

## Εισαγωγή

**Σ**ΚΕΦΤΕΙΤΕ ΜΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΟΥ ΚΑΝΑΤΕ ΠΡΟΣΦΑΤΑ, μια οποιαδήποτε επιλογή: από το ποια δημητριακά αγοράσατε ή ποια ταινία είδατε μέχρι σε ποιο εστιατόριο καθίσατε να φάτε. Σκεφτείτε και μια πιο σημαντική: με ποιον να βγείτε ραντεβού, ποιον πολιτικό να ψηφίσετε ή σε ποιο επάγγελμα να σταδιοδρομήσετε.

Γιατί κάνατε αυτή την επιλογή; Γιατί καταλήξατε στη συγκεκριμένη εναλλακτική λύση;

Η ερώτηση μοιάζει εύκολη. Μπορεί να σας έρθουν στον νου διάφοροι προσωπικοί παράγοντες, σε γενικές γραμμές όμως όλοι τους δείχνουν προς την ίδια κατεύθυνση: εσάς τους ίδιους. Τα δικά σας γούστα και τις δικές σας προτιμήσεις· τις δικές σας αρέσκειες και απαρέσκειες· ποιο υποψήφιο ταίρι βρίσκετε εσείς ευχάριστο ή ελκυστικό· κατά πόσον οι πολιτικές απόψεις ενός υποψηφίου ταιριάζουν με τις δικές σας. Η αντίληψη πως οι επιλογές μας καθοδηγούνται από τις δικές μας προσωπικές σκέψεις και πεποιθήσεις μοιάζει τόσο προφανής ώστε δεν υπάρχει καν λόγος να την αναφέρουμε.

Μόνο που είναι λανθασμένη.

Χωρίς να το αντιλαμβανόμαστε, οι άλλοι ασκούν τεράστια επίδραση σε κάθε πτυχή της ζωής μας.<sup>1</sup> Οι άνθρωποι ψηφίζουν επειδή ψηφίζουν και οι άλλοι, τρώνε περισσότερο όταν τρώνε και οι άλλοι, και αγοράζουν καινούργιο αυτοκίνητο

μόνο και μόνο επειδή αγόρασαν πρόσφατα και οι γείτονές τους. Η κοινωνική επίδραση παίζει ρόλο στο τι αγοράζουν οι άνθρωποι, ποια ασφαλιστικά προγράμματα υγείας επιλέγουν, τι βαθμούς παίρνουν στο σχολείο και τι καριέρα ακολουθούν. Καθορίζει το εάν αποταμιεύουν για τη συνταξιοδότησή τους, αν επενδύουν στο χρηματιστήριο, κάνουν δωρεές, συμμετέχουν σε αδελφότητες, εξοικονομούν ενέργεια ή υιοθετούν καινοτομίες. Η κοινωνική επίδραση επηρεάζει ακόμη και το εάν οι άνθρωποι εμπλέκονται σε εγκληματικές δραστηριότητες ή νιώθουν ικανοποιημένοι από τη δουλειά τους. Το 99,9% όλων των αποφάσεών μας διαμορφώνονται από τους άλλους. Είναι σχεδόν αδύνατο να εντοπίσει κανείς έστω και μία απόφαση ή μία συμπεριφορά που να μην έχει δεχθεί την επιρροή άλλων ανθρώπων.

Στην πραγματικότητα, αν παρατηρήσουμε όλους τους τομείς της ζωής μας, μόνο σε μία περίπτωση δεν φαίνεται να διακρίνουμε την κοινωνική επίδραση.

Όταν πρόκειται για τον εαυτό μας.

Ξεκίνησα τις μελέτες μου στην επιστήμη της κοινωνικής επίδρασης (δηλαδή τον τρόπο με τον οποίο οι άλλοι επηρεάζουν τη συμπεριφορά μας) κάνοντας ποδήλατο στο Πάλο Άλτο της Καλιφόρνιας, αναζητώντας BMW.

Το Πάλο Άλτο είναι ένα από τα πιο ακριβά μέρη για να ζει κανείς. Τα δικαιώματα προαίρεσης αγοράς μετοχών και η απογείωση της αξίας τους κατά την εισαγωγή των εταιρειών στο χρηματιστήριο φούσκωσαν τα πορτοφόλια πολλών κατοίκων της περιοχής και εκτόξευσαν τις τιμές στα πάντα, από τα σπίτια μέχρι τα δίδακτρα των ιδιωτικών σχολείων. Η Ferrari και η Maserati έχουν τις αντιπροσωπείες τους εκεί γύρω, ενώ το γεύμα σε ένα από τα κυριλέ εστιατόρια της περιοχής μπορεί να φτάσει ακόμη και τα 200 δολάρια το άτομο.

Η αναζήτηση BMW ήταν σαν να ψάχνει κάποιος ψύλλους στ' άχυρα. Δεν είχα κάποιον αξιόπιστο τρόπο για να ξέρω πού θα τις ανακαλύψω, κι έτσι βασίστηκα κάπως στη διαίσθησή μου, αλλά πολύ περισσότερο στην τύχη. Πήγαινα αργά με το ποδήλατο πάνω-κάτω σε διάφορους δρόμους, αναζητώντας αυτοκίνητα με το χαρακτηριστικό σχήμα και σήμα, και σταματούσα σε κάθε γωνία προσπαθώντας να μαντέψω ποια κατεύθυνση ν' ακολουθήσω για να έχω περισσότερες πιθανότητες. Οδοντιατρείο αριστερά; Οι οδοντίατροι συνήθως οδηγούν καλά αυτοκίνητα, ας κάνω λοιπόν μια γύρα στο πάρκινγκ. Ακριβό σούπερ-μάρκετ στα δεξιά; Αξίζει τον κόπο.

Κάθε φορά που έβρισκα μια BMW έπιανα την τσάντα ταχυδρόμου που είχα, έβγαζα ένα κομμάτι χαρτί και το έβαζα προσεκτικά κάτω από τον υαλοκαθαριστήρα. Δεν ήταν κουπόνι από κάποιο συνεργείο, ούτε διαφημιστικό από πλυντήριο αυτοκινήτων. Δεν πουλούσαμε τίποτα απολύτως.

Εκείνο που ενδιέφερε την καθηγήτρια του Πρίνστον Έμιλυ Πρόνιν και μένα ήταν το πώς οι διάφοροι παράγοντες επηρεάζουν την αγορά ενός αυτοκινήτου. Ποιους παράγοντες θεωρούσαν οι άνθρωποι υπεύθυνους για την επιλογή τους και σε ποιον βαθμό οι ίδιοι αυτοί παράγοντες έπαιζαν ρόλο στην αγορά μιας BMW από κάποιον άλλο;

Πέρα από κάποιους κλασικούς παράγοντες, όπως είναι η τιμή, η κατανάλωση καυσίμου και η αξιοπιστία του αυτοκινήτου, το ερωτηματολόγιο είχε και ερωτήσεις για επιδράσεις περισσότερο κοινωνικού χαρακτήρα. Μήπως οι απόψεις του φιλικού περιβάλλοντος είχαν επηρεάσει όσους αγόρασαν BMW; Πόσο τους επηρέασε το γεγονός ότι το συγκεκριμένο αυτοκίνητο συνδέεται με ανθρώπους που έχουν στυλ ή υψηλό κοινωνικό στάτους;<sup>2</sup>

Κάθε ερωτώμενος απαντούσε στο σετ των ερωτήσεων δύο φορές: μία για τον εαυτό του και μία για κάποιον άλλο που

γνώριζε ότι οδηγούσε επίσης BMW. Κατά πόσον η απόφαση εκείνου είχε επηρεαστεί από παράγοντες όπως η τιμή και η κατανάλωση καυσίμου, και κατά πόσον από το γεγονός ότι τέτοιου είδους αυτοκίνητα τα οδηγούν άτομα με στυλ ή υψηλό κοινωνικό στάτους;<sup>3</sup>

Αφού έκανα κύκλους με το ποδήλατο σχεδόν όλη μέρα, τελικά άφησα ερωτηματολόγια σε περισσότερες από εκατό BMW. Κάθε ερωτηματολόγιο ήταν μέσα σ' έναν φάκελο με προπληρωμένα τα έξοδα αποστολής, ώστε οι άνθρωποι να μας στείλουν ταχυδρομικά τις απαντήσεις τους.

Μετά, απλώς περίμενα.

Την πρώτη μέρα δεν έβλεπα την ώρα να έρθει ο ταχυδρόμος. Όταν όμως άνοιξα το γραμματοκιβώτιο, το περιεχόμενό του ήταν σκέτη απογοήτευση: ένα μάτσο άσχετα κουπόνια κι ο κατάλογος μιας εταιρείας επίπλων. Κανένας δεν είχε στείλει πίσω το ερωτηματολόγιο.

Την επόμενη μέρα την αισιοδοξία μου την είχαν μετριάσει διάφορες επιφυλάξεις. Έκανα μια βόλτα γύρω από το γραμματοκιβώτιο κι έριξα μια κλεφτή ματιά στο εσωτερικό του. Τίποτα ακόμα. Είχα αρχίσει πια να ανησυχώ. Μήπως οι άνθρωποι είχαν αγνοήσει το ερωτηματολόγιο; Λες να είχε πάρει τους φακέλους ο αέρας;

Την τρίτη μέρα, την άφιξη του ταχυδρομείου συνόδευε ένα αίσθημα φόβου. Κι αν δεν έχουν έρθει ούτε σήμερα απαντήσεις; Θα έπρεπε να βγω έξω να βρω άλλες BMW (ή να σκεφτούμε άλλον τρόπο προσέγγισης του ζητήματος). Επιτέλους όμως, στο βάθος του γραμματοκιβωτίου βρισκόταν η απάντηση που περίμενα: ένας από τους μικρούς, άσπρους φακέλους που είχα αφήσει πάνω στον υαλοκαθαριστήρα ενός αυτοκινήτου λίγες μέρες πριν.

Την άλλη μέρα ήρθαν μερικές ακόμα απαντήσεις – και κάμποσες ακόμη την αμέσως επόμενη. Μπορούσαμε πλέον να ξεκινήσουμε. Πήραμε τις απαντήσεις και συγκρίναμε τις αντιλήψεις που είχαν οι άνθρωποι για τον εαυτό τους με τις αντιλήψεις τους για τους άλλους: τι επηρέασε τη δική τους απόφαση να αγοράσουν την BMW σε σύγκριση με το τι επηρέασε την απόφαση κάποιου άλλου.

Πολλές απαντήσεις ήταν παρόμοιες. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι άνθρωποι θεωρούσαν πως παράγοντες όπως η τιμή και η κατανάλωση βενζίνης ήταν πολύ σημαντικοί – τόσο για τη δική τους απόφαση όσο και για των άλλων. Η τιμή είχε επηρεάσει καθοριστικά την απόφασή τους να αγοράσουν BMW και θεωρούσαν ότι ο συγκεκριμένος παράγοντας είχε επηρεάσει και τους άλλους εξίσου.

Όταν όμως οι ερωτώμενοι αξιολογούσαν τον αντίκτυπο της κοινωνικής επίδρασης, τα πράγματα άλλαζαν. Δεν είναι ότι δεν πίστευαν πως η κοινωνική επίδραση παίζει κάποιο ρόλο. Το πίστευαν. Είχαν απόλυτη επίγνωση του γεγονότος πως η απόφαση για την αγορά αυτοκινήτου επηρεάζεται πράγματι από το τι πιστεύουν οι φίλοι και από το εάν το αυτοκίνητο το οδηγούν άτομα με στυλ ή υψηλό κοινωνικό στάτους. Ήταν, μάλιστα, πρόθυμοι να αναγνωρίσουν ότι η κοινωνική επίδραση παίζει μεγάλο ρόλο στο είδος των αυτοκινήτων που αγοράζουν οι άνθρωποι.

Εκτός κι αν αυτοί οι «άνθρωποι» ήταν οι ίδιοι.

Όταν σκέφτονταν την αγορά της BMW από κάποιον άλλο, ο ρόλος της κοινωνικής επίδρασης ήταν πασιφανής. Οι ερωτώμενοι αναγνώριζαν εύκολα πως οι προτιμήσεις κάποιου αλλάζουν με βάση τις απόψεις των φίλων του ή την ανάγκη του για κοινωνική ενσωμάτωση.

Όταν όμως ερχόταν η ώρα να στρέψουν το μικροσκόπιο στην αγορά της δικής τους BMW, όλα γίνονταν καπνός!

Η κοινωνική επίδραση εξαφανιζόταν. Δεν διέκριναν κανένα ίχνος της. Όταν οι ερωτώμενοι έστρεφαν τον καθρέφτη στις δικές τους πράξεις, δεν θεωρούσαν πως η κοινωνική επίδραση τις είχε επηρεάσει καθ' οιονδήποτε τρόπο.

Κι αυτό δεν ισχύει μόνο στην περίπτωση της αγοράς αυτοκινήτου. Η ίδια ασυμμετρία εντοπίζεται και σε άλλες καταστάσεις. Είτε πρόκειται για την αγορά ρούχων, την πολιτική ψήφο ή την ευγένεια κατά την οδήγηση, οι άνθρωποι αναγνωρίζουν τον αντίκτυπο της κοινωνικής επίδρασης.

Όχι όμως όταν πρόκειται για τους ίδιους. Οι άνθρωποι μπορούν να διακρίνουν την κοινωνική επίδραση που επηρεάζει τη συμπεριφορά των άλλων, όχι όμως εκείνη που επηρεάζει τη δική τους.

Μια πιθανή ερμηνεία γι' αυτό είναι η κοινωνική αποδοχή. Ενδεχομένως οι άνθρωποι να μην θεωρούν ότι επηρεάζονται από τους άλλους γιατί το να επηρεάζεται κάποιος είναι κακό. Η κοινωνία μάς λέει να είμαστε ο εαυτός μας και να ζούμε τη ζωή μας χωρίς να επηρεαζόμαστε από τους άλλους – να αποφεύγουμε δηλαδή να είμαστε πρόβατα και να πηγαίνουμε με το κοπάδι. Εάν το να επηρεάζεται κάποιος είναι κακό, τότε ίσως οι άνθρωποι να μην θεωρούν πως επηρεάζονται γιατί δεν θέλουν να σχηματίσουν αρνητική εικόνα για τον εαυτό τους.

Τα πράγματα όμως δεν είναι τόσο απλά. Ακόμα και σε περιπτώσεις όπου οι άνθρωποι είναι καλό να επηρεάζονται, εκείνοι ούτε τότε θεωρούσαν ότι αυτό πράγματι συνέβαινε.

Για παράδειγμα, όταν κάποιος επισκέπτεται ένα μέρος που δεν γνωρίζει καλά, είναι δείγμα ευγένειας να λαμβάνει υπόψη του τις τοπικές συνήθειες. Όταν διαλέγει ρούχα για μια επίσημη περίσταση, σκέφτεται ότι, αν πάει ατημέλητος, θα δώσει αρνητική εντύπωση. Ακόμη όμως και σε καταστάσεις όπως αυτές, όπου είναι καλό κάποιος να δέχεται επιρροές, οι άνθρωποι ούτε τότε θεωρούν ότι τις δέχονται.

Κι αυτό γιατί υπάρχει ένας ακόμα πιο δυσδιάκριτος λόγος για τον οποίο θεωρούμε πως η κοινωνική επίδραση δεν μας ακουμπά. Δεν μπορούμε να τη δούμε.

*Μόνο εσύ...*

Μόλις ξεκινήσατε τη Β' Λυκείου και, για να το γιορτάσετε, οι γονείς σας αποφασίζουν πως ήρθε η ώρα να βρείτε μια δουλειά. Αρκετά ζήσατε με τα δικά τους χρήματα, λένε· είναι ώρα ν' αρχίσετε να ξοδεύετε τα χρήματα που βγάζετε μόνοι σας. Άλλωστε, μια δουλειά μερικής απασχόλησης θα σας κρατά εκτός σπιτιού για λίγες μόνο ώρες τη μέρα, μια-δυο φορές την εβδομάδα. Θα σφυρηλατήσει τον χαρακτήρα σας και θα σας μάθει πώς είναι ο πραγματικός κόσμος.

Με το μπέιμπι σίτινγκ που έχετε κάνει και τα λίγα μέτρα γκαζόν που έχετε κουρέψει το βιογραφικό σας δεν είναι και τόσο εντυπωσιακό, μπορείτε ωστόσο να βρείτε μια θέση μερικής απασχόλησης γεμίζοντας σακούλες με ψώνια στο σούπερ-μάρκετ της γειτονιάς σας. Δεν τη λες και την πιο συναρπαστική δουλειά, είναι όμως σαφώς καλύτερη από το να καθαρίζετε το ψυγείο με τα κρέατα.

Μόλις έχετε αρχίσει να γίνεστε εξπέρ στα κόλπα της χάρτινης και της πλαστικής σακούλας, όταν πέφτετε στο διάλειμμα πάνω σε μία από τις νέες σας συναδέλφους. Την έχετε δει να γεμίζει σακούλες στο ταμείο 7 εδώ και κάποιες εβδομάδες και δεν μπορείτε να μην παρατηρήσετε πόσο όμορφη είναι. Σας συστήνεται κι αρχίζετε να μιλάτε. Για το αφεντικό σας, για το λύκειο στο οποίο πηγαίνει ο καθένας και για το κόλπο που έμαθε για να μην ζουλιούνται οι ντομάτες.

Την επόμενη εβδομάδα τη συναντάτε τυχαία μια-δυο φορές ακόμα. Την αμέσως επόμενη τη συναντάτε κι άλλες. Μιλάτε περισσότερο. Σύντομα πιάνετε τον εαυτό σας να επιλέγει τις

βάρδιές σας ανάλογα με το πότε θα είναι κι εκείνη εκεί. Αρχίζετε να σφυρίζετε ενώ δουλεύετε και, τελικά, βρίσκετε το απαραίτητο κουράγιο για να της ζητήσετε να βγειτε.

Ύστερα από διακόσια επτά δείπνα, ενενήντα δύο μεγάλους περιπάτους, τρεις διακοπές μαζί κι έναν σύντομο χωρισμό, βρίσκεστε παντρεμένος με το μοναδικό πρόσωπο με το οποίο θα μπορούσατε να φανταστείτε τον εαυτό σας να περνά το υπόλοιπο της ζωής του.

Η ιδέα της αδελφής ψυχής υπάρχει εδώ και χιλιάδες χρόνια. Στο *Συμπόσιο*, ο Πλάτωνας έγραφε πως οι άνθρωποι είχαν αρχικά τέσσερα πόδια, τέσσερα χέρια και ένα κεφάλι με δύο πρόσωπα. Μπορούσαν να περπατούν εξίσου καλά και προς τα μπρος και προς τα πίσω, και ήταν τόσο τρομερή η δύναμή τους που απειλούσαν τους ίδιους τους θεούς που υποτίθεται ότι τους κυβερνούσαν. Κάτι έπρεπε να γίνει.

Οι θεοί συζήτησαν διάφορες λύσεις. Κάποιοι ήθελαν να εξοντώσουν το ανθρώπινο γένος, να το εξαφανίσουν μια για πάντα. Ένας όμως από τους θεούς, ο Δίας, είχε μια πιο δημιουργική ιδέα. Οι άνθρωποι πρόσφεραν διάφορες τιμές και θυσίες στους θεούς, οπότε γιατί να τους εξολοθρεύουν εντελώς; Αντί γι' αυτό, κάθε άνθρωπος θα κοβόταν στα δύο. Αυτό θα τους έδινε ένα μάθημα. Θα μείωνε τη δύναμη της ανθρωπότητας και θα τιμωρούσε τους ανθρώπους για την έπαρσή τους.

Έτσι κι έγινε. Κάθε άνθρωπος χωρίστηκε στη μέση – όπως ακριβώς κόβεται ο κορμός ενός δέντρου στα δύο.

Όπως ήταν αναμενόμενο, οι διαιρεμένοι αυτοί άνθρωποι ήταν δυστυχημένοι. Ακόμη κι όταν επουλώθηκαν οι πληγές τους, εκείνοι γύρευαν με λαχτάρα το άλλο τους μισό, αναζητώντας πάντοτε εκείνο το κομμάτι που θα τους έκανε ολόκληρους.



Από την εποχή του Πλάτωνα έχουν αλλάξει πολλά, η ιδέα όμως της μίας και αληθινής αγάπης για τον καθέναν από εμάς εξακολουθεί να υπάρχει. Μπορεί η σάρωση της οθόνης στον ιστότοπο γνωριμιών Tinder να έχει πάρει τη θέση των ερωτικών επιστολών και το σεξ με αγνώστους να έχει υποκαταστήσει το περίτεχνο φλερτ, οι περισσότεροι όμως πιστεύουν ακόμη πως κάπου εκεί έξω υπάρχει ο Ένας και Μοναδικός ή η Μία και Μοναδική που περιμένουν τον εντοπισμό τους. Όπως τα δυο μισά ενός κύκλου ή δυο σταγόνες νερό, κάποιος, κάπου εκεί έξω, θα μας συμπληρώσει. Είναι το χαμένο κομμάτι του παζλ, το τέλειο ταίρι. Τα τραγούδια των rhythm & blues και οι ρομαντικές κωμωδίες αναπαράγουν διαρκώς αυτή την ιδέα. Αν υπήρξες άτυχος στην αγάπη, μην αγχώνεσαι: είναι που δεν έχεις βρει ακόμα το ταίρι σου.

Ρίξτε μια γρήγορη ματιά στις αναγγελίες γάμου μιας εφημερίδας ή ρωτήστε τους περισσότερους παντρεμένους πώς γνωρίστηκαν και οι απαντήσεις που θα πάρετε θα είναι ίδιες. *Το ένιωσα από την πρώτη στιγμή που τον είδα... Υπήρξε μια χημεία μεταξύ μας που δεν είχα νιώσει με κανέναν άλλο... Σαν ν' άναψε μια σπίθα και κατάλαβα αμέσως πως ήταν η κατάλληλη γυναίκα για μένα.*

Οι περισσότεροι άνθρωποι βρίσκουν οποιαδήποτε άλλη πιθανότητα κάπως ενοχλητική. Θέλετε να κάνετε έναν παντρεμένο φίλο σας που είναι ευτυχισμένος στον γάμο του να θυμώσει μαζί σας; Κάντε πως λέτε ότι θα μπορούσε να είναι εξίσου ευτυχισμένος και με άλλο σύντροφο.

Ο σύντροφός μας μπορεί να μην είναι τέλειος, είναι όμως δικός μας. Και είμαστε 110% σίγουροι πως δεν θα μπορούσε κανένας άλλος να βρίσκεται στη θέση του.

Είμαστε όλοι πρίγκιπες με ένα γυάλινο γοβάκι, σε αναζήτηση της μίας και μοναδικής Σταχτοπούτας στην οποία θα ταιριάζει.

Αν όμως δείτε πώς γνωρίζουν οι περισσότεροι Αμερικανοί και οι περισσότερες Αμερικανίδες τους/τις συζύγους τους, θα παρατηρήσετε κάτι εξαιρετικά ενδιαφέρον. Στις Ηνωμένες Πολιτείες υπάρχουν τουλάχιστον 320 εκατομμύρια άνθρωποι. Αν αφαιρέσετε τους παντρεμένους, μας μένουν περίπου 160 εκατομμύρια. Επιλέξτε ένα από τα δύο φύλα κι έχετε περίπου 80 εκατομμύρια ανθρώπους που θα μπορούσαν να είναι κατάλληλοι για σας.

Κάποιοι από αυτούς βρίσκονται σε ακατάλληλη ηλικία, υποστηρίζουν το λάθος πολιτικό κόμμα ή, αλίμονο, τους αρέσει η πόλκα· όμως ακόμα κι αν αφαιρέσετε όσους δεν σας ταιριάζουν, και πάλι μένουν εκατομμύρια άνθρωποι. Πολύς κόσμος που θα μπορούσε δυνητικά να είναι ο Ένας και Μοναδικός ή η Μία και Μοναδική.

Επαναλάβετε την παραπάνω άσκηση με τον παγκόσμιο πληθυσμό και τότε υπάρχουν εκατοντάδες εκατομμύρια άνθρωποι, καθένας από τους οποίους θα μπορούσε να είναι η αδελφή ψυχή σας.

Δείτε τώρα πού συναντούν τελικά οι άνθρωποι τους/τις συζύγους και θα διαπιστώσετε πως τα μέρη αυτά είναι λίγα. Στην πραγματικότητα, πάνω από το ένα τρίτο των Αμερικανών συναντούν τον σύζυγο ή τη σύζυγό τους σε δύο μόλις μέρη: στη δουλειά ή το σχολείο.<sup>4</sup>

Αυτό από μόνο του δεν προκαλεί έκπληξη. Οι άνθρωποι περνούν πολύ χρόνο στη δουλειά και το σχολείο – είναι, άλλωστε, εξαιρετικά δύσκολο να ερωτευτεί κανείς κάποιον που δεν είχε την ευκαιρία να συναντήσει από κοντά.

Σταθείτε τώρα μια στιγμή και αναλογιστείτε τι σημαίνει αυτό. Σαφώς και μπορεί να υπάρχει μόνο ένα άτομο που είναι κατάλληλο για τον καθέναν μας. Από τους εκατοντάδες εκατομμύρια ανθρώπους, μία μόνο αδελφή ψυχή. Ποιες είναι όμως οι πιθανότητες το άτομο αυτό να έτυχε να αρχίσει να

γερμίζει σακούλες σούπερ-μάρκετ την ίδια στιγμή που αρχίσαμε κι εμείς; Μπορούμε άραγε να είμαστε όλοι μας τόσο τυχεροί;



Το προπτυχιακό μάθημα Ψυχολογίας της Προσωπικότητας του καθηγητή Ρίτσαρντ Μόρλαντ στο Πανεπιστήμιο του Πίττσμπουργκ έμοιαζε μ' ένα από τα πολλά μαθήματα που μπορεί να έχετε παρακολουθήσει στο πανεπιστήμιο. Οι διαλέξεις γίνονταν σε ένα μεγάλο αμφιθέατρο που είχε σχήμα βεντάλιας και καθίσματα αθλητικού σταδίου. Ο χώρος είχε περίπου διακόσιες θέσεις, οι οποίες γέμιζαν κυρίως από πρωτοετείς και δευτεροετείς φοιτητές, μαζί με λίγους τριτοετείς και τελειόφοιτους. Οι μισοί περίπου από τους φοιτητές ήταν άντρες, οι μισές γυναίκες, ενώ υπήρχε και η συνήθης ποικιλία από αθλητές και σπασίκλες, χασομέρηδες και καπάτσους.

Στα μαθήματα ψυχολογίας δίνεται συχνά η δυνατότητα να πάρει κάποιος επιπλέον βαθμό για τη συμμετοχή του σε ακαδημαϊκή έρευνα – και το μάθημα του καθηγητή Μόρλαντ δεν διέφερε σ' αυτό. Στο τέλος του εξαμήνου οι φοιτητές ρωτήθηκαν αν θα ήθελαν να συμπληρώσουν ένα σύντομο ερωτηματολόγιο. Οι περισσότεροι δέχτηκαν.

Το ερωτηματολόγιο ήταν απλό. Οι φοιτητές, άντρες και γυναίκες, είδαν τις φωτογραφίες τεσσάρων γυναικών (Α, Β, Γ και Δ) και τους ζητήθηκε να απαντήσουν σε μερικές ερωτήσεις για καθεμία από αυτές. Πόσο ελκυστική έβρισκαν κάθε γυναίκα; Πίστευαν πως η παρέα της θα ήταν ευχάριστη; Θα ήθελαν να γίνουν φίλοι μαζί της;

Καμία από τις τέσσερις γυναίκες δεν είχε κάτι ξεχωριστό. Όλες τους έμοιαζαν με κλασικές φοιτήτριες πανεπιστημίου. Ήταν περίπου στην ίδια ηλικία, φορούσαν απλά ρούχα και είχαν την εμφάνιση οποιασδήποτε κοπέλας θα μπορούσε να

κάθεται στη διπλανή σου θέση καθ' όλη τη διάρκεια του εξαμήνου.

Πράγμα που είχε όντως συμβεί. Εν αγνοία τους, οι φοιτητές του μαθήματος του καθηγητή Μόρλαντ είχαν συμμετάσχει σε ένα σύνθετο πείραμα.

Καθ' όλη τη διάρκεια του εξαμήνου οι γυναίκες των οποίων οι φωτογραφίες είχαν χρησιμοποιηθεί στην έρευνα προσπορούνταν ότι ήταν φοιτήτριες του μαθήματος. Έφταναν λίγα λεπτά προτού ξεκινήσει η διάλεξη, περπατούσαν αργά προς το μπροστινό μέρος της αίθουσας και κάθονταν σε τέτοιο σημείο ώστε να μπορούν να τις δουν οι περισσότεροι συμφοιτητές τους. Κατά τη διάρκεια των διαλέξεων παρέμεναν ήσυχες, άκουγαν και κρατούσαν σημειώσεις. Όταν οι διαλέξεις τελείωναν, μάζευαν τα πράγματά τους και έφευγαν από την αίθουσα μαζί με τους υπόλοιπους. Εκτός από το ότι δεν είχαν εγγραφεί στο μάθημα, σε ελάχιστα διέφεραν από τους υπόλοιπους φοιτητές.

Υπήρχε όμως μία σημαντική λεπτομέρεια. Κάθε γυναίκα παρακολούθησε διαφορετικό αριθμό μαθημάτων. Η τάξη του καθηγητή Μόρλαντ έκανε σαράντα μαθήματα κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Η Γυναίκα Α δεν εμφανίστηκε σε κανένα μάθημα, η Γυναίκα Β εμφανίστηκε σε πέντε μαθήματα, η Γυναίκα Γ σε δέκα και η Γυναίκα Δ σε δεκαπέντε.

Είναι αυτονόητο πως κάθε άνθρωπος ελκύεται από διαφορετικά στοιχεία. Κάποιοι προτιμούν τις ξανθές, άλλοι τις μελαχρινές. Κάποιες γυναίκες θέλουν τους άντρες τους ψηλούς, μελαχρινούς και ελκυστικούς, ενώ άλλες έχουν διαφορετικές προτιμήσεις (να και μια καλή είδηση για τους κοντούς, χλομούς και λιγότερο όμορφους από εμάς).

Δεν μας εκπλήσσει καθόλου, λοιπόν, το ότι οι διάφοροι φοιτητές είδαν με διαφορετικό τρόπο τις διάφορες γυναίκες. Κάποιοι βρήκαν κούκλα τη Γυναίκα Α, άλλοι προτίμησαν τη

Γυναίκα Γ. Σε κάποιους άρεσαν τα μάτια της Γυναίκας Β, άλλοι βρήκαν πιο ελκυστική τη Γυναίκα Δ.

Όμως, παρά τις όποιες ιδιοσυγκρασιακές προτιμήσεις, υπήρξε ένα χαρακτηριστικό μοτίβο.

Οι γυναίκες που είχαν εμφανιστεί στο μάθημα περισσότερες φορές θεωρήθηκαν πιο ελκυστικές. Η γυναίκα που είχε εμφανιστεί σε δεκαπέντε μαθήματα θεωρήθηκε περισσότερο ελκυστική από αυτήν που είχε εμφανιστεί σε δέκα· η οποία με τη σειρά της θεωρήθηκε ελκυστικότερη από τη γυναίκα που είχε εμφανιστεί σε πέντε, και πάει λέγοντας.

Όσο συχνότερα βλέπουμε κάποιον τόσο περισσότερο μας αρέσει.

Πιθανόν να αναρωτιέστε μήπως η γυναίκα που εμφανίστηκε σε δεκαπέντε μαθήματα ήταν απλώς πιο εμφανίσιμη. Μπορεί δηλαδή να ήταν εκ φύσεως πιο ελκυστική. Κάτι τέτοιο όμως δεν ίσχυε. Οι φοιτητές που δεν είχαν παρακολουθήσει το μάθημα βρήκαν όλες τις γυναίκες εξίσου ελκυστικές. Απουσία του διαφορετικού βαθμού έκθεσης σε αυτές, οι τέσσερις γυναίκες έμοιαζαν μεταξύ τους.

Μήπως οι φοιτητές είχαν γνωριστεί καλύτερα με τις γυναίκες που είχαν παρακολουθήσει περισσότερες φορές το μάθημα; Η απάντηση είναι και πάλι αρνητική. Μολονότι οι γυναίκες αυτές παρακολουθούσαν το μάθημα, δεν είχαν ποτέ αλληλεπιδράσει, με λεκτικό ή μη λεκτικό τρόπο, με κανέναν από τους φοιτητές.

Στους φοιτητές άρεσαν περισσότερο κάποιες από τις γυναίκες επειδή τις είχαν δει περισσότερες φορές. Οι φοιτητές βρήκαν περισσότερο ελκυστικές και εκδήλωσαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον να γνωρίσουν όσες γυναίκες είχαν πιο συχνή παρουσία στο μάθημα – μόνο και μόνο δηλαδή επειδή είχαν δει τις συγκεκριμένες γυναίκες λίγο περισσότερες φορές.

Ίσως η ιδέα ότι η απλή έκθεση ενισχύει την προτίμηση να μοιάζει αρχικά παράδοξη, εντούτοις έχει καταδειχθεί από εκατοντάδες πειράματα. Είτε πρόκειται για πρόσωπα στην επετηρίδα του πανεπιστημίου, είτε για διαφημιστικά μηνύματα, είτε για κατασκευασμένες λέξεις, φρουτοχυμούς, ακόμα και κτήρια, όσο περισσότερο οι άνθρωποι βλέπουν κάτι τόσο περισσότερο αυτό τους αρέσει. Η εξοικείωση οδηγεί σε αρέσκεια.<sup>5</sup>

Κι ενώ ήδη είναι από μόνη της προκλητική η ιδέα πως όταν βλέπουμε κάτι συχνότερα το προτιμάμε και περισσότερο, υπάρχει άλλη μια πτυχή της απλής έκθεσης που την κάνει ακόμη πιο ενδιαφέρουσα: έχουμε απόλυτη άγνοια ότι συμβαίνει κάτι τέτοιο.

Όταν οι φοιτητές στο μάθημα του Μόρλαντ ρωτήθηκαν αν είχαν δει προηγουμένως κάποια από τις γυναίκες, σχεδόν κανένας απ' αυτούς δεν συνειδητοποίησε πως πράγματι τις είχε δει. Αν μάλιστα κάποιος ρωτούσε τους φοιτητές κατά πόσον η άποψή τους καθορίστηκε από το γεγονός ότι είχαν δει τις συγκεκριμένες γυναίκες περισσότερες φορές, οι φοιτητές θα τον κοιτούσαν σαν τρελό. *Φυσικά και όχι, θα έλεγαν. Γιατί να μου φαίνεται κάποια γυναίκα περισσότερο ελκυστική μόνο και μόνο επειδή την είδα λίγες φορές παραπάνω;* Κι όμως, αυτό συνέβαινε.

Διότι, είτε το αντιλαμβάνομαστε είτε όχι, είμαστε όλοι μας φοιτητές στο μάθημα του Μόρλαντ. Υποτιμούμε τον αντίκτυπο της κοινωνικής επίδρασης στη συμπεριφορά μας μόνο και μόνο γιατί δεν συνειδητοποιούμε ότι υπάρχει.

Όταν αναζητούμε ενδείξεις για το ότι η κοινωνική επίδραση διαμόρφωσε τη συμπεριφορά μας, συχνά δεν βρίσκουμε ούτε μία. Δεν έχουμε επίγνωση ότι με τον έναν ή τον άλλο τρόπο επηρεαζόμαστε, ως εκ τούτου υποθέτουμε πως κάτι τέτοιο δεν συνέβη· ωστόσο, η έλλειψη επίγνωσης της επίδρασης δεν σημαίνει πως αυτή δεν υπάρχει.

## Άδηλοι προπαγανδιστές

Ας παίζουμε για λίγο ένα γρήγορο παιχνίδι. Θα σας κάνω ένα τεστ μνήμης. Ακολουθεί μια λίστα με επτά λέξεις και θέλω να δω πόσες απ' αυτές θα μπορέσετε να θυμηθείτε. Αφιερώστε όσο χρόνο χρειάζεστε για να διαβάσετε τη λίστα.

Ριψοκίνδυνος  
Έπιπλο  
Φαντασμένος  
Γωνία  
Απρόσιτος  
Συρραπτικό  
Ισχυρογνώμων

Προτού ξεκινήσετε το τεστ μνήμης, θέλω να κάνετε πρώτα κάτι άλλο. Ακολουθεί η σύντομη περιγραφή ενός ατόμου που ονομάζεται Ντόναλντ. Παρακαλώ, διαβάστε το κείμενο και στη συνέχεια απαντήστε σε μερικές σύντομες ερωτήσεις γι' αυτόν.

Ο Ντόναλντ περνά μεγάλο μέρος του χρόνου του σε αναζήτηση αυτού που του αρέσει να αποκαλεί έξαψη. Έχει αναρριχηθεί στο Όρος ΜακΚίνλεϋ, έχει διασχίσει με καγιάκ τα ορμητικά ρεύματα του ποταμού Κολοράντο, έχει οδηγήσει σε αγώνα σύγκρουσης αυτοκινήτων και σκάφος με κινητήρα τζετ. Έχει κινδυνεύσει να τραυματιστεί αρκετές φορές, ακόμη και να σκοτωθεί. Αυτή τη στιγμή βρίσκεται σε αναζήτηση μιας νέας έξαψης. Σκέφτεται πως θα μπορούσε ίσως να κάνει ελεύθερη πτώση ή να διασχίσει τον Ατλαντικό με ιστιοπλοϊκό. Από τη συμπεριφορά του εύκολα θα μπορούσε κανείς να μαντέψει πως ο Ντόναλντ έχει απόλυτη επίγνωση της ικανότητάς του να φέρνει εις πέρας αρκετά πράγματα. Τα πάντα, εκτός από τις επαγγελματικές του υποχρεώσεις. Οι επαφές του Ντόναλντ με άλλους ανθρώπους είναι μάλλον μετρημένες. Πράγματι, δεν νιώθει την ανάγκη να βασιστεί σε κάποιον. Απαξ και ο Ντόναλντ αποφασίσει να κάνει κάτι,

είναι σαν να το έχει ήδη κάνει, ανεξάρτητα από το πόσο χρόνο θα του πάρει ή πόσο δύσκολο μπορεί να είναι. Σπάνιες είναι οι φορές που αλλάζει γνώμη, ακόμα κι αν θα ήταν προτιμότερο να το έκανε.

Καταλαβαίνω πως δεν έχετε συναντήσει ποτέ τον Ντόναλντ με βάση όμως την παραπάνω περιγραφή, αν μπορούσατε να επιλέξετε μία λέξη που να τον περιγράφει, ποια θα ήταν αυτή;

Όταν κάναμε αυτή την ερώτηση σε κάποιους ανθρώπους, οι περισσότεροι περιέγραψαν τον Ντόναλντ με κάπως αρνητικό τρόπο. Πίστευαν πως ήταν ριψοκίνδυνος και λίγο φαντασμένος. Το να διασχίσει κανείς τον Ατλαντικό με ιστιοπλοϊκό είναι σε τελική ανάλυση αρκετά ριψοκίνδυνο και το γεγονός ότι έχει «απόλυτη επίγνωση της ικανότητάς του να φέρνει εις πέρας αρκετά πράγματα» δίνει την εντύπωση πως έχει μεγάλη ιδέα για τον εαυτό του. Άλλοι περιέγραψαν τον Ντόναλντ ως ισχυρογνώμονα (λόγω της απροθυμίας του να αλλάξει γνώμη) και κάπως απρόσιτο (επειδή δεν βασιζόταν σε κανέναν). Αναμενόμενο θα ήταν αν τον περιγράφατε κι εσείς εξίσου αρνητικά.

Τι θα συνέβαινε όμως αν σας είχα ζητήσει να απομνημονεύσετε μια λίστα με διαφορετικές λέξεις; Αν, αντί της προηγούμενης λίστας, σας είχα ζητήσει να απομνημονεύσετε μια εντελώς διαφορετική ομάδα λέξεων; Η περιγραφή του Ντόναλντ θα ήταν η ίδια, όμως η λίστα των λέξεων προς απομνημόνευση θα ήταν διαφορετική. Θα άλλαζε άραγε η άποψή σας για τον Ντόναλντ;

*Φυσικά και όχι, θα απαντούσατε. Η λίστα με τις τυχαίες λέξεις δεν συνδέεται κατά κανέναν τρόπο με τον Ντόναλντ. Είναι παντελώς άσχετη.* Εφόσον η περιγραφή του Ντόναλντ θα παρέμενε η ίδια, την ίδια γνώμη θα σχηματίζατε γι' αυτόν.

Όμως, θα κάνατε λάθος.



Όταν ζητήσαμε από μια άλλη ομάδα ανθρώπων να απομνημονεύσουν λέξεις όπως «περιπετειώδης», «σίγουρος για τον εαυτό του», «ανεξάρτητος» και «επίμονος» προτού διαβάσουν την περιγραφή για τον Ντόναλντ, εκείνοι σχημάτισαν διαφορετική άποψη γι' αυτόν. Ο Ντόναλντ φαινόταν πλέον πολύ καλύτερος τύπος. Αντί να θεωρήσουν το πέρασμα του Ατλαντικού ριψοκίνδυνο, οι ερωτώμενοι το θεώρησαν περιπετειώδες. Αντί να αξιολογήσουν την έλλειψη εξάρτησής του από τους άλλους ως χαρακτηριστικό ενός απρόσιτου ανθρώπου, τη θεώρησαν ένδειξη ανεξαρτησίας.

Ο ίδιος Ντόναλντ αξιολογήθηκε με εντελώς διαφορετικό τρόπο. Γιατί συνέβη αυτό;

Ακόμη κι όταν οι άνθρωποι δεν το αντιλαμβάνονταν, το γεγονός ότι την ώρα που διάβαζαν την περιγραφή για το άτομό του σκέπτονταν διαφορετικές λέξεις επηρέασε τη γνώμη που σχημάτισαν γι' αυτόν. Οι λέξεις ενεργοποίησαν διαφορετικές έννοιες στον νου τους, οι οποίες με τη σειρά τους κατέκλυσαν την αντίληψή τους. Και όλα αυτά χωρίς οι ίδιοι να έχουν οποιαδήποτε επίγνωση για κάτι τέτοιο. Όλα χάρη στη δύναμη της μη συνειδητής επίδρασης.

### *Αόρατη επίδραση*

Το βιβλίο αυτό πραγματεύεται τους απλούς, ανεπαίσθητους και συχνά απροσδόκητους τρόπους με τους οποίους οι άλλοι επηρεάζουν τη συμπεριφορά μας.

Όταν οι άνθρωποι συλλογίζονται την επιστήμη, έχουν την τάση να φέρνουν στον νου τους τη φυσική ή τη χημεία: δοκιμαστικούς σωλήνες, μικροσκόπια και μόρια που περιστρέφονται για να σχηματίσουν τη διπλή έλικα· εργαστήρια με ανθρώπους που φορούν λευκές ποδιές και μαυροπίνακες γεμάτους με ορنيθοσκαλίσματα εξισώσεων, που θυμίζουν καλλιγραφία

Αρειανού· έννοιες που θα πρέπει να είσαι... τουλάχιστον πυρηνικός φυσικός για να τις καταλάβεις.

Η επιστήμη όμως δεν λαμβάνει χώρα μόνο σε εντυπωσιακά εργαστήρια. Συμβαίνει παντού γύρω μας, καθημερινά.

Πήραμε πιο ριψοκίνδυνες αποφάσεις γιατί κάποιος μάς χτύπησε ενθαρρυντικά στον ώμο. Ονομάσαμε την κόρη μας Μία επειδή ονόματα όπως το Μάντισον και το Σοφία υπήρξαν προσφάτως δημοφιλή. Ακόμα και ξένοι, ή άνθρωποι που δεν τους έχουμε συναντήσει ποτέ μας, ασκούν εντυπωσιακή επίδραση στις κρίσεις και τις αποφάσεις μας: η στάση μας απέναντι σε μια οικονομική πολιτική αλλάζει ριζικά ανάλογα με το αν μας πουν ότι υποστηρίζεται από τους Δημοκρατικούς ή τους Ρεπουμπλικάνους (ακόμη κι αν η πολιτική είναι ίδια και στις δύο περιπτώσεις).

Όπως τα άτομα της ύλης που αναπηδούν όταν συγκρούονται μεταξύ τους, έτσι και οι κοινωνικές μας αλληλεπιδράσεις διαμορφώνουν διαρκώς το ποιοι είμαστε και το τι κάνουμε. Η επιστήμη αυτή, η κοινωνική, ορίζει τα πάντα: από το πώς πήρατε το όνομά σας μέχρι το πώς καταλήξατε να αγοράσετε αυτό το βιβλίο.

Η κοινωνική επίδραση, ωστόσο, δεν μας κάνει μόνο ίδιους με τους άλλους. Όπως συμβαίνει με τους μαγνήτες, οι άλλοι μπορούν να μας ελκύουν αλλά και να μας απωθούν.

Κάποιες φορές συμμορφωνόμαστε με τους άλλους ή τους μιμούμαστε. Σε άλλες όμως περιπτώσεις διαφοροποιούμαστε ή αποφεύγουμε πράγματα επειδή ακριβώς τα κάνουν κάποιοι άλλοι. Αν ο μεγαλύτερος αδελφός ή η αδελφή μας είναι οι έξυπνοι της οικογένειας, εμείς γινόμαστε οι αστείοι. Αποφεύγουμε να κορνάρουμε στην κίνηση γιατί δεν θέλουμε να είμαστε σαν κάτι τύπος.

Πότε όμως μιμούμαστε τους άλλους και πότε αποφεύγουμε να κάνουμε ό,τι κάνουν εκείνοι; Πότε μας δίνουν οι συνάδελφοί

μας το κίνητρο για να δουλέψουμε περισσότερο και πότε μας κάνουν να τα παρατάμε; Και τι σημαίνουν τελικά όλα αυτά για την ευτυχία, την υγεία, και την εργασιακή και οικογενειακή μας επιτυχία;

Στο βιβλίο αυτό θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε σε αυτά και σε άλλα ανάλογα ερωτήματα, καθώς θα εμβαθύνουμε στους μυριάδες τρόπους με τους οποίους οι άλλοι επηρεάζουν οτιδήποτε κάνουμε. Με τη βοήθεια μερικών εκπληκτικών συναδέλφων, έχω αφιερώσει πάνω από δεκαπέντε χρόνια στη μελέτη της επιστήμης της κοινωνικής επίδρασης. Με την ιδιότητα του καθηγητή στη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων Γουόρτον του Πανεπιστημίου της Πενσυλβάνια, έχω πραγματοποιήσει εκατοντάδες πειράματα, έχω αναλύσει χιλιάδες αγώνες και διαγωνισμούς, και έχω μελετήσει εκατομμύρια καταναλωτικές αγορές. Έχουμε εξετάσει τα πάντα: από το κατά πόσον η αγορά ενός καινούργιου αυτοκινήτου από τον γείτονά σας θα αυξήσει τις πιθανότητες να αγοράσετε κι εσείς ένα έως το κατά πόσον αυξάνει τις πιθανότητες να νικήσει μια ομάδα του NBA το γεγονός ότι βρίσκεται πίσω στο σκορ. Η *Αόρατη επίδραση* περιλαμβάνει τα πορίσματα για όλα τα παραπάνω, αλλά και δεκάδες ακόμη, επιχειρώντας να ρίξει φως στους κρυφούς παράγοντες που διαμορφώνουν την ανθρώπινη συμπεριφορά.

Το Κεφάλαιο 1 διερευνά την τάση μας να μιμούμαστε. Γιατί οι άνθρωποι συμφωνούν με τους άλλους, ακόμη κι όταν γνωρίζουν πως η απάντηση που δίνουν είναι λανθασμένη; Γιατί αυτό που για κάποιους είναι σόδα για κάποιους άλλους είναι αναψυκτικό; Πώς μπορεί η μίμηση να μας κάνει καλύτερους διαπραγματευτές; Και γιατί η κοινωνική επίδραση καθιστά δύσκολη την πρόβλεψη της επιτυχίας του *Χάρρυ Πόττερ*, αλλά και άλλων τεράστιων εισπρακτικών επιτυχιών, ακόμα και για τους ειδικούς της εκδοτικής βιομηχανίας;

Το Κεφάλαιο 2 μελετά το κίνητρο της διαφοροποίησης. Ενώ κάποιες φορές οι άνθρωποι παρασύρονται από το τι κάνουν οι άλλοι και ακολουθούν τα χνάρια τους, το ίδιο συχνά αλλάζουν πορεία μόλις κάτι παραγίνει του συρμού. Θα εξετάσουμε γιατί πολλοί αστέρες του αθλητισμού έχουν μεγαλύτερα αδέρφια, γιατί όλα τα μωρά μοιάζουν ίδια (εκτός κι αν είναι το δικό μας) και γιατί ορισμένοι άνθρωποι θέλουν να ξεχωρίζουν, ενώ άλλοι νιώθουν ευτυχείς όταν χάνονται στο πλήθος.

Στο Κεφάλαιο 3 αρχίζουμε να εξηγούμε πώς γίνεται να συνυπάρχουν τόσο αντίθετες μεταξύ τους τάσεις. Από το ποιοί είναι αυτοί οι άλλοι εξαρτάται εν μέρει το κατά πόσο θα τους μιμηθούμε ή θα κάνουμε κάτι διαφορετικό απ' αυτούς. Θα εξηγήσουμε γιατί τα ακριβά προϊόντα έχουν λιγότερα λογότυπα, γιατί οι εταιρείες πληρώνουν τους διάσημους για να μην φορούν τα ρούχα τους και γιατί οι άνθρωποι μπορεί να πληρώσουν 300.000 δολάρια για ένα ρολόι που δεν λέει καν την ώρα· γιατί το χρώμα του δέρματος επηρεάζει τη σχολική επίδοση και γιατί οι μικροί πράσινοι βάτραχοι είναι οι παραχαράκτες του ζωικού βασιλείου.

Το Κεφάλαιο 4 μελετά το αντιθετικό ζεύγος εξοικείωσης και καινοτομίας, καθώς και την αξία τού να είναι κάποιος ιδανικά διαφορετικός. Θα δούμε γιατί τα αυτοκίνητα που έχουν πρωτότυπη εμφάνιση κάνουν μεγαλύτερες πωλήσεις, τι κοινό έχουν οι κότες με τον τριακοστό πρόεδρο των Ηνωμένων Πολιτειών και γιατί οι τυφώνες επηρεάζουν τη δημοτικότητα των ονομάτων που δίνουμε στα μωρά μας. Γιατί μπορεί να βρίσκουμε ενοχλητικά τα έργα μοντέρνας τέχνης την πρώτη φορά που θα τα δούμε, αλλά μετά—αφού δούμε κάποιους πίνακες του Πικάσο και του Καντίνσκυ— αρχίζουν να γίνονται πιο ευχάριστα στο μάτι.

Το Κεφάλαιο 5 ρίχνει φως στον τρόπο με τον οποίο η κοινωνική επίδραση διαμορφώνει τα κίνητρα. Γιατί η παρουσία

άλλων ανθρώπων μάς κάνει γρηγορότερους στο τρέξιμο αλλά χειρότερους στο παράλληλο παρκάρισμα. Πώς μπορεί η παρατήρηση των γειτόνων μας να γίνει η καλύτερη ευκαιρία μας για να σώσουμε το περιβάλλον. Τι μπορούν να μας διδάξουν οι κατσαρίδες για τον ανταγωνισμό και γιατί οι επαγγελματικές ομάδες μπάσκετ που χάνουν στο ημίχρονο είναι πιθανότερο να νικήσουν τον αγώνα.

Μία μόνο τελευταία σημείωση προτού «βουτήξετε» στο βιβλίο.

Η επιστήμη που περιγράφεται εδώ μπορεί να εφαρμοστεί (και έχει όντως εφαρμοστεί) σε όλα τα είδη προβλημάτων της καθημερινής ζωής. Μπορεί να βοηθήσει τους ανθρώπους να βρουν τη φόρμα τους και να έχουν καλύτερες επιδόσεις στη δουλειά τους. Μπορεί να σώσει το περιβάλλον και να φέρει στη μόδα προϊόντα και ιδέες.

Καθώς θα διαβάσετε κάθε κεφάλαιο αυτού του βιβλίου, ελπίζω να ανακαλύψετε τρόπους για να εφαρμόσετε τις ιδέες του. Αν κατανοήσουμε την κοινωνική επίδραση, θα μπορέσουμε να βελτιώσουμε τη ζωή τη δική μας και των άλλων. Για να σας βοηθήσουμε σ' αυτό, στο τέλος κάθε κεφαλαίου θα συζητάμε καθημερινά προβλήματα που αντιμετωπίζουν συχνά οι άνθρωποι (και οι εταιρείες), καθώς και τους τρόπους με τους οποίους η κοινωνική επίδραση μπορεί να συμβάλει στην επίλυσή τους. Πότε είναι προτιμότερο να ακολουθούμε το πλήθος παρά να το αποφεύγουμε, πώς μπορούμε να αυξήσουμε τη δική μας επίδραση και με ποιον τρόπο μπορούμε να αξιοποιήσουμε τις ιδέες αυτές για πιο επιτυχημένες και ικανοποιητικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις;

Και τώρα, το ζητούμενο. Σε όλο το βιβλίο εξετάζουμε τους τρόπους με τους οποίους ασκείται η κοινωνική επίδραση στους ανθρώπους – πρόκειται για τρόπους που ενδεχομένως

δεν έχετε σκεφτεί ποτέ σας. Είναι δελεαστικό να διαβάσει κανείς μια τέτοια μελέτη και να θεωρήσει πως δεν τον αφορά. Σαφώς και οι άλλοι μπορεί να ακολουθούν σαν πρόβατα το κοπάδι, αλλά όχι εμείς.

Όσο όμως κι αν θεωρούμε πως η κοινωνική επίδραση δεν μας αγγίζει, κάνουμε λάθος. Γι' αυτό, σας παρακαλώ να είστε ανοιχτόμυαλοι. Αν κατανοήσουμε τη λειτουργία της, θα μπορέσουμε να δαμάσουμε τη δύναμή της προς όφελός μας.

Όλοι νομίζουμε πως είμαστε μοναδικοί μέσα σ' ένα κοπάδι από πρόβατα. Το κατά πόσον όμως είμαστε όντως μοναδικοί ή όχι, αυτό είναι μια άλλη ιστορία...