

Iluzije duha, podvale i manipulacija

Kurs: Zetetika

Profesor: dr Staša Vujičić Stanković

Nevena Miletić
Dobrivoje Vujović
Ana Mladenović
Veljko Seničanin

Marko Krsmanović
Ognjen Arsenijević
Aleksa Filipović
Nemanja Jokić

Iluzije duha

- Videli smo da se ne možemo osloniti na čula, kao i da koristeći verovatnoću ili logiku, subjekt može da bude naveden na pogrešan zaključak.
- Da li je i naš misaoni sistem podešen na takav način da generiše pogrešne predstave (slike, utiske, itd.)?
- Sta nam je potrebno za iluziju duha?
 - malo psihologije
 - malo grešaka u zaključivanju
 - znanje o funkcionisanju memorije...



Primer

- Secate li se kada vas je kao dete ujeo pas?
- Kako je izgledao?
- Kako je se to dogodilo?
- Pokusajte da opišete!
- Da li se stvarno to desilo?



dejà vu

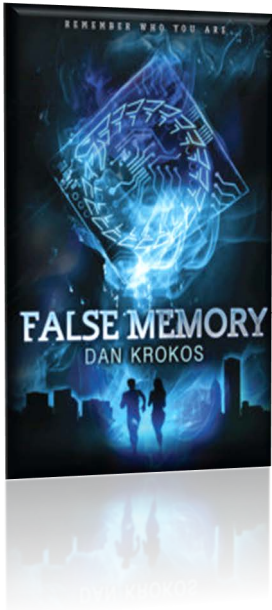


Déjà-vu - osećanje prepoznavanja i poznatosti neuobičajene ili sasvim nove situacije.

- iskustvo doživljava 7-oro od 10 ljudi
- hipoteze:
 - premor
 - modifikacija brzine prenosa između neurona
 - prekid u neprekinutoj percepciji
 - nesvesno aktiviranje bliskosti jedne opšte scene
 - metempsihoza - Segan - reinkarnacija



Najčešće iluzije duha



- Kognitivne iluzije
 - Lažne uspomene
 - Déjà vu
- Podvale
- Manipulacije



Podvale



- Šta je podvala?
- **Odgovor:** Podvala je sredstvo kojim neko pokušava obmanuti nekoga širenjem lažnih ili zavaravajućih informacija.



Podvale u istoriji

- Podvale od davnina
- Ilijada i trojanski konj
- Tiberije i slonovi
- Podvale danas





Vrste podvala



- **Internet** podvale (npr. prevara nigerijskog princa, lažne vesti na Facebooku)
- **Naučne** podvale (npr. Piltdown Man, Hladna fuzija)
- **Istorijske** podvale (npr. Hitlerov dnevnik, Kardifski džin)
- **Političke** podvale (npr. emisija "Rat svetova", Birtherizam)



FAKE
NEWS

Internet podvale



- Podvale putem interneta I društvenih mreža
- Phishing
- Lažne vesti
- Nigerijski princ



randomzrtva@gmail.com

Prevara Nigerijskog princa

Poštovani [...]

Moj cilj je stupiti u kontakt sa Vama radi zajedničkog poslovnog poduhvata koji bi bio od koristi i za vas i za mene. Ja sam princ Salman bin Hamad Al Khalifa iz Nigerije, naslednik sam velike porodice koja je nekad posedovala velika zemljišta u našoj zemlji.

Nažalost, kao što možda znate, u našoj zemlji se dogodio politički prevrat i naša porodica je izgubila većinu svoje imovine. Međutim, nedavno smo otkrili da je moj pokojni otac ostavio za sobom značajnu sumu novca u banci u inostranstvu, a ja sam jedini naslednik tog novca.

Međutim, zbog političkih previranja u našoj zemlji, ne mogu pristupiti tom novcu bez pomoći nekoga iz inostranstva. Zbog toga Vas kontaktiram - želim Vam ponuditi da mi pomognete da prebacim novac na Vaš bankovni račun u inostranstvu, a kao nagradu za Vašu pomoć, ponudiću Vam veliki deo novca.

Molim Vas da mi što pre odgovorite ako ste zainteresovani za ovaj posao i da mi pružite informacije o Vašem bankovnom računu kako bismo počeli s transakcijom. Molim Vas da se ne brinete o zakonitosti ovog posla - sve će biti urađeno u skladu sa zakonima Nigerije i međunarodnim finansijskim propisima.

Hvala Vam na vašem vremenu i nadam se uspešnoj saradnji.

S poštovanjem,
Princ Salman bin Hamad Al Khalifa

Пошаљи



Naučne podvale

- Naučne podvale nisu retke i mogu se desiti u raznim oblastima nauke.
- Obuhvataju falsifikovanje podataka, plagijarizam, manipulisanje rezultatima istraživanja, a ponekad i izmišljanje celih istraživanja.
- Razlozi za naučne prevare mogu biti različiti, uključujući želju za novcem, slavom ili uticajem, kao i pritisak da se postignu rezultati.
- Naučni svet obično ima stroge procedure za otkrivanje i sprečavanje naučnih prevara, uključujući etička pravila, sistem nadzora i provere, i mehanizme za prijavljivanje i kaznjavanje prevara.



Primeri naučnih podvala

- Piltdaunski čovek (Charles Dawson)
- Hwang Woo-Suk i kloniranje
- [Cold Fusion](#)

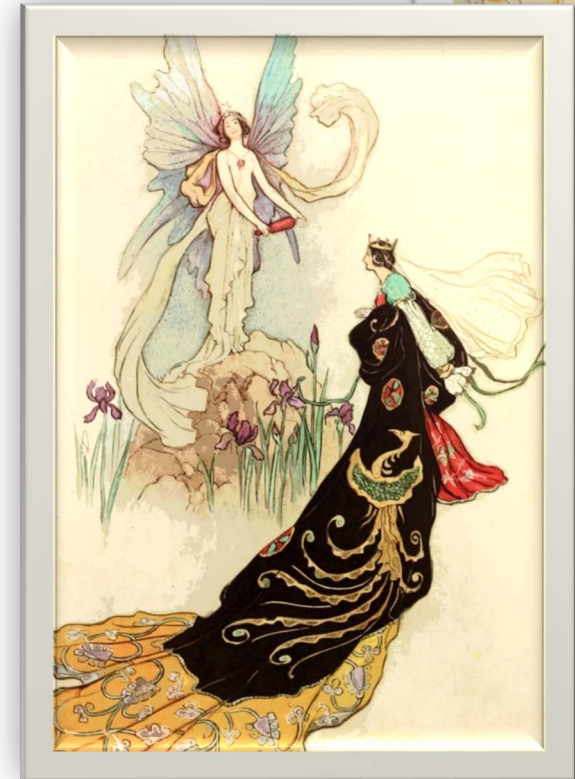
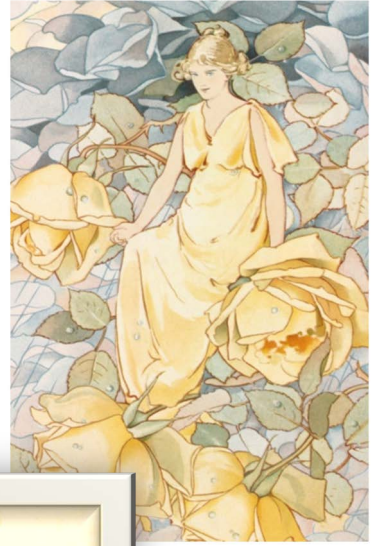


Istorijske podvale

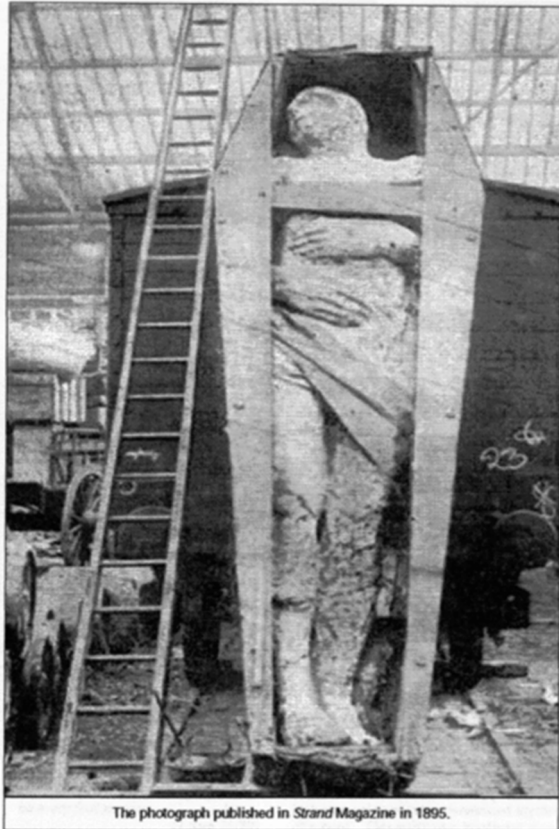
- Istorijske podvale postoje već vekovima i varale su ljude iz svih sfera života.
- Istorijske podvale uključuju lažne artefakte, lažna otkrića i slične vrste prevara.
- Primeri istorijskih podvala uključuju vile iz Kotinglija i Kardifskog džina.

Vile iz Kotinglija

- Vile iz Kotinglija (engl. "Cottingley Fairies") su bile navodno vile koje su 1917. godine fotografisale dve devojčice iz Engleske.
- Fotografije su postale popularne i privukle pažnju javnosti i naučnika.
- Kasnije se ispostavilo da su fotografije bile lažne i da su vile bile kartonski iseći.



Kardifski džin



- Kardifski džin bio je navodni fosil pronađen u Njujorku 1869. godine.
- Bio je toliko velik da su ljudi verovali da je pripadao divovskoj ljudskoj rasi.
- Kasnije se otkrilo da je to bio prevarantski trik, a fosil je napravljen od tela čoveka i različitih životinjskih delova.

Političke podvale

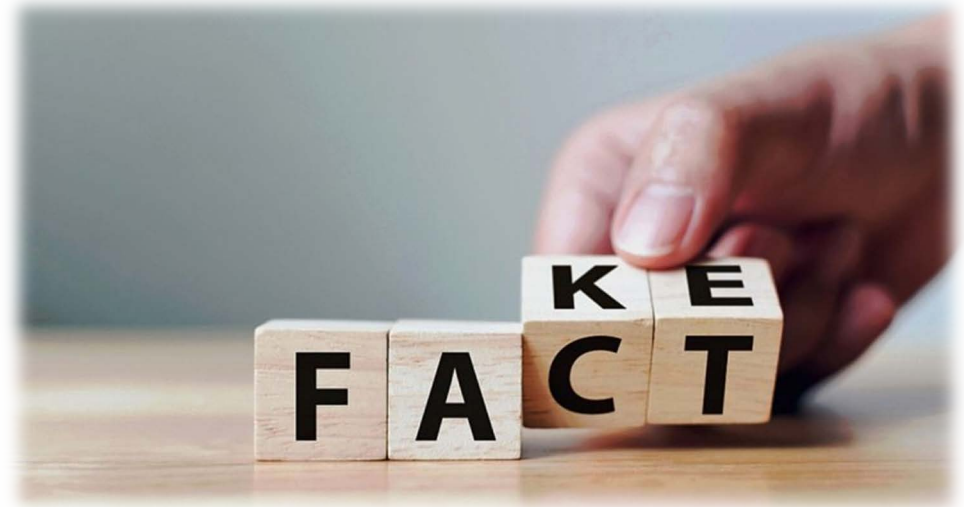
- Politika je područje koje često privlači prevare i manipulacije
- Lažne izborne kampanje i lažni kandidati su neke od najčešćih političkih prevara
- Često se koristi dezinformacija, spinovanje i lažne vesti kako bi se manipuliralo javnim mnjenjem
- Primer: Afera Watergate



Karakteristike podvala

Sta je zajednicko svim navedenim podvalama?

- Obmanjujuće su
- Izmišljene
- Brzo se šire
- Svršishodne
- Obično budi otkrivene



Šta ih čini uspešnima?



- Emocionalna privlačnost
- Senzacionalizam
- Pozivanje na autoritet
- Manjak proverljivih dokaza
- Korišćenje poverenja ili straha



Manipulacija

- **Manipulacija** = postupak koji se koristi kako bi se neko naveo da učini nešto, obično putem prikrivenih ili nepoštenih sredstava, kao što su iskorišćavanje ljudskih slabosti
- Ova tehnika se često koristi u interpersonalnim, poslovnim i političkim interakcijama, prodaji, reklamama i medijima
- Manipulacija može biti pozitivna, na primer u motivaciji, edukaciji i inspiraciji, ali i negativna sa ozbiljnim posledicama

Važno je prepoznati manipulativne tehnike i naučiti kako se nositi sa njima.

ZAŠTO SE MANIPULIŠE?

Postoje mnogi razlozi za manipulisanje, uključujući želju za kontrolom, postizanje ciljeva ili dobijanje prednosti u odnosima sa drugima. Manipulatori često koriste trikove poput laži, ucena ili prikrivenih pretnji kako bi postigli svoje ciljeve.

KAKO PREPOZNATI MANIPULACIJU?

Postoji nekoliko znakova koji ukazuju na manipulaciju, uključujući osjećaj krivice, straha ili neprijatnosti nakon interakcije s drugom osobom, osećaj da vas druga osoba koristi za svoje potrebe, ili da ste bili prisiljeni da donesete odluku protiv svoje volje.

Cialdini

- Robert Cialdini je američki psiholog, autor i profesor psihologije i marketinga na Univerzitetu u Arizoni
- Njegova knjiga "**Influence: The Psychology of Persuasion**" (1984), postala je bestseler i smatra se ključnim delom u proučavanju psihologije persuazije.

<https://www.influenceatwork.com/>



Šest principa persuazije koje je opisao Robert Cialdini

- ❖ **Reciprocitet:** sklonost da uzvratimo uslugu i da tretiramo druge onako kako su nas tretirali.
- ❖ **Autoritet:** verovanje u kredibilitet i ekspertizu autoritativnih figura.
- ❖ **Socijalni dokaz:** sklonost da se prilagodimo ponašanju drugih u sličnoj situaciji.
- ❖ **Doslednost:** želja da uskladimo svoje postupke sa svojim uverenjima i vrednostima.
- ❖ **Simpatija:** sklonost da nas utiču ljudi koje volimo i nalazimo privlačnim.
- ❖ **Raritet:** percepcija da je nešto vrednije ako je retko ili u ograničenoj količini.

Šest principa persuazije koje je opisao Robert Cialdini

1. Uloga autoriteta u sprovođenju zakona ili u prodaji
2. Društveni dokaz u marketingu ili prikupljanju sredstava za humanitarne svrhe
3. Nestašica (retkost) u prodaji ograničenog izdanja ili sezonskih proizvoda
4. Koherentnost i angažovanje u pregovorima ili političkim kampanjama
5. Reciprocitet u odnosima sa klijentima ili partnerima
6. Simpatija i privlačnost u zabavnoj industriji ili politici

1. Reciprocitet

1. Ljudi imaju tendenciju da uzvrate uslugu kada im se učini nešto dobro.
2. Reciprocitet je moćan alat za povezivanje sa drugima.
3. Budite pažljivi kome i kada pružate usluge, jer se one obično vraćaju.



Čokolada i bakšiš



- **uslovi eksperimenta:**

- u restoranu, kelner donosi, uz račun, čokoladu, ili samo račun u kontrolnom slučaju

- **rezultat:**

- bakšiš ide od 15 do 18% po računu
- ako kelner donese još čokolade, napojnica se povećava
- „pažljiv“ i prijateljski stav se, dakle, plaća





Varijante



- besplatni uzorci
- štandovi za degustaciju
- ako ste došli samo da „pogledate“, a prodavac vam posveti vreme da objasni gomilu stvari relevantnih za odlučivanje, osećate se obaveznim da nadoknadite trud koji je uložio
- komplimenti prodavačice za model koji vam tako dobro stoji



SALE

Lažni ustupak

- *Da li biste bili voljni da pravite društvo zatvorenicima 4h nedeljno tokom godinu dana?*
- *Ne.*
- *Dobro, ali da li biste pristali da u subotu popodne delite letke po vašem kraju?*
- *Da!*

Neprihvatljiv zahtev (ako prođe, super!) za kojim sledi pravi zahtev koji bi verovatno bio odbijen bez ove manipulacije.

Varijante

- prikazivanje zahteva u opadajućem redosledu po važnosti
- metode prodaje: predložiti prvo najskuplji model
- više faktora u igri:
 - fasciniranost luksuznim modelima
 - kupljeni model treba da nalikuje na skuplji model
 - trud koji je prodavac uložio

Odbrane

- protiv „medenih“ prodavaca:
 - pomislite da se ne trudi da bi vama pričinio zadovoljstvo, već da mora da smanji zalihe
- protiv besplatnih poklona/uzoraka:
 - ne prihvatiti
 - uzeti zaista mnogo 😊
- protiv lažnih ustupaka:
 - zapitati se da li je to zaista ustupak ili se radi opet o koristi

2. Angažman i koherentnost

- Kognitivna disonanca:
ljudska bića nastoje da budu konzistentna, usklađena
- Racionalizacija postupaka:

Ako sam glasao za X-a, a X pravi budalaštine, pronaći ću mu kvalitete koji ga brane i onima koji su glasali za Y (pripadanje grupi)

Teorija angažmana

- ❖ Teorija angažmana je teorija koja objašnjava kako ljudi postaju angažovani i motivisani da se uključe u neku aktivnost.
- ❖ Teorija se sastoji od tri ključna elementa: kognitivne disonance, javno obvezivanje i stvaranje odnosa.

Teorija angažmana

- Kognitivna disonanca je neravnoteža između naših uverenja i našeg ponašanja, što nas motiviše da se ponašamo na način koji odgovara našim uverenjima.
- Javno obvezivanje se odnosi na naše odluke koje smo javno objavili, a koje nas obavezuju da se držimo tih odluka i učinimo sve kako bismo ih ostvarili.
- Stvaranje odnosa se odnosi na izgradnju odnosa s drugim ljudima koji dele naše vrednosti i ciljeve, što nas motiviše da se više angažujemo u aktivnostima koje su povezane s tim odnosima.

Super novogodišnja igračka

- Tata je obećao neku igračku za Novu godinu detetu
- U radnjama je nema više
- Tata mu kupuje drugu igračku
- 31. decembra dete plače: „Tata, obećao si!“
- U januaru: radnje su ponovo snabdevene tom igračkom, ali je sada skuplja!
- Nema veze, tata je obećao...

Preobraćanje vojnika

(Američko iskustvo iz Korejskog rata)

Kako navesti zatvorenike da izdaju domovinu?

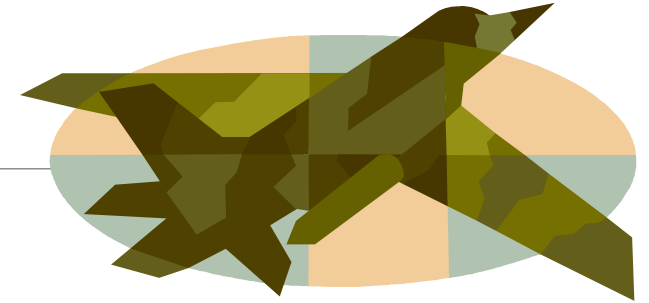
1. tražiti od zatvornika da naglas izgovori skoro beznačajne stvari:
nije baš sve savršeno u mojoj zemlji!
2. materijalizovati ovo na papiru
3. tražiti od zarobljenika primere koji potkrepljuju izgovoreno, npr:
istina je da je velika nezaposlenost!

Preobraćanje vojnika

4. organizovati takmičenje na kome treba napisati nešto malo loše o svojoj zemlji za smešne nagrade (cigare, voće, itd)
 - žrtve ne mogu da kažu da su to uradile da bi dobile nagradu!
5. javno iskoristiti ove izjave
 - kako kaže pukovnik X, ...



Preobraćanje vojnika



- Zašto ovo funkcioniše?
- Dela učinjena pod pritiskom ne obavezuju:
 - čitanje terorističkog teksta od strane talaca
 - plaćeni učesnik je manje angažovan nego dobrovoljac
- ali, ako nema pritiska, jedini način da se opravda izrečeni stav je da se takav stav interiorizuje!

(unošenje spoljašnjih operacija i socijalnih odnosa u ličnost)

Mamac

Promocija cipela marke X

- Dobar dan, hteo bih par cipela X
- Žao mi je, ali nemamo ih više. Imamo zato anti-cipele Y koje veoma liče.. (a naravno, Y su skuplje od X...)
- modifikovati uslove tokom razgovora:
Kupac upada u mašinu kada uđe u radnju i pristane na odstupanje od prvobitnog cilja.



3. Socijalni dokaz

... ili ugledanje

- tražimo da prepoznamo mišljenje drugih da bismo utvrdili vlastito
- ovo je osnovni princip propagande i reklamnog aparata
- primeri:
 - smeh iz konzerve
 - svedočenje o proizvodu X



Lažni reper

- postaviti prividnu repernu tačku
- primeri:
 - kelner koji ostavlja visoke napojnice na šanku
 - kutije za dobrotvorne svrhe u bankama
 - X koji kaže: „dajte šta hoćete, ali ljudi obično ostavljaju 20 evra“
 - ako 10 osoba gleda u nebo, i svi ostali će to da urade...

Lažni reperi

- stvarajući lažnu normalnost i lišavajući subjekte drugih repera, možemo ih navesti na dela koja su naizgled nerazumljiva
- česti fenomeni u sektama:
 - kolektivno samoubistvo (Jonestown, 1978)
 - kriminalna praksa (scientologija - prekomerne sume novca, utaje: priznanja Stivena Fišmena, ...)
 - itd.

Afera Đenoveze

1964. u Njujorku je ubijena Kiti Đenoveze dok se vraćala s posla kući. Ubistvo je trajalo 1h 30 min!

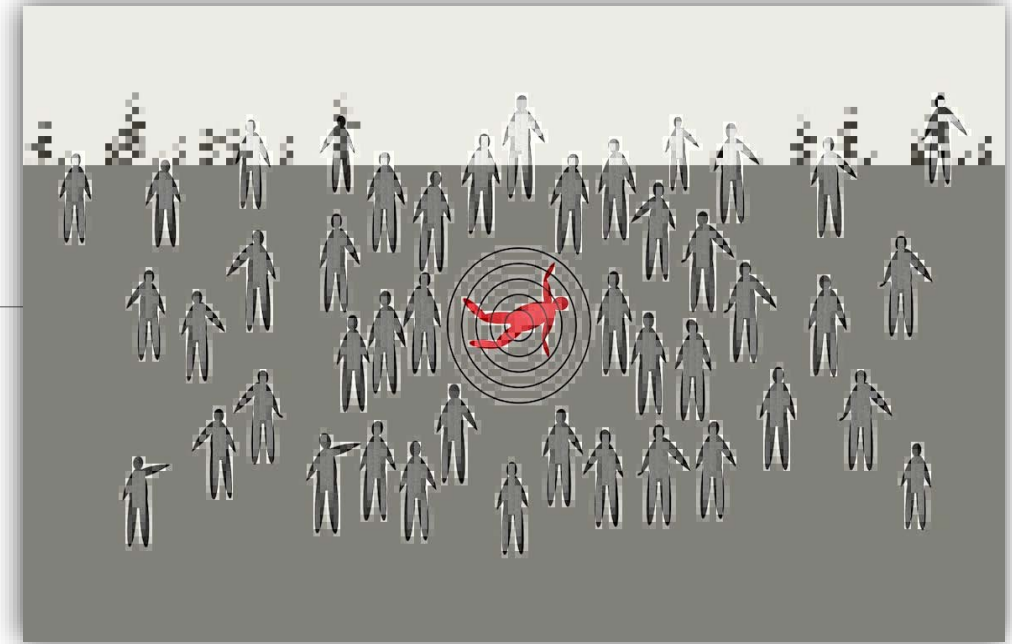
Ubica je udarao, silovao, napuštao i sedao u kola, ponovo se vraćao, a onda je konačno zadao smrtonosne udarce.

Celu scenu je, iza zatvorenih prozora, pratilo 38 svedoka ali **niko nije pozvao policiju!**

Ovaj slučaj postao je poznat kao "**efekat svedoka**" - ljudi su pretpostavili da će neko drugi reagovati i da nisu odgovorni za pomoć žrtvi.



Afera Đenoveze



- ispravan odgovor je:
 - niko nije mrđnuo **jer** je bilo 38 svedoka!
- difuzna odgovornost:
 - svako u grupi smatra da će neko drugi učiniti neophodno!
- u takvoj situaciji, reakcija izolovane osobe je razumljiva jer nema reper

4. Simpatija



- moćni mehanizam koji sprečava da se kaže **NE**
- Preporuka prijatelja je čest primer za simpatiju, jer ljudi imaju tendenciju da veruju i prihvataju savete od ljudi koje poznaju i kojima veruju.
- Ovo se često koristi u marketingu, gde kompanije koriste influencersere i ambasadore brenda koji imaju veliki broj pratilaca na društvenim mrežama da promovišu njihove proizvode ili usluge.

-
- U eksperimentu su studenti bili podeljeni u dve grupe.
 - U prvoj grupi, istraživači su poslali pismo studentima u kojem su im zamolili da učestvuju u istraživanju o mentalnim sposobnostima.
 - U drugoj grupi, istraživači su poslali isto pismo, ali su dodali da su neki studenti već učestvovali u istraživanju i da su rekli da im je bilo veoma zanimljivo.
 - Rezultati su pokazali da su studenti iz druge grupe bili znatno skloniji da učestvuju u istraživanju, verovatno zbog socijalnog dokaza i simpatije prema studentima koji su već učestvovali.

Forsiranje simpatije

- Namerno traženje zajedničkih interesovanja sa osobom, pokušavanje da se uđe u njen emotivni prostor, komplimentiranje i oponašanje njenih manira i govora tela.
- fizički aspekt:
 - *lepota, odeća, dostojanstvenost, itd.*
- sličnost:
 - *zajedničke tačke između vas i prodavca*
(imam isto takav kod kuće, i ja navijam za Zvezdu, Potocki mi je omiljeni pisac, itd.)
- komplimenti:
 - *imate istančan ukus, to se odmah vidi...*
- familijarnost

5. Autoritet

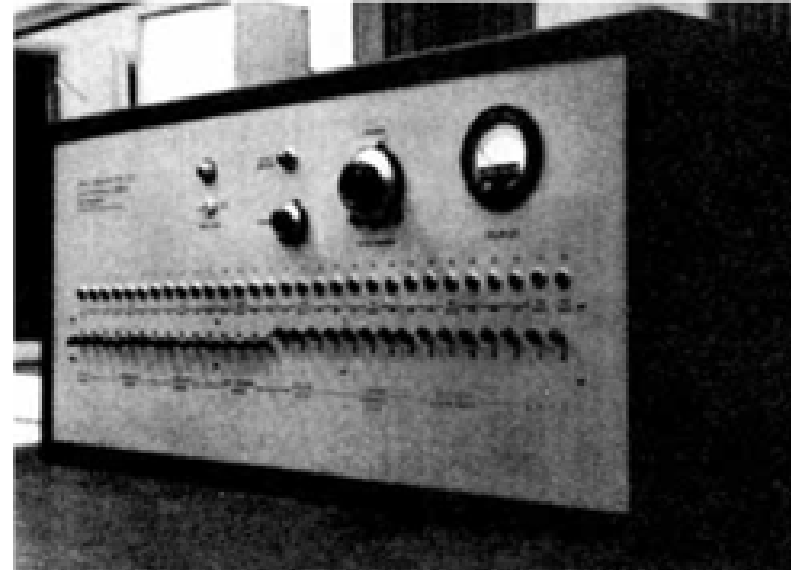
Milgramov eksperiment

Prosečna dnevnicu u to doba: 25 USD



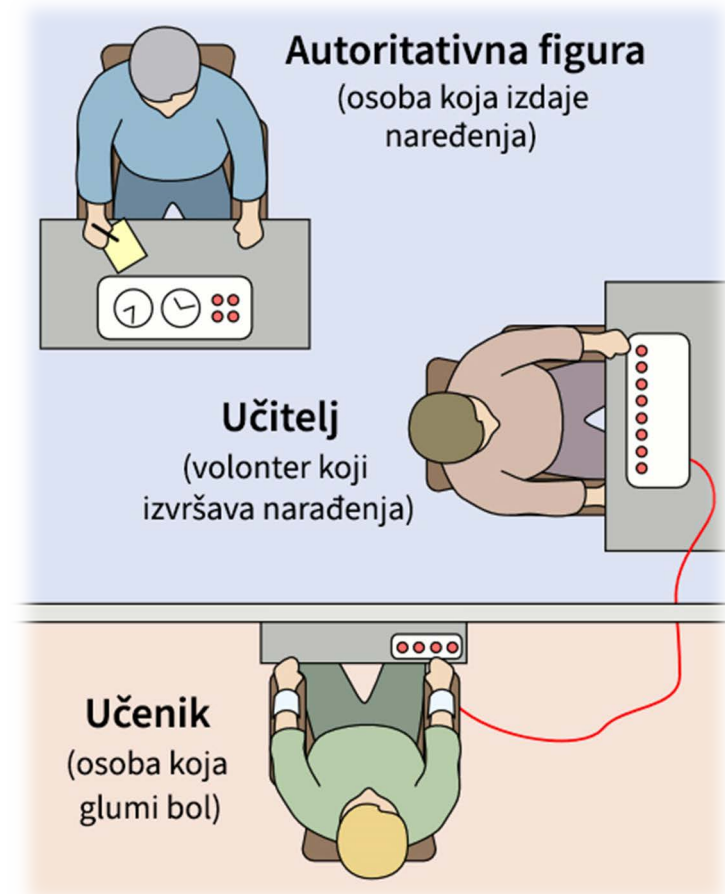
Autoritet

Eksperiment Stenlija Milgrama



Autoritet

- Dodaje se po 15V
 - 135V – učenik vrišti
 - 170V – učenik preklinje da ga oslobode
- Ako subjekt okleva Autorativna figura nalaže:
- *Budite ljubazni da nastavite.*
 - *Eksperiment mora da se nastavi.*
 - *Apsolutno morate nastaviti.*
 - *Nemate izbora. Morate nastaviti.*
- oko 65% subjekata u različitim varijantama eksperimenta je išlo skoro do 400V!



Autoritet

Kako objasniti da normalni ljudi dolaze u situaciju da zadaju smrtonosne šokove?

Telefonski eksperiment

- istraživač, koji se predstavlja kao doktor, preko telefona nalaže medicinskoj sestri da pacijentu ubrizga skoro smrtonosnu dozu leka!
- 4 sumnjive stvari
 - nelegalan postupak
 - lek još nije autorizovan
 - doza leka je preterana
 - ime „doktora“ nije poznato
- **IPAK rezultat: poslušnost u 95% slučajeva!**

Odelo čini čoveka

- prelaz preko ulice neopreznog pešaka:
 - pešak u besprekornom odelu bolje prolazi nego pešak u plavom radničkom kombinezonu
- čekanje na zeleno svetlo:
 - sportskim kolima i džipovima se manje trubi!

-
- nikada ne oklevajte da proverite informaciju:
 - da li je reč o legitimnom autoritetu?
 - čak i kada je legitiman, pitati se da li su naređenja prihvatljiva:
 - greška je uvek moguća (pogrešno naređenje)
 - mogućnost zlonamernog naređenja (korumpirani policajac, tiranin u porodici)

6. Retkost

- *Što je retko, skupo je!*
- Strah da se ne propusti nešto što je možda važno!

Nedostupnost nečega uvećava želju
da se to dobije!

Jedinstvena prilika

- Dati izbor, ali odluka treba da se donese za kratko vreme:
 - Prodaću vam ova kola za 8.000€, ali imam mušteriju koja dolazi u 16h
- Učiniti da klijent poveruje da posao treba da sklopi odmah ili ga neće sklopiti nikada

Gubitak slobode

- privlačnost zabranjenog ili na neki način lošeg: sindrom Romea i Julije
- da biste nešto učinili privlačnim, dovoljno je da ga odbacite

HVALA NA PAŽNJI!