتيب في كل مرة. ويبدو ذلك كما لو كانت تلك الأنماط من الأفعال مسجلة على شرائط داخل الحيوان. عندما يستدعي الموقف الغزل، يبدأ شريط الغزل في العمل. وعندما يستدعي الموقف غريزة الأمومة، يبدأ

شريط سلوك الأمومة في العمل. اضغط فقط على جهاز التسجيل فيبدأ الشريط في العمل؛ أي حين يبدأ الطنين، تبدأ سلسلة السلوك المعتاد في الظهور.

الأمر الأكثر تشويقاً فعلاً هو الطريقة التي يتم بها تشغيل هذا الشريط. فعندما يقوم أحد ذكور الحيوانات بالدفاع عن أرضه التي يحميها فإن تطفل ذكر آخر من نفس النوع يعمل على تنشيط تشغيل شريط "الدفاع عن الأرض" ما يثير في الحيوان سلوكاً ينم عن الحذر أو التهديد أو اتخاذ موقف صارم، أو حتى المواجهة إذا اقتضى الأمر. ومع ذلك فإن في مثل هذا النظام ثغرة ما، إذ لا يعتبر الذكر المنافس في حد ذاته المثير، ولكن يرجع الأمر إلى وجود إحدى الخصائص المعينة التي تميزه وتلك الخاصية تسمى صفة الإثارة التلقائية the trigger feature.⁽¹⁾ وغالباً ما يكون المثير التلقائي إحدى السمات الدقيقة جداً بالنسبة لمجموع السمات المتمثلة في هذه الحالة في الذكر المتطفل. فأحياناً ما يمثل ظل أحد الألوان عاملاً للإثارة التلقائية. لقد أظهرت التجارب التي أجراها علماء الإثنولوجيا مثلاً أن ذكر طائر أبي الحناء يهاجم مجرد كتلة من الريش الأحمر لصدر طائر آخر من نفس النوع بشراسة وكأنه يهاجم منافساً له جاء ليسيطر على محميته. في نفس الوقت، قد يتجاهل وجود دمية شبيهة تماماً بذكر طائر أبي الحناء ليس بها ريش أحمر. لقد تم التوصل إلى نتائج خلال التجارب التي أجريت على أنواع أخرى من الطيور مثل طائر ذي الرقبة الزرقاء bluethroat حيث ثبت أن المثير التلقائي للدفاع عن الأرض

⁽¹⁾ هذه الخاصية هي إحدى الخصائص الآلية تميز بعض الأجهزة التفاعلية مثل جهاز الكمبيوتر وهي عبارة عن نوع خاص من الإجراءات المخزونة التي يمكن أن تظهر تلقائياً عند وجود حافز خارجي (المترجم).

يتمثل في ظل معين لريش الصدر الأزرق.

قبل أن يأخذنا الغرور لنستمع بمدى البساطة التي من خلالها يمكن لصفة الإثارة التلقائية خداع الحيوانات الدنيا فتبدي ردود أفعال غير ملائمة لموقف ما، علينا أن ندرك أمرين اثنين: أو لهما يتمثل في أن أنماط الفعل التلقائي الثابت لهذه الحيوانات تنشط وتعمل بصورة جيدة طول الوقت. على سبيل المثال، تقوم صغار الدجاج الرومي بإصدار الصوت المميز الخاص بالصغار فقط، ومن الطبيعي أن تستجيب الأم حسب غريزة الأمومة لهذا الصوت المتمثل في "شيب شيب" واستجابة لهذا المثير الوحيد تسلك الدجاجة الرومية الأم سلوكاً صحيحاً. كما أنها تقوم بدور المخادع لكي تجعل استجابتها تبدو سخيفة.

الأمر الثاني الذي يعد ذات أهمية والذي يجب أن نفهمه هو أننا أيضاً نملك هذا الشريط المبرمج مسبقاً، ورغم أن هذا الشريط يعمل لصالحنا إلا أن صفات الإثارة التلقائية لدينا والتي تعمل على تنشيط هذا الشريط يمكن أن تستخدم لخداعنا فنقوم بتشغيل الشريط في أوقات غير مناسبة.

لقد تم استخدام هذا الشكل المتوازي للفعل الآلي لدى الإنسان ببراعة في إحدى التجارب التي أجرتها أخصائية علم النفس الاجتماعي بجامعة هارفارد "إيلين لانجر". ثمة قاعدة شهيرة للسلوك الإنساني تقول إننا لو طلبنا من شخص ما أن يسدي لنا معروفاً فسوف يكون طلبنا أكثر تأثيراً إذا ما اقترن بأحد المبررات - فالإنسان بطبيعته يفضل إيجاد مبررات لما يفعل. قامت "لانجر" بتطبيق هذه الحقيقة المألوفة عندما طلبت خدمة من بعض أفراد يقفون في صف في انتظار استخدام آلة تصوير داخل مكتبة، حيث قالت لهم: "أرجو

المعذرة، لدي خمس صفات. هل يمكن أن أستخدم آلة التصوير زيروكس لأنني في عجلة؟"

شمل أثر هذا الطلب المشفوع بالمبرر حوالي ٩٤٪ من المنتظرين فسمحوا لها بتجاوزهم والوقوف أمامهم. حاول أن تقارن بين تلك النسبة من نجاح الطلب وبين النتائج التي حصلت عليها عندما قامت بعملية الطلب دون إقرانه بمبرر حيث قالت ذات مرة: "أرجو المعذرة. لدي خمس صفحات. هل لي أن أستخدم آلة التصوير زيروكس؟" في المرة الأخيرة استجاب لها ٦٠٪ فقط من الحاضرين. للوهلة الأولى يبدو أن الفرق الأساسي بين الطلبين كان يتمثل في الكلمات الإضافية: "لأنني في عجلة". لكن ثمة طلب ثالث قامت به "لانجر" أثبت أن المبرر في حد ذاته ليس هو الفرق، بل إن الفرق يكمن في إضافة كلمة "لأن". ففي الطلب الثالث، بدلاً من أن تذكر "لانجر" مبرراً حقيقياً للحصول على موافقة الحاضرين، استخدمت كلمة "لأن" ثم تبعتها بإعادة صياغة لما قالته مسبقاً وبذلك لم تضيف شيئاً لما قالتها قبل كلمة "لأن" إذ قالت: "أرجو المعذرة. لدي خمس صفحات. هل يمكن أن أستخدم آلة التصوير زيروكس لأنني لا بد أن أقوم بتصوير خمس نسخ؟" كانت النتيجة أن حوالي ٩٣٪ من الحاضرين وافقوا على طلبها رغم عدم ذكرها لأي مبرر حقيقي ولا أية معلومات جديدة لتبرير إذعانهم للطلب. فكما أن صوت "شيب شيب" الذي تصدره صفار الدجاج الرومي أثاره استجابة الأمومة الآلية لدى الدجاجة الرومية الأم - حتى وإن صدر الصوت من ابن عرس محنط تم تحريكه آلياً - كذلك فعلت كلمة "لأن" حيث أثارت استجابة إذعان آلية لدى أفراد عينة الدراسة عند "لانير" حتى رغم أنهم لم يستمعوا إلى أي مبرر يتطلب إذعانهم

للطلب. "اضغط على الشريط ولفه"!

رغم أن بعض النتائج الإضافية التي توصلت إليها "لانجر" قد أظهرت أن هناك مواقف عديدة لا يعمل خلالها السلوك البشري بطريقة "التشغيل الآلي للشريط"، إلا أن الأمر المذهل يتمثل في عدد المرات التي يعمل خلالها. على سبيل المثال، تأمل السلوك الغريب الذي صدر عن زبائن محل المجوهرات الذين "انقضوا" على مجموعة قطع الفيروز بعد عرضها - عن طريق الخطأ - بضعف ثمنها الأصلي. لا يمكن أن أفسر مثل هذا السلوك إلا إذا عرض بطريقة "اضغط على الشريط ولفه" click and whirr.

لقد كان الزبائن، ومعظمهم من الذين يقضون عطلاتهم وليس لديهم أدنى فكرة عن الفيروز، يطبقون مبدأً أساسياً لديهم قد انطبع داخلهم ليرشدهم أثناء عملية الشراء ويتلخص في "الغالي ثمنه فيه*". لذلك فأولئك الذين أرادوا شراء المجوهرات "الجيدة" وجدوا أن قطع الفيروز أكثر قيمة وأكثر إثارة عندما تم رفع السعر فقط. فأصبح السعر فقط هو عامل الإثارة التلقائي للجودة، وقد أدت الزيادة المثيرة في السعر فقط إلى زيادة مثيرة في المبيعات بين المشتريين المتعطشين للجودة.

من السهولة أن يتم خداع السياح بسبب قراراتهم الحمقاء الخاصة بعملية الشراء. لكن نظرة عن كثب يمكن أن تتيح وجهة نظر أكثر حياداً. فهؤلاء أناس قد تربوا على مبدأ أساسي مؤداه أنك "يمكنك شراء ما تستطيع أن تدفع ثمنه"، وقد رأوا هذا المبدأ وهو يولد معهم وينمو خلال حياتهم. ولكن

* السلعة الغالية = الجودة (الترجم)

قبل ذلك، كان لديهم مبدأ يقول: "باهظ الثمن = سلعة جيدة". هذا القالب الروتيني الأخير كان عبارة عن مبدأ ناجح في حياتهم في الماضي حيث أنه كلما كانت السلعة غالية، كلما كانت عالية الجودة، إذاً فمن المنطقي أن السعر الباهظ يعكس الجودة العالية^(١). ولذا، فعندما وجدوا أنفسهم في موقف يرغبون فيه في شراء قطع فيروز جيدة دون أدنى معرفة لديهم بالفيروز، فقد اعتمدوا على عامل "التكلفة" العالية حتى يمكنهم أن يحصلوا على مميزات تلك المجوهرات.

رغم أنهم لم يدركوا ذلك، فباستجابتهم بأسلوب فردي لعامل السعر الخاص بالفيروز إنما كانوا يستخدمون ما يسمى برهان الاحتمالات betting the odds. فبدلاً من قيامهم باستغلال جميع الاحتمالات لصالحهم بمحاولتهم الجادة لفهم كل ما يبرز أهمية تلك المجوهرات، كانوا يعولون فقط على ميزة واحدة يعلمون أنها ترتبط بجودة السلعة؛ فقد كانوا يراهنون على أن السعر سيوحي لهم فقط بكل ما يحتاجون إلى معرفته. هذه المرة، لأن شخصاً قد أخطأ في فهم الرقم "١/٢" فكتبه "٢" أخطأوا في رهانهم. لكن على المدى البعيد، ومن خلال خبراتهم الماضية والمستقبلية، ربما يمثل الرهان على تلك الاحتمالات أكثر الأساليب احتمالاً وعقلانية.

في حقيقة الأمر يسيطر السلوك النمطي الآلي على الكثير من الأفعال البشرية لأنه في معظم الأحوال يعتبر الشكل الأكثر فعالية من السلوك، وفي حالات أخرى يعد ضرورياً بكل بساطة. فأنا وأنت موجودان داخل بيئة مثيرة ومعقدة بصورة غريبة. فهي بكل سهولة أكثر البيئات سرعة في صيرورتها على سطح

(١) هذه القاعدة في الثقافة المصرية الحالية مؤداها: "الغالي ثمنه فيه" (المترجم).

هذا الكوكب، ولكي نتعامل معها فإننا نحتاج إلى الطريق المختصر. لا يمكن أن نتوقع قيامنا بفهم وتحليل جميع سمات كل فرد وجميع الأحداث والمواقف التي نواجهها حتى خلال يوم واحد فقط. فليس لدينا وقت أو طاقة أو قدرة لذلك. وبدلاً من ذلك، لا بد لنا في أغلب الأحيان من أن نستغل أفكارنا النمطية وقواعدنا العامة بهدف تصنيف الأشياء وفقاً لمجموعة صغيرة من الصفات الرئيسية ثم نستجيب دون تفكير عند تواجد أحد تلك الصفات التلقائية.

أحياناً ما لا يتناسب السلوك مع الموقف إذ أنه حتى الأفكار النمطية وصفات الإثارة التلقائية لا تتجح في بعض الأوقات. ومع ذلك فإننا نتقبل عيوبها لأننا لا نملك خياراً آخر. فبدونها سوف نقف مكاننا متجمدين. إن كل المؤشرات تدل على أننا سوف نعول عليها إلى أقصى مدى في المستقبل. ولأن كثيراً من المشيرات التي تغمر حياتنا تستمر في التزايد وتزداد تعقيداً وتنوعاً، فسوف نضطر إلى أن نعتمد على الطرق المختصرة shortcuts للتعامل معها بصورة متزايدة.

لقد اعترف الفيلسوف البريطاني الشهير "الفريد نورث وايتهيد" بهذه الخاصية الحتمية للحياة الحديثة عندما أكد على ذلك قائلاً "نستطيع أن نحقق الكثير من التقدم الحضاري من خلال التوسع في عدد العمليات دون أن نفكر فيها". خذ مثلاً على ذلك "التقدم" الذي أضيف إلى الحضارة الحديثة من خلال تقديم كوبونات الخصم التي تسمح للمستهلكين بأن يفترضوا أنهم سوف يتمتعون بخصم على أسعار الشراء عند تقديمهم للكوبون. إن مدى إيماننا بكيفية العمل بتلك الفرضية بصورة آلية يتضح جلياً خلال تجربة إحدى شركات

إطارات السيارات. فالكوبونات التي تم إرسالهم والتي توفر آية مدخرات لأولئك الذين حصلوا عليها بسبب خطأ مطبعي نتج عنها رد فعل قوي من قبل العملاء كرد الفعل الذي حققته الكوبونات التي لم يكن بها نفس الخطأ المطبعي وفرت مدخرات كبيرة للعملاء. إن النقطة الواضحة والتي تعد ذات دلالة في هذا الشأن تتمثل في أننا دائماً ما نتوقع أن تكون لكوبونات الخصم ميزتان؛ فنتوقع أن توفر لنا المزيد من المال، كما نتوقع أن توفر لنا الوقت والطاقة الذهنية المطلوبة لمعرفة كيف تستخدم تلك الكوبونات. في هذه الأيام نحتاج إلى الميزة الأولى لكي نعالج "إجهاد الجيب" ^(١) pocketbook strain ونحتاج إلى الميزة الثانية لكي نعالج شيئاً يعد أكثر أهمية، ألا وهو "إجهاد الذهن" brain strain.

من الغريب أنه رغم انتشار أنماط سلوكنا الآلي، ورغم توقعنا أهمية مثل هذه الأنماط في المستقبل إلا أن معظمنا لا يعرف سوى القليل عن تلك الأنماط. ربما يرجع الأمر إلى الأسلوب الآلي التلقائي الذي يحدث به السلوك. ولكن مهما يكن السبب فمن الأهمية أن ندرك بوضوح إحدى خصائص تلك الأنماط السلوكية التي يمكن أن تجعلنا ضعفاء أمام أي شخص يعرف كيف تعمل.

لكي نفهم طبيعة ضعفنا، ينبغي أن نلقي نظرة أخرى على أعمال خبراء علم السلوك الحيواني. لقد اتضح من خلال أعمالهم أن علماء المدرسة السلوكية (مع صوت "شيب شيب" المسجل بالإضافة إلى مجموعات الريش الملون) ليسوا هم الوحيدين الذين اكتشفوا كيف ينشطون شرائط السلوك لدى الفصائل المختلفة من الحيوانات. فثمة مجموعة من الكائنات التي غالباً ما تسمى

^(١) الميزانية (المترجم)

اصطلاحاً " المحاكيات" ^(١) mimics يمكنها أن تتسخ صفات الإثارة التلقائية لحيوان آخر في محاولة منها للاحتيال على ذلك الحيوان وخداعه من خلال تشغيل شرائط السلوك بطريق الخطأ في الأوقات غير المناسبة. بذلك يستطيع الحيوان المحاكي استغلال هذا الفعل الخاطئ لصالحه.

خذ مثلاً على ذلك الخدعة القاتلة التي تلعبها أنثى أحد أنواع اليراع ^(٢) firefly التي تسمى " فوتيوريس" على ذكور نوع آخر يسمى " فوتينوس". دائماً ما يحاول ذكور الفوتينوس التي تشتهر بنزوعها إلى الشك تجنب الاتصال بإناث الفوتيوريس المتعطشة دائماً إلى الدماء. لكن عبر قرون طويلة من الخبرة، اكتشفت الإناث "الصائدات" نقطة ضعف في فريستها تتمثل في شفرة خاصة بالغزل وهي شفرة تعتمد على إصدار نوع من الوميض تجعل ضحايا النوع الآخر تخبر بعضها بعضاً أنها على استعداد للتزاوج. بطريقة ما.. استطاعت أنثى الفوتيوريس أن تفك شفرة غزل الفوتينوس. بمحاكاة إشارات التزاوج الواضحة التي تميز الفريسة تستطيع الأنثى القاتلة أن تقيم "وليمة" على جثث الذكور، فقد أدت "شرائط الغزل التلقائية" بالذكور إلى أن تطير بطريقة تلقائية نحو أحضان الموت وليس نحو أحضان الجنس والتزاوج.

يبدو أن الحشرات هي الأقوى في استغلالها لتلقائية فرائسها؛ فدائماً ما نجد ضحاياها تقع في شرك الموت ببساطة. لكن ثمة أنواع من الاستغلال التي لم يحالفها الحظ أيضاً. فعلى سبيل المثال، هناك نوع من السمك الصغير وهو

^(١) المحاكيات : كائنات تستطيع أن تحاكي أو تقلد حيوانات أخرى لتوقعها فريسة لها (المترجم).

^(٢) نوع من الحشرات التي لها أعضاء مضيئة (المترجم).

سمك البليني^(١) ذو الأسنان المدببة كالسيف الذي يستطيع استخدام برنامج غير عادي يعتمد على التعاون مع أسماك نوعين آخرين. يشكل السمك المتعاون فريق "مات وهاردي"^(٢) حيث يتكون الفريق من سمكة ضخمة منظمة للفريق ومجموعة من السمك الصغير. يعمل السمك الصغير كعاملات نظافة تقوم بتظيف السمكة الكبيرة التي تسمح بدورها للسمك الصغير من الاقتراب منها وتدخل فمها لتلتقط الفطريات والطفيليات العالقة بأسنانها أو خياشيمها. إنه تنظيم جميل! تتمتع السمكة القائدة بالنظافة والتخلص من العوالق الضارة، وتتمتع أسماك عاملات النظافة بوجبة عشاء لذيذة. وتلتهم السمكة الكبيرة أي سمكة صغيرة تسول لها حماقتها الاقتراب منها. لكن عندما تقترب عاملة النظافة تتوقف السمكة الكبيرة فجأة عن القيام بأية حركة وتطفو إلى السطح، ثم تفتح فمها دون أن تحركه استجابة منها للرقصة المتموجة التي تؤديها عاملة النظافة. ويبدو أن هذه الرقصة هي صفة الإثارة التلقائية لدى عاملة النظافة، والتي تنشط حالة السلبية المثيرة لدى السمكة الكبيرة. كما أنها توفر "فرصة اصطيد" لسمكة البليني: أي فرصة استغلال قيام الأسماك المتعاونة بطقوس النظافة. فسمكة البليني تقترب من السمكة المفترسة الكبيرة وهي تقلد نفس اهتزازات رقصة عاملة النظافة، ثم تتخذ وضعا ساكنا لا تقوم خلاله بأية حركة بطريقة آلية، وبعد ذلك تهجم على السمكة الكبيرة بسرعة فائقة فتلتهم ملء فمها من اللحم وتخفي بعيدا قبل أن تفيق الضحية من الصدمة وتعي ما حدث.

(١) سمك البليني blenny هو نوع من السمك له أجسام صغيرة معقدة لا حراشف لها (المترجم).

(٢) شخصيتان فكاهيتان شهيرتان (المترجم).

ما يدعو للأسف أن ثمة شيئاً مماثلاً يحدث عبر تلك الغابة التي تعيش فيها البشرية. فنحن أيضاً لدينا الاستغلاليون الذين يحاكون صفات الإثارة التلقائية نحو أنماطنا الخاصة من الاستجابة الآلية. فعلى عكس سلسلة الاستجابات الغريزية التي تميز الكائنات غير البشرية، تتبع "شرائطنا" الآلية من الأسس أو القوالب النفسية التي تعلمنا قبولها. رغم أنها تتنوع في قوتها، إلا أن بعض تلك الأسس لها قدرة هائلة على توجيه السلوك الإنساني. فنحن عرضة لها منذ طفولتنا، كما أنها لا تزال تلازمنا حتى الآن بطريقة آلية إلى درجة أننا - أنا وأنت - لا نستطيع أن ندرك مدى قوتها. ومع ذلك، ففي رأي الآخرين يعد كل أساس من تلك الأسس من السهولة تتبعه كما أنه يعتبر سلاحاً مسلولاً؛ سلاحاً للتأثير الآلي.

ثمة مجموعة من الناس يعرفون جيداً أين تكمن أسلحة التأثير الآلي، ومن الذي يستغلها بخبرة وباستمرار للحصول على ما يشاء. فهم ينتقلون من مواجهة اجتماعية إلى أخرى ويطلبون من الآخرين الإذعان لرغباتهم؛ ونجاحاتهم المستمرة شيء مبهر. يكمن سر نجاحهم في طريقة بناء تنظيم طلباتهم؛ طريقة تسليح أنفسهم بأحد أسلحة التأثير التي تتواجد داخل البيئة الاجتماعية. والقيام بذلك ربما لا يستدعي أكثر من كلمة واحدة يتم اختيارها بطريقة صحيحة، وهذه الكلمة تتضمن أساساً نفسياً قوياً، فنعمل على تشغيل شريط السلوك الآلي بداخلنا. وثق أن الذين يستغلون البشر يتعلمون بسرعة كيف ينتفعون من ميلنا نحو الاستجابة الآلية طبقاً لتلك الأسس.

هل تتذكر صديقتنا صاحبة محل المجوهرات؟ رغم أنها استفادت في المرة الأولى عن طريقة الصدفة، لم يستغرق منها الأمر فترة طويلة لتشرع في

استغلال مبدأ " الغالي ثمنه فيه" ، وهو قالب شرعت في استخدامه عن عمد باستمرار. والآن - أثناء موسم السياحة - سعت قبل كل شيء إلى الإسراع في بيع السلعة التي كان يصعب بيعها وذلك برفع سعره كثيراً. فهي تزعم أن ذلك ذو جدوى اقتصادية cost-effective بصورة مذهلة. فعندما تطبق هذا المبدأ على مجموعة من السياح الذين لا يشكون في الأمر - وهم دائماً لا يشكون أبداً - فإنه يوفر هامشاً كبيراً جداً من الربح. وحتى إن لم ينجح في البداية، يمكنها أن تضع على السلعة علامة تقول : "بمبلغ ... بعد تخفيضه من مبلغ..." فتبيعها بسعرها الأصلي بينما لا تزال تستفيد من ردود أفعال الزبائن لمبدأ "الغالي ثمنه فيه".

من المؤكد أن صديقتي لديها كل الحق في استخدامها الأخير لمبدأ "الغالي ثمنه فيه" لكي توقع أولئك الذين يسعون إلى الحصول على إحدى الصفقات في شراكها. يعطي المؤلف والمثقف "ليو روستن" Leo Rosten مثلاً بالأخوين "دروبيك" وهما "سيد" و"هاري" اللذين يمتلكان محلاً لترزي الرجال في إحدى ضواحي "روسترن" عندما كان هو لا يزال في طور النمو وذلك في الثلاثينيات من القرن العشرين. كما كان يأتي زبائن "سيد" - وهو الذي يتولى عملية البيع - لقياس بذلة ما أمام مرآة ذات جوانب ثلاثة، كان يخبرهم "سيد" بأنه يعاني من مشاكل في السمع، وعندما يتحدثون معه كان دائماً يطلب منهم أن يرفعوا أصواتهم. ذات مرة، وجد أحد الزبائن البذلة التي يرغب فيها فسأل "سيد" عن الثمن، فنادى "سيد" على أخيه - وهو كبير الخياطين - الذي يجلس في نهاية الغرفة قائلاً :

- هاري ... كم ثمن هذه البذلة؟

فرفع "هاري" ثمن البذلة إلى الضعف وهو ينظر عن بعد وقال:

- ثمن هذه البذلة الجميلة المصنوعة من الصوف الخالص ٤٢ دولاراً..

فسأله "سيد" مرة أخرى وهو يضع يده على أذنه متظاهراً بأنه لم يسمع جيداً. فرد "هاري" مرة أخرى قائلاً:

- ٤٢ دولاراً..

في هذه اللحظة، التفت "سيد" إلى الزبائن ونقل ما قاله له "هاري" قائلاً:

- إنه يقول إن ثمنها ٢٢ دولاراً...

في كثير من الأحوال كان الزبون يسرع في شراء البذلة ويختفي خارج المحل وهو مستمتع بصنفته "العالي ثمنه فيه" قبل أن يكتشف "سيد المسكين" غلطته! هناك العديد من العناصر المشتركة بين معظم أسلحة التأثير الآلي التي سنقوم بعرضها خلال هذا الكتاب، ناقشنا اثنين منها فعلاً وهما: العملية شبه الآلية أو شبه الميكانيكية التي من خلالها يمكن تفعيل القوة الكامنة في تلك الأسلحة، والقدرة على الاستغلال الناجمة عن تلك العملية لهذه القوة لدى أي فرد يعرف كيف يثيرها ويحفزها. ثمة عنصر ثالث يشمل الطريقة التي من خلالها تمنح أسلحة التأثير الآلي قوتها لأولئك الذين يستغلونها. ليس الأمر وكأن تلك الأسلحة توفر لنا مستودعات ضخمة من السلاح يمكن أن يستغلها أي فرد ليضرب بها غيره حتى يجبره على الإذعان.

إن العملية أكثر تعقيداً وحادقاً، إذ لا يحتاج الاستغلالي إلى شد عضلاته ليشق طريقه ويصل إلى الأداء الصحيح. بل كل ما يحتاج إليه هو إثارة المستودعات الهائلة من التأثير التي تتواجد بالفعل في الموقف ذاته وتوجيهها

نحو الهدف المنشود. بهذا المعنى، لا يختلف هذا الأسلوب عن شكل الفن الياباني المعروف بالمصارعة اليابانية jujitsu. فالمرأة التي تمارس المصارعة اليابانية تستغل قوتها بقدر ضئيل ضد خصمها. ولكن بدلاً من ذلك، فإنها تستغل القوة الكامنة في الأسس المتأصلة بطريقة طبيعية بداخلها مثل الجاذبية والقوة وحتى القصور الذاتي. فإذا ما عرفت كيف وأين تستغل فعالية تلك الأسس فستتمكن من التغلب على منافس أقوى منها بدنياً.

بهذه الطريقة يعيش حولنا أولئك الذين يستطيعون استغلال أسلحة التأثير الآلي. يمكن للاستغلاليين تخصيص قوة تلك الأسلحة لاستخدامها ضد أهدافهم بينما يستخدمون القليل جداً من قوتهم الشخصية. هذا الميزة التي تميز تلك العملية تسمح لهم باستفادة إضافية هائلة تتمثل في القدرة على التلاعب دون وجود أي مظهر لهذا التلاعب. حتى الضحايا أنفسهم يميلون إلى اعتبار أن إذعانهم يقرره فعل القوى الطبيعية وليس فعل تخطيط الشخص الذي يستفيد من هذا الإذعان.

إليك مثلاً على ذلك. هناك مبدأ في إدراك الإنسان تسمى مبدأ المضاهاة Contrast Principle يؤثر في الطريقة التي نرى بها الفرق بين شيئين يعرضان علينا الواحد تلو الآخر. يقول هذا المبدأ ببساطة إننا - في حالة اختلاف الشيء الثاني اختلافاً كبيراً عن الأول - نميل إلى أن نراه أكثر اختلافاً مما هو عليه بالفعل. لذلك، فإذا ما قمنا برفع شيء خفيف أولاً ثم رفعنا شيئاً ثقيلاً، فسوف يكون في تقديرنا أن الشيء الثاني أكثر ثقلاً مما لو كنا رفعناه دون أن نرفع الأول. لقد أثبت مبدأ المضاهاة وجوده في مجال علم النفس، كما أنه ينطبق على كل أنواع الإدراك داخل حدود الأوزان. فلو

أنا تحدثنا مع امرأة جميلة في حفلة كوكتيل ثم انضمنا إلى امرأة غير جذابة، فإن المرأة الثانية سوف تصدمنا لشعورنا بأنها أقل جاذبية مما هي عليه في الحقيقة بكثير.

في الواقع، تفترض الدراسات التي أجريت في كل من جامعتي ولاية أريزونا وولاية مونتانا أننا ربما ما نكون أقل قناعة بالجاذبية البدنية التي يتمتع بها من نحب بسبب أسلوب وسائل الإعلام لأنها تنهال علينا بأعداد غفيرة من "الموديلات" الجميلات ذوات الجاذبية الاصطناعية. في إحدى الدراسات، كان طلاب الجامعة سيصنفون إحدى صور شخصيه متوسطة الجاذبية من الجنس الآخر بأنها أقل جاذبية لو كانوا من البداية قد شاهدوا الإعلانات في بعض المجلات الشهيرة. وفي دراسة أخرى اختار طلاب السكن الجامعي الصورة التي رأوها في اللقاء الأول. هؤلاء الطلاب بينما كانوا يشاهدون إحدى حلقات المسلسل التلفزيوني "تشارلز إنجليز" ارتأوا أن المرأة التي رأوها في اللقاء الأول أقل جاذبية. بينما رأوها أولئك الذين شاهدوها أثناء عرض آخر أكثر جاذبية. من الواضح أن جمال نجومات "إنجليز" غير المعهود هو الذي جعل أنثى أول لقاء أقل جاذبية.

هناك استخدام طريف لتناقص الإدراك أحياناً ما يطبق داخل معامل علم النفس الفيزيائي لتعريف الطلاب بهذا المبدأ مباشرة. فكل طالب يأخذ دوره في الجلوس أمام ثلاثة دلاء من الماء، أحدهما بارد، والآخر في درجة حرارة الغرفة، والثالث ساخن. بعد أن يضع الطالب يده في الماء البارد واليد الأخرى في الماء الساخن، يطلب منه أن يضع يديه الاثنتين في الماء الفاتر في نفس الوقت. تروي لنا نظرة الذهول التي تم تسجيلها القصة بكاملها؛ فرغم أن

كلتي اليدين موضوعتان في نفس الدلو، إلا أن اليد التي كانت موضوعة في الماء البارد تشعر وكأنها توضع الآن في ماء ساخن، بينما تشعر اليد التي كانت موضوعة في الماء الساخن بأنها داخل ماء بارد. والقصة تتلخص في أن نفس الشيء - ويعتبر في هذه الحالة الماء في درجة حرارة الغرفة - يمكن أن يتم تغييره ليبدو مختلفاً اعتماداً على طبيعة الحدث الذي يسبقه.

تأكد من أن هذا السلاح البسيط للتأثير الذي يوفره مبدأ المضاهاة لم يفلت من الاستغلال. والميزة الكبيرة لهذا المبدأ لا تتمثل فقط في كونه مبدأ فعالاً ولكن أيضاً في كونه غير قابل للكشف من الناحية العملية. فأولئك الذين يستخدمونه يمكنهم الاستفادة من تأثيره دون أن يبدو لأحد أنهم قد خططوا الموقف لصالحهم. وباعة الملابس خير مثال على ذلك. افترض أن رجلاً دخل محل أزياء رجالي وقال إنه يريد أن يشتري بذلة من ثلاث قطع وسويتير. لو كنت أنت البائع، فأية بذلة سوف تعرضها عليه أولاً لكي تغريه ليدفع المزيد من المال؟ دائماً ما تعطي محلات بيع الملابس تعليمات واضحة للبائعين بها ببيع السلع الأكثر غلاءً أولاً. ربما يوحي الإحساس العام بعكس ذلك؛ فلو أنفق شخص ما مبلغاً كبيراً من المال على شراء بذلة، فربما سيتردد في إنفاق المزيد على شراء سويتير مثلاً. ومع ذلك فإن تجار الملابس يعرفون ما هو أفضل. فهم يتصرفون طبقاً لما يوحيه لهم مبدأ المضاهاة؛ أي يبيع البذلة أولاً لأنه عندما يحين الوقت للبحث عن السويتير - حتى لو كان غالباً - فلن يكون سعره غالباً بنفس الدرجة. ربما يرفض الفرد فكرة إنفاق مبلغ ٩٥ دولاراً ثمناً لسويتير، لكنه لو اشترى بذلة بمبلغ ٤٩٥ دولاراً، فإن مبلغ ٩٥ دولاراً ثمناً للسويتير لن يبدو له مبلغاً كبيراً. ينطبق نفس المبدأ على الشخص الذي يرغب

في شراء أشياء كمالية (كالقميص والحذاء والحزام) لتساير بذلته الجديدة. وعلى عكس مبدأ الحس العام، تؤيد الأدلة تنبؤات مبدأ المضاهاة. كما يذكر المحللون المتخصصون في تحفيز المبيعات "ويتني، وهوين، ومورفي": الأمر المدهش هو عندما يدخل الشخص محلاً لبيع الملابس وهو يضع في اعتباره شراء بذلة، فإنه ينفق على شراء الأشياء الكمالية مبالغ طائلة ما كان لينفقها لو قام بشرائها بدون البذلة."

إن قيام الباعة بعرض السلعة باهظة الثمن أولاً يعد مربحاً لهم لأقصى درجة لا نتصورها، ليس لأنهم إذا لم يصروا على القيام بهذا العرض فإنهم سيفقدون تأثير مبدأ المضاهاة فقط، بل إن عدم إصرارهم سوف يجعل ذلك المبدأ أيضاً ينشط ضد مصلحتهم. فعرض السلعة الرخيصة أولاً ثم إتباعها بعد ذلك بسلعة غالية سيجعل تلك السلعة الأخيرة تبدو أكثر غلاءً، وهذه النتيجة غير مرغوبة لدى كل المؤسسات بالمرّة. لذا، فكما أنه من الممكن أن نجعل نفس "الدلو" المملوء بالماء يبدو ساخناً أو بارداً - بناءً على درجة حرارة الماء المقدم مسبقاً - فمن الممكن أيضاً أن نجعل سعر نفس السلعة يبدو أعلى أو أقل، بناءً على سعر السلعة التي تم تقديمها مسبقاً.

من المؤكد أن الاستغلال الحذق للتناقص الإدراكي لا يعد وقفاً على تجار الملابس فقط. لقد استخدمت أسلوباً يتضمن مبدأ المضاهاة عندما كنت أبحث في وسائل الإذعان لدى شركات العقارات الثابتة سراً. ولكي أزداد خبرة، اصطحبت بائعاً لدى إحدى الشركات العقارية أثناء عطلته الأسبوعية التي خصصها لمشاهدة المشترين. كان على البائع - الذي يمكن أن نطلق عليه اسم "فيل" - أن يوجه لي النصائح لمساعدتي خلال فترة بداية عملي في

البحث - أول شيء لاحظته بسرعة هو أنه إذا ما شرع " فيل" في عرض مجموعة من العقارات، كان يبدأ دائماً بتلك العقارات غير المرغوب فيها. وقد سألته عن ذلك، فضحك. كان يسمى تلك العقارات "العقارات العملية" حيث تقوم الشركة ببناء منزلين أو ثلاثة وتضمها إلى قائمة عروضها بأسعار مغالى فيها، وليس في نية الشركة بيعها طبعاً، ولكن تخصصها للعرض فقط، ومقارنة العميل بين تلك العقارات والعقارات المعروضة للبيع ستكون بالطبع في صالح النوع الأخير. مع ذلك لا يستخدم العديد من البائعين مثل تلك العقارات العملية، أما " فيل" فيعرف كيف يستفيد منها. قال لي حينئذ إنه يحب " نظرة الانبهار" التي تبدو في أعين العملاء عندما يشاهدون العقارات المعروضة للبيع فعلاً بعد مشاهدتهم للعقارات العملية.

يستخدم تاجر السيارات مبدأ المضاهاة وذلك من خلال انتظارهم حتى يتم مناقشة سعر السيارة الجديدة، ثم يشرعون في إضافة المزيد من السيارات الأخرى. فبعد عقد صفقة بخمسة عشر ألف دولار مثلاً، تعد مائة دولار أو ما إلى ذلك ثمن شيء كمالى - كراديو FM - شيئاً تافهاً. نفس الشيء ينطبق على الكماليات الأخرى مثل الإطار المعدني لنافذة السيارات أو لمرآة ذات وجهين أو أي شيء كهذا، والخدعة تتم هنا في حالة عرض السلع الصغيرة والرخيصة كلاً على حدة، وذلك بعد عرض السلع الغالية، بحيث تبدو أسعار السلع الرخيصة بسيطة جداً بعد عرض السلع الكبيرة. عندما يقف الزبون وفي يده العقد الذي قام بتوقيعه وهو يتساءل عما حدث ولا يجد شخصاً يوجه له اللوم سوى ذاته، يقف تاجر السيارات وهو يبتسم ابتسامة بطل المصارعة اليابانية.

من تقارير القراء

أمي العزيزة ... أبي العزيز ...

أعلم أنني قد تقاعست عن الكتابة إليكما منذ سفري للدراسة بالجامعة، وأعرب عن أسفي لأنني لم أكتب لكما من قبل. إن لدي أخباراً جديدة الآن، ولكن قبل قراءة رسالتي أرجو منكما أن تتخذا لكما مجلساً. لن تقوما بقراءة بقية الرسالة إلا إذا جلستما.. اتفقنا؟

حسناً إذاً. إن الأمور على ما يرام الآن، فالكسر في الجمجمة والارتجاج اللذين أصبت بهما عندما شب حريق في السكن الجامعي وعندما قفزت من النافذة قد تماثلا للشفاء. لقد قضيت أسبوعين فقط في المستشفى، والآن أستطيع أن أرى جيداً ولكن لا يزال الصداع يؤلم رأسي في بعض الأحيان. لحسن الحظ، شهد أحد العاملين بمحطة الغاز المجاورة الحريق الذي شب في السكن، كما شاهدني وأنا أقفز من النافذة، فقام باستدعاء المطفأ والإسعاف. كما أنه قام بزيارتي في المستشفى، ولأنني لم يعد لي ملجأ بعد حريق السكن فقد كان لطيفاً جداً معي بحيث استضافني للسكن معه في غرفته الكائنة بالبدروم. إنه فتى لطيف للغاية، وقد وقعنا في الغرام سوياً، ونحن الآن نخطط للزواج. لم نحدد يوم عقد القران حتى الآن، ولكن سيتم ذلك قبل ظهور أعراض الحمل على جسمي.

نعم ... أبي وأمي ... أنا حامل. وأعرف كم تتطلعان إلى أن تصبحا جديين، كما أعلم أنكما سترحبان كثيراً بالمولود الذي ستوليانه الرعاية والحب اللذين كنتما تولياني إياهما عندما كنت طفلة. ولكن سبب تأخيرنا لموعد

الزواج هو إصابة صديقي بالعدوى التي أصبت أنا أيضاً بها ما منعنا من عمل الفحوص الطبية المقررة قبل الزواج.

والآن بعد أن أخبرتكم بما لدي من جديد، أود أن أخبركما بأنه لم يكن هناك حريق قد شب بالسكن الجامعي، ولم أصب بالارتجاج أو الكسر في الجمجمة، ولم أنقل إلى المستشفى، ولست حاملاً، وليس لي علاقة بأي شخص، ولم أصب بأية عدوى، وليس لي صديق. ومع ذلك فقد حصلت على تقدير "مقبول" في التاريخ الأمريكي، ورسبت في مادة الكيمياء وأود أن تريا درجاتي في شكلها الصحيح.

ابنتكم المحبة

شارون