

هیچ کس احمق نیست

اما چرا همه فریب می خورند؟

نویسنده: دانیل سایمونز و کریستوفر شابریس

مترجم: ساحل ایجازی



سرشناسه	:	هیچ کس احمق نیست، دانیل سایمونز و کریستوفر شابریس
عنوان و نام پدیدآور	:	هیچ کس احمق نیست، Daniel Simons- Christopher F. Chabris
مترجم	:	ساحل ایجازی
ویراستار	:	ابراهیم مقتصدی
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات ۳۶۰ [سیصد و شصت] درجه، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	:	۳۰۶ صفحه، ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۵۵۵۸-۳۱-۱
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیا
یادداشت	:	افست
موضوع	:	روان‌شناسی
موضوع	:	توسعه‌ی فردی
شناسه افزوده	:	انتشارات سیصد و شصت (۳۶۰) درجه، مترجم

شناسنامه کتاب

هیچ کس احمق نیست
ناشر: ۳۶۰ درجه
نویسنده: دانیل سایمونز و
کریستوفر شابریس
مترجم: ساحل ایجازی
نوبت چاپ: اول ۱۴۰۳
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
چاپ و صحافی: گام اول



 @360pub
 360pub
 www.360pub.ir
 تهران ۱۳۱۴۵-۵۸۷
 ۰۲۱-۶۶۹۸۹۵۰۳

کلیه حقوق این اثر برای انتشارات محفوظ است.

تقلید، تکثیر، انتشار و ذخیره‌سازی تمام یا بخشی از این اثر به هر شکل (چاپی، الکترونیکی و...) و با هر هدف بدون مجوز از ناشر، غیرقانونی و قابل پیگرد است.

فهرست

۷.....	«پیش گفتار ناشر».....
۹.....	مقدمه.....
۱۶.....	مشکوک ماندن.....
۱۹.....	چپ‌چیز باعث می‌شود ما بیش از حد بپذیریم؟.....
۲۱.....	فریب هرروزه.....
۲۵.....	عادت‌ها و قلاب‌ها.....
۲۹.....	فصل اول - توجه کردن
۲۹.....	درباره آن چه مفقود شده، فکر کن.....
۳۷.....	چگونه تمرکز ما را گمراه می‌کند.....
۴۱.....	آبراهام والد کجاست؟.....
۴۹.....	شبکه احتمالات.....
۵۸.....	وقتی فقدان، مدرک است.....
۶۳.....	فصل دوم - پیش بینی
۶۳.....	منتظر غافلگیری باش.....
۷۰.....	استدلال مبتنی بر انتظار.....
۷۶.....	دیدن چیزی که انتظار داریم ببینیم.....
۷۹.....	از علم آشفتگی تا آشفتگی علمی.....
۸۳.....	جعل اطلاعات در مورد اطلاعات جعل شده.....
۸۵.....	این مشکوک است.....
۸۷.....	"یک" تنهاترین عدد نیست.....
۹۱.....	چه چیزی انتظارات را بیشتر می‌کند.....
۹۳.....	فصل سوم - تعهد
۹۳.....	زمان ساختن فرضیه، مراقب باش!.....
۹۵.....	اثر ماندلا.....

۱۰۰.....	فرضیه‌ها در مقابل تعهدات.....
۱۰۳.....	اندازه‌گیری ارزش تعهد.....
۱۰۵.....	تعهدات شکننده.....
۱۰۸.....	عدم توجه به فرضیات درون سرتان.....
۱۱۱.....	اعتماد و اطمینان.....
۱۱۲.....	تعهدات روزمره.....
۱۲۵.....	فصل چهارم - کارایی.....
۱۲۵.....	سوالات بیشتری بپرس.....
۱۳۰.....	خصوصیات پنهان شده.....
۱۳۶.....	فریب گرایی انتزاعی.....
۱۴۲.....	ارکستر جعلی که وجود خارجی نداشت.....
۱۴۷.....	رسیدها را به من نشان دهید.....
۱۵۱.....	انجام کار.....
۱۵۵.....	پرسش‌ها و طفره رفتن‌ها.....
۱۶۱.....	باز شدن درها.....
۱۶۳.....	از عادت‌ها به قلاب‌ها.....
۱۶۷.....	فصل پنجم - ثبات.....
۱۶۷.....	ارزش نویز را درک کن.....
۱۷۰.....	صاف و نرم مثل کره.....
۱۷۵.....	وقتی که با زمان رو در رو می‌شوید.....
۱۷۸.....	زودباش، نویز را احساس کن.....
۱۸۱.....	نوک زبان.....
۱۹۲.....	عدم تعادل.....
۱۹۷.....	فصل ششم - آشنایی.....
۱۹۷.....	درباره آن چه فکر می‌کنی میدانی، تردید کن.....
۲۰۶.....	نظرات جعلی در مورد اخبار واقعی.....
۲۰۸.....	حقیقت تولید شده.....
۲۱۰.....	نشانه‌های قابل اعتماد بودن.....
۲۱۵.....	کلاهبرداری فیشینگ.....
۲۱۹.....	تخطی از مرزها.....

.....	آشنایی زدایی	۲۲۲
.....	فصل هفتم - دقت	۲۲۷
.....	مقیاس های مناسبی اتخاذ کن	۲۲۷
.....	تمسخر دقیق	۲۲۹
.....	عینیت و دقت	۲۳۲
.....	این ها به ۴ نمیرسند	۲۳۵
.....	دقت باور نکردنی	۲۳۷
.....	گمراه شدن با مدل ها	۲۴۰
.....	نظرسنجی های به طرز باور نکردنی دقیق	۲۴۲
.....	وقتی پاسخ ها صراحتا اشتباه هستند	۲۴۶
.....	تله در برون یابی	۲۴۹
.....	مکعب گرایی	۲۵۲
.....	فصل هشتم - قدرت اثر	۲۵۷
.....	مراقب اثر پروانه ای باش	۲۵۷
.....	بازیهای رایانه ای پیری را درمان نمی کنند	۲۶۲
.....	زمینه سازی های مشکوک	۲۶۳
.....	در دست گرفتن گرما	۲۶۷
.....	آزمایش یانگمن	۲۷۷
.....	سخن پایانی	۲۸۳
.....	یک نفر احمق است	۲۸۳
.....	این فقط چرند و پرند است	۲۸۴
.....	تخصص در مقابل فریب	۲۸۷
.....	آنها به طور تصادفی سراغ شما می آیند	۲۹۱
.....	خبرگان در گزینش	۲۹۴
.....	طفره رفتن از انتخاب	۲۹۶
.....	هنگامی که پذیرش، بررسی را مغلوب می کند	۳۰۱

«پیش‌گفتار ناشر»

این‌جا یک دایره است؛ اگرچه شاید، نه یک دایره اقلیدسی.

این دایره می‌گوید بیا، در آغوش می‌گیرم. هرچه می‌خواهی نگاهم کن، مطمئن شو که مرکزی ندارم. بیشتر نگاه کن؛ هربار که، از هر طرف که ببینی‌ام، چیزی دیگرم؛ اما همیشه همان که اول بار دیده‌ای.

مرکز می‌تواند چیزهای مختلف باشد؛ می‌تواند نقطه، می‌تواند زیبایی، می‌تواند خاص، می‌تواند اکثریت، یا حتی می‌تواند حاشیه، حتی می‌تواند اقلیت باشد.

این دایره اما جیغ می‌کشد نه، مرکزی در کار نیست؛ من برای همه شما جا دارم. که هر متن یک زندگی‌ست؛ هر زندگی یک متن. این‌جاست که دریدا می‌نویسد:

«چیزی بیرون از متن وجود ندارد.»

مقدمه

"هر چند وقت یک بار، همه ما ممکن است فریب چیزی را بخوریم." جیمز ماتیس^۱، وزیر دفاع سابق آمریکا و ژنرال دریایی، به این شکل توضیح داد که چرا الیزابت هلمز^۲ و شرکت ترانوس^۳ او را ضمانت کرده، در هیئت مدیره شرکت خدمت کرده و تأییدیه درخشانی درباره شخصیت او به خبرنگاران و دیگران داده است.

ترانوس ادعا کرد دستگاه های آزمایش پزشکی مینیاتوری را توسعه ای انقلابی داده که فقط از چند قطره خون حاصل از خراش انگشت، برای انجام ده ها یا حتی صدها مورد سنجش مختلف استفاده می کند، که اکثر آنها به طور سنتی نیاز به لوله های خونی به دست آمده از بازو داشتند. بعد از این که به ماتیس گفتند این دستگاه ها در میدان جنگ کار خواهند کرد، او به زیردستان ارتش خود در افغانستان دستور داد تا این فناوری را آزمایش کنند. اما هیچ وقت، هیچ آزمایشی انجام نشد و وقتی که ترانوس شروع به ارائه خدمات به مصرف کنندگان کرد، آنها عمدتاً از تجهیزات حجیم ساخته شده توسط شرکت های دیگر به جای ماشین های جدید پر اشکالشان استفاده می کردند. شرکت در نهایت سقوط کرد؛ هلمز در یک محاکمه، مجرم شناخته شد و به خاطر کلاهبرداری از سرمایه گذاران، به بیش از یازده سال زندان محکوم شد.

اعتراف به فریب خوردن آسان نیست و ماتیس در این باره حق دارد که این اتفاق ممکن است برای بهترین های ما هم بیافتد. اما چیزهای بسیار بیشتری در آن وجود دارد. دنیا پر از افرادی است که می خواهند ما را فریب دهند. از طرح های پانزی وال استریت

1 James Mattis

2 Elizabeth Holmes

3 Theranos

گرفته تا کلاهبرداری‌های فیشینگ نیجریه، از متقلبان بازی شطرنج با کامپیوترهای مخفی تا کلاه‌برداران پل با سیستم‌های سیگنالینگ مخفی، از طعمه کردن روانی مخاطبان زودباور توسط افراد مدعی دارای قدرت ماوراء طبیعی تا کلاهبردان حیطة علوم که نتایجی را جعل می‌کنند که حتی همکارانشان هم، باور خواهند کرد تا جاعلان هنری و بازاریابان فریبکار، تله‌های فراوانی وجود دارد؛ اما، همه فریب‌های موفق یک چیز مشترک دارند: آن‌ها از نحوه عملکرد ذهن ما سوء استفاده می‌کنند.

هانس و فرانز^۱، شخصیت‌های برنامه زنده شنبه شب^۲ می‌گویند: "اکنون ما را بشنو و بعداً ما را باور کن." طعنه تکیه کلام آن‌ها این است که به‌طور پیش فرض، ما تا بعد برای باور کردن صبر نمی‌کنیم. انسان‌ها با "سوگیری حقیقت"^۳ عمل می‌کنند- ما تمایل داریم تصور کنیم آن‌چه می‌بینیم و می‌شنویم درست است مگر این که زمانی، شواهد روشنی بر ضد آن به‌دست آوریم. ما اکنون می‌شنویم، بلافاصله باور می‌کنیم، و فقط گهگاهی بعداً، به بررسی می‌پردازیم.

سوگیری حقیقت یک ویژگی است، نه یک اشکال. اکثر مردم بیشتر اوقات، با ایجاد گرایش منطقی و معقول نسبت به حقیقت، حقیقت را می‌گویند (یا حداقل عمداً دروغ نمی‌گویند). بدون داشتن این فرض مشترک که مردم عموماً حقیقت را می‌گویند، ما قادر نخواهیم بود در جوامع با هم زندگی کنیم، اقدامات خود را هماهنگ کنیم یا حتی مکالمات ساده‌ای داشته باشیم؛ اما سوگیری حقیقت نیز یک عامل فراگیر است که نقش مهمی در هر شیادی، کلاهبرداری و فریب دارد. این یک پیش‌نیاز برای تقریباً هر عمل فریبکارانه‌ای است، و وقتی تصمیم‌گیری منطقی ما را مختل می‌کند، ما به آن با اصطلاحاتی مانند زودباوری، سادگی یا ساده‌لوحی اشاره می‌کنیم.

1Hans and Franz

2 The Saturday Night Live

3 truth bias

در "کلاهبرداری رئیس جمهور"^۱، یک کلاهبرداری جسورانه که در دهه ۲۰۰۰ توسط کلاهبردار فرانسوی-اسرائیلی، گیلبرت چیکلی^۲، مشهور شد، یک مدیر میان‌رده از کسی که ادعا می‌کند رئیس یا مدیرعامل شرکت آن‌هاست، تماسی دریافت می‌کند، که سپس آن فرد با سرهم کردن یک داستان، مدیر را به انتقال وجوه شرکت به برخی از مقاصد موجه وادار می‌کند، در حالی که در واقع آن پول‌ها مستقیماً به کلاهبرداران منتقل می‌شوند. کل ترفند به تمایل مدیر میان‌رده برای باور بستگی دارد، اگر شما قبول نکنید که مدیرعامل پشت خط است، شما هرگز برای انجام آن کار فریب نخواهید خورد. اما اگر با یک سوگیری حقیقت شروع کنید، یک کلاهبردار که با سرعت صحبت می‌کند می‌تواند قبل از این‌که درباره بررسی فکر کنید، شما را به دام بیندازد.

ما با یک معما روبه‌رویییم: ما باید به دیگران باور داشته باشیم، اما اگر بیش از حد به آن‌ها اعتماد کنیم، به ویژه امروزه، به دردسر می‌افتیم. با توجه به نیازهای فزاینده توجه و رشد تلاش‌های عمدی برای گمراه کردن ما، قصور در باور، ما را بیشتر از همیشه در معرض خطر قرار می‌دهد. پس چه کاری می‌توانیم انجام دهیم، به جز این‌که به‌طور بدبینانه و کامل، همه کس و همه‌چیز را زیر سؤال ببریم؟ خوشبختانه، کارهای زیادی می‌توان انجام داد.

وقتی درباره یک کلاهبرداری ساده آگاهی پیدا می‌کنید، وسوسه‌انگیز است که فکر کنید هرگز گرفتار آن کلاهبرداری نخواهید شد—یا فرض کنید فقط افرادی که هوش و تحصیلات کمتری دارند یا ساده لوح هستند، می‌توانند قربانی شوند. اما واقعیت این است که همه فریب می‌خورند، حتی بهترین و باهوش‌ترین افراد در میان ما. در این کتاب، ما نشان می‌دهیم که چه‌گونه مردم از سوگیری ما نسبت به حقیقت، تمایل ما به پذیرش بیش از حد و بررسی کمتر، استفاده می‌کنند و ما گام‌های مشخصی را پیشنهاد می‌کنیم که می‌توانیم برای تقویت دفاع خود استفاده کنیم. ما مجموعه‌ای از کلاهبرداری‌ها و

1 president scam

2 Gilbert Chikli

کلاهبرداران یا رساله‌ای در مورد تاریخ، اقتصاد یا جامعه‌شناسی فریب ارائه نمی‌دهیم. ما همچنین به انگیزه‌ها، مشوق‌ها و ساخت عاطفی کلاهبرداران و قربانیان آن‌ها نمی‌پردازیم. در عوض، ما روان‌شناسی شناختی فریب خورده‌ها، الگوهای تفکر و استدلالی که همه ما را آسیب پذیر می‌کند، توضیح می‌دهیم.

ما این کتاب را به چند دلیل نوشتیم. ما دانشمندان شناختی هستیم که آن‌چه را که مردم متوجه می‌شوند و متوجه نمی‌شوند، آن‌چه را که به یاد می‌آورند و فراموش می‌کنند و نحوه تصمیم‌گیری آن‌ها را مطالعه می‌کنیم. در کتاب قبلی‌مان، گوریل نامرئی^۱، در مورد عواقب بینش اشتباهمان درباره نحوه کار ذهن خود نوشتیم. به عنوان استاد، ما با دانش‌جویانی که در مقالات و امتحاناتشان تقلب می‌کنند، تجربه‌های دست اول داشته‌ایم. به عنوان محقق، ما با تقلب و شیوه‌های فریبکارانه در جوامع دانشگاهی خود، حتی موارد مربوط به دوستان و همکاران خود، برخورد کرده‌ایم. چون ما انسان هستیم، خودمان هم بارها فریب خورده‌ایم و چون ما روان‌شناس هستیم، به این فکر کرده‌ایم که چه‌طور این اتفاق افتاده‌است.

وقتی خود را غرق این موضوع کردیم، متوجه شدیم که فریب و نیرنگ چه‌قدر گسترده شده‌است. انواع مختلفی از کلاهبرداری‌ها، هم از لحاظ دلار دزدیده شده و هم قربانی‌های فریب خورده در حال رشد هستند. اما داستان فراتر از جرم و جنایت است. کسب و کارها تکنیک‌های فریبنده‌تری را به عنوان روش عملیاتی استاندارد اتخاذ کرده‌اند، که مرز بین تاکتیک‌های تجاری قانونی و غیرقانونی را محو می‌کند. به عنوان مثال، در دهه ۲۰۰۰، برخی از صندوق‌های سرمایه‌گذاری پوشش ریسک^۲ و

1 The Invisible Gorilla

۲ Hedge fund: به صورت خلاصه، تعریف صندوق پوشش ریسک این گونه است که با استفاده از ابزارها و بازارهای مختلف، اقدام به سرمایه‌گذاری‌های با ریسک بالا می‌کند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک^۱، جمع‌آوری و دادوستد اطلاعات داخلی را تحمل یا حتی تشویق می‌کردند، گاهی اوقات از سیستم‌ها و کدهای طراحی‌شده برای انکار قابل قبول اصول خود استفاده می‌کردند. بسیاری از فروشندگان آنلاین به‌طور معمول، رتبه‌بندی محصولات و کسب و کار خود را در آمازون^۲، یلپ^۳ و سایر سایت‌ها دستکاری می‌کنند. شرکت‌هایی با ارزش میلیون‌ها یا میلیارد‌ها دلار چیزی جز ابزاری برای تقلب نمی‌فروشدند- از ربات‌ها و تقلب‌هایی برای بازی‌های آنلاین گرفته تا مقالات پیش-نوشته‌شده و پاسخ‌های تست‌های دوره‌های دانشگاهی. در سراسر جهان، کمپین‌های سیاسی به‌طور فزاینده‌ای به تبادل اخبار جعلی و تئوری‌های توطئه می‌پردازند یا در بهترین حالت، اهمیتی نمی‌دهند که ادعاهای آن‌ها درست است یا غلط.

در طول نوشتن هیچ کس احمق نیست، ما صدها نمونه از هر نوع فریب را مطالعه کردیم و درک خود را از روان‌شناسی شناختی برای شناسایی خصوصیات تکرارشونده و الگوهای نوظهور به کار بردیم. در این کار، ما همچنین استراتژی‌هایی را در نظر گرفتیم که ممکن است به مردم کمک کنند تا کمتر فریب بخورند. گام اول حیاتی که با سوگیری حقیقت مقابله می‌کند و در هستهٔ پیشنهادات ملموس و عینی ارائه‌شده در طول کتاب قرار دارد، یک گام ساده برای به خاطر سپردن است: کمتر بپذیرید، بیشتر بررسی کنید. چالش این‌جاست که بفهمیم چه زمانی باید بیشتر بررسی کنیم و بفهمیم چه‌گونه این کار را انجام دهیم. این یک مثال ساده از نحوهٔ کار این گام است.

۱ Mutual fund: گونه‌ای نهاد مالی است که وجوه دریافتی از سرمایه‌گذاران را در یک مجموعه اوراق بهادار سرمایه‌گذاری می‌کنند و هر سرمایه‌گذار به نسبت سهم خود در مجموعه، از سود یا ضررهای حاصل از این سرمایه‌گذاری سهم می‌برد.

2 Amazon

3 Yelp

کاملاً جعلی

"توییت‌ها نه، این ریتوییت‌ها هستند که شما را به دردسر می‌اندازند...." شما چیزی را می‌بینید که خوب به نظر می‌رسد و آن را بررسی نمی‌کنید. در دنیای رسانه های اجتماعی اخبار جعلی و اطلاعات نادرست سیاسی، این کلمات خردمندانه و طعنه آمیز هستند، با توجه به این که چه کسی آن‌ها را گفته باشد. اطلاعات نادرست سیاسی به هیچ جا نمی‌رسند مگر این که دریافت کنندگان آن، آن را برای دوستان خود منتشر کنند و آن‌ها هم، آن اطلاعات را برای دوستان خود بازنشر دهند و قس علی هذا، که این امر را برای ممانعت از این فرآیند، زمانی که به ما می‌رسد، بسیار مهم می‌کند.

یکی از اولین اقدامات دونالد ترامپ^۲ در پی بر عهده گرفتن ریاست جمهوری در سال ۲۰۱۷، نامزد کردن جانشینی برای قاضی دیوان عالی آنتونین اسکالیا^۳ بود. او نیل گورسیچ^۴، یک قاضی استیناف فدرال از کلرادو^۵ را که برای مدت طولانی در محافل حقوقی جمهوری خواهان مورد علاقه بود، انتخاب کرد. در عرض چند روز، یکی از دوستان ما در فیس بوک یک خبر به اشتراک گذاشت که مثل بمب صدا کرد: "تمام ۸ قاضی دیوان عالی متحدانه علیه انتخاب ترامپ برای دیوان عالی ایالات متحده آمریکا ایستاده‌اند." این مقاله اظهار داشت که هشت قاضی "موافقت که رئیس جمهور ترامپ در انتخاب نیل گورسیچ کاملاً اشتباه می‌کند" و "قاضی ارشد جان رابرتز^۶ نامه‌ای از دیوان عالی نوشت که به مسائل مربوط به "رویکرد" گورسیچ به عنوان "قانون کشور" اشاره داشت."

وقتی ما برای اولین بار این پست را دیدیم، از این داستان شوکه شدیم. محکوم کردن علنی یک نامزد تنها توسط یک قاضی بی‌سابقه خواهد بود، و این مقاله ادعا

۱ Retweet: به معنی اشتراک مجدد یک توییت دیگران

2 Donald Trump

3 Antonin Scalia

4 Neil Gorsuch

5 Colorado

6 John Roberts

می‌کرد که هر هشت نفر آن‌ها این کار را با هم انجام داده‌اند. کسی که آن پست را منتشر کرد، بنابر آگاهی و دانش ما، باهوش و خوش نیت بود و ما هیچ دلیلی برای عدم اعتماد به قضاوت او نداشتیم. اما قبل از کلیک کردن روی دکمهٔ لایک یا شیر، تصمیم گرفتیم به بررسی بپردازیم.

مقاله دربارهٔ نیل گورسیچ که در ابتدا در BipartisanReport.com نمایش داده شد، نمونه‌ای است از آن‌چه امروزه، "اخبار جعلی"^۱ می‌نامیم. در واقع، رابرتز و بقیهٔ قاضی‌ها بعد از نامزدی گورسیچ، چیزی در مورد او نگفتند. اما خلاف خیلی از این داستان‌ها، این یکی کاملاً ساختگی نبود. این گزارش از یکی از نظرات اخیر دیوان عالی نقل قول کرد که تصمیم محکمهٔ ابتدایی را نقض کرده بود، که یکی از آن نظرات، تصمیم نقل قول شده‌ای از ۹ سال قبل گورسیچ بود. دیوان عالی اغلب تصمیمات محکمهٔ ابتدایی را نقض می‌کند و انجام این کار، نه نکوهش قضات، که اغلب یک نقض استوار بر تفاوت واقعی نظر یا تفسیر و در بدترین حالت، اصلاح خطا است.

ما می‌دانستیم که دیوان عالی کاری را که پست ادعا می‌کرد، انجام نداده، اما قبل از افزایش عدم اطمینان ما ("آیا این واقعاً درست است؟") احساس کردیم که به‌طور قاطعانه این ادعا را درست می‌دانیم ("وای!") . فقط بعد از آن ما بررسی کردیم تا مطمئن شویم که آیا درست نتیجه‌گیری کرده‌ایم یا نه ("به هیچ وجه!").

در این موقعیت، قسمت چک کردن آسان بود. برای ادعاهایی در این اندازه، سایت‌هایی مانند Factcheck.org و Snopes.com معمولاً، تحقیقات خود را منتشر می‌کنند (آنها این کار را انجام دادند) و اگر این ادعا درست می‌بود، رسانه‌های بزرگ خبری با گرایش‌های سیاسی چپ و راست (نیویورک تایمز^۲، وال استریت ژورنال^۳) آن را پوشش خواهند داد (آنها این کار را نکردند). و هر وکیلی، بدون توجه به میزان حزبی بودن

¹ Fake NEWS

² New York Times

³ Wall Street Journal

سیاستش، می‌توانست به ما بگوید که دیوان عالی به روشی که مقاله گورسیچ گفته، کار نمی‌کند.

با یک حساب و کتاب آشکار، سوگیری حقیقت وجود دارد زیرا تکامل در طراحی ذهن ما یک ویژگی عجیب و غریب را به جا گذاشته‌است: ما به‌طور خودکار، تمام اطلاعات ورودی را به عنوان درست برچسب‌گذاری می‌کنیم، و برای حذف آن برچسب "درست" یا جایگزینی آن با برچسب "غلط" یک گام اضافی و همراه با تلاش، لازم است. اگر ما پست فیس بوک را در حالی که حواسمان پرت بوده یا بدون زمان لازم برای تفکر در مورد آن دیده باشیم، احتمال دارد که ما این گام دوم را از دست داده‌باشیم و یک باور غلط را با خود به همراه داشته‌باشیم، شاید به اندازه کافی طولانی، تا آن را با کس دیگری مشترک شویم.

مشکوک ماندن

خارج از سیستم حقوقی، ما به ندرت، از دیگران می‌خواهیم تا تأیید کنند که آیا تمام حقیقت را می‌گویند و هیچ چیز جز حقیقت نمی‌گویند، و انجام این کار، قطعاً ضداجتماعی خواهد بود. اما پرسیدن این نکته از خودمان که آیا یک اطلاعات کلیدی بدون شک درست است، یا این که آیا ما باید قضاوت را تا زمانی که بتوانیم آن را تأیید کنیم، به تعویق بیندازیم، می‌تواند ما را از عواقب عمل به دروغ نجات دهد. انتخاب عمدی مشکوک ماندن، از سوگیری حقیقت جلوگیری می‌کند.

آزمایش‌های علمی در مورد سوگیری حقیقت، اغلب به شکل یک بازی تشخیص دروغ هستند. شرکت‌کنندگان ویدئوهایی را تماشا می‌کنند که در آن، بازیگران داستان‌هایی را می‌گویند که درست یا غلط هستند و سپس تصمیم می‌گیرند که کدام-یک را باور کنند. برای مثال، در یک آزمایش معمولی که توسط روان‌شناسان شناختی،

کریس استریت^۱ و دنیل ریچاردسون^۲ انجام شد، شرکت کنندگان هجده ویدیو از افراد مختلف را تماشا کردند که داستان‌هایی دربارهٔ سفرشان می‌گفتند، نیمی از آن‌ها حقیقت داشتند و نیمی از آن‌ها دروغ بودند. نتایج یک سوگیری حقیقت را نشان داد: شرکت کنندگان ۶۵ درصد از سخنرانان را صادق دانستند نه ۵۰ درصد که در واقعیت صادق بودند. با این حال، وقتی به شرکت کنندگان گزینهٔ سوم داده شد، که بگویند مطمئن نیستند، آن‌ها فقط ۴۶ درصد از داستان‌ها را صادقانه ارزیابی کردند.

عدم اطمینان و مشکوک ماندن می‌تواند نفرت‌انگیز باشد و لزوماً به‌طور طبیعی به وجود نمی‌آید، اما این یک عادت است که ما باید هر زمان که می‌توانیم پرورش دهیم. ما نیازی به بی‌اعتمادی به هر چیزی که می‌شنویم، نداریم؛ اما باید تمرین کنیم که قبل از واکنش مکث کنیم، مردد بمانیم و از خودمان بپرسیم "آیا این واقعاً درست است؟"

گاهی اوقات، فقط یادآوری این نکته به مردم که در نظر بگیرند آیا آن‌چه می‌خوانند یا در اینترنت منتشر می‌کنند، درست است یا نه، می‌تواند به متوقف کردن جریان اکاذیب کمک کند. روان‌شناس گوردون پنیکوک^۳ و همکارانش پیام‌های مستقیمی به بیش از پنج هزار حساب توییتر که اخیراً لینک‌های داستان‌های دو سایت اخبار حزبی را توییت کرده بودند، ارسال کردند. این پیام‌ها یک تیتروار ارائه می‌دادند و از دریافت کنندگان می‌خواستند که میزان دقیق بودن آن را ارزیابی کنند، یعنی توجه دریافت کنندگان را به احتمال این که داستان‌های آنلاین ممکن است نادرست باشند، جلب کردند. روز بعد از دریافت پیام، این حساب‌ها نسبت به روزهای دیگر، داستان‌های کمتری از سایت‌هایی که افراد راستی‌آزماء آن‌ها را غیر قابل اعتماد می‌دانستند، توییت کردند.

مشکوک باقی ماندن می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد. در طول دههٔ ۱۹۸۰، گروه راک ون هیلن^۴ یک تبصرهٔ عجیب را در قرارداد تور خود قرار داد: هر محل برگزاری باید

1 Chris Street

2 Daniel Richardson

3 Gordon Pennycook

4 Van Halen

یک کاسه بزرگ از M & M را فراهم می‌کرد که حاوی ترکیبی از تمام رنگ‌های استاندارد به جز قهوه‌ای بود. قبل از هر نمایش، خواننده اصلی دیوید لی راث^۱ به پشت صحنه می‌رفت و شخصاً کاسه را چک می‌کرد تا مطمئن شود که هیچ M & M قهوه‌ای نداشته‌باشد. منطق او این بود که اگر سازمان دهندگان نتوانسته‌اند چنین دستورالعمل ساده‌ای را دنبال کنند، نباید به آن‌ها اعتماد کرد که تمام تجهیزات، سیم کشی، صحنه سازی، روشنایی و آتش‌بازی را برای یک نمایش پیچیده به‌طور ایمن نصب کرده‌باشند. اگر سازمان دهندگان در آزمون M & M شکست می‌خورند، گروه بیشتر به صحنه‌پردازی توجه می‌کرد و به گفته راث: "ما کل فرایند تولید را بررسی می‌کردیم. تضمین می‌دهیم که شما به یک خطای فنی برخورد نخواهید خورد."

تبصره^۲ ون هیلن چیزی بود که دانشمندان می‌توانستند آن را کنترل مثبت بنامند؛ یک آزمایش اضافی که بررسی می‌کند آیا همه‌چیز به همان شکل که باید، کار می‌کند یا نه. تست M & M بررسی می‌کرد که آیا تیم‌های محلی به اندازه کافی وجدان و توجه به جزئیات دارند. البته، این تست بی‌عیب و نقص نبود، یک تیم می‌توانست همه M & M های قهوه‌ای را دور بیندازد و باز هم در جای دیگر اشتباه جدی کرده‌باشد. اعضای گروه نمی‌توانستند به‌طور کامل همه جزئیات صحنه را خودشان بررسی کنند، بنابراین این تست یک بهبود در اطمینان به تیم محلی بود که همه‌چیز خوب انجام شده‌است. بررسی‌های ساده هیچ‌وقت بی‌عیب نیستند، اما پذیرش کورکورانه یک جایگزین وحشتناک برای آن است. این کتاب به شما کمک می‌کند تا یاد بگیرید که بررسی‌های مشابهی را در زندگی روزمره خود اعمال کنید تا به شما درباره فریب‌های احتمالی و نیاز به بررسی بیشتر هشدار دهد.

بازرسی ناگهانی کار کسی، قبل از این که فرض کنیم کارش درست است مثل نگاه کردن به هر دو طرف قبل از عبور از جاده است یا پرسیدن این سؤال است که "آیا این واقعاً درست است؟". این یک گام برای کمک به مقابله با سوگیری حقیقت است. اگر

به زمان‌هایی توجه کنیم که چیزی را که قبلاً به عنوان درست پذیرفته بودیم، اشتباه یا گمراه‌کننده از آب درآمده، می‌توانیم یاد بگیریم که چه زمانی مشکوک و مردد ماندن کمک می‌کند. هیچ چیز ما را برای همیشه در برابر فریب خوردن ایمن نمی‌کند. اما مانند هر مهارت جدید، تمرین به تدریج رادار فریب ما را تنظیم می‌کند تا وقتی در معرض خطر هستیم، به ما هشدار دهد.

چه چیز باعث می‌شود ما بیش از حد بپذیریم؟

تلاش برای مردد ماندن می‌تواند به کاهش خطر پذیرش بیش از حد کمک کند، اما همان‌طور که ریختن بنزین بر روی آتش باعث می‌شود سریع‌تر بسوزد، عوامل متعددی به عنوان شتاب‌دهنده برای سوگیری حقیقت عمل می‌کنند. به‌خصوص، ویژگی‌های پیام‌رسان، یا حداقل نحوه درک ما از آن‌ها، می‌تواند پیام را بیش از حد متقاعدکننده کند. وقتی یک منبع خود را بی‌طرف و عادل معرفی می‌کند (مانند میانه روی دروغین، BipartisanReport.com، که برای اولین بار داستان گورسیچ را منتشر کرد)، ما بیشتر مستعد فریب هستیم. هر چیزی که توسط یک متخصص ارائه می‌شود، با فرض این که گیرنده منبع را می‌شناسد و به آن احترام می‌گذارد، فرد شروع به پذیرش به عنوان چیزی می‌کند که واقعی است یا ارزش اطاعت دارد. این یکی از دلایلی است که یک فریب رایج تحت عنوان "فریب مرکز تماس"^۱ با گفتن این مطلب به قربانیان که آن‌ها به یک مقام مالیاتی (مانند سازمان خدمات درآمدهای داخلی آمریکا)، آژانس مهاجرت یا سایر نهادهای دولتی بدهکار هستند و مجربان قانون بلافاصله برای اجرای حکم بازداشت خواهند آمد مگر این که صورت‌حساب از طریق تلفن پرداخت شود، آن‌ها را گرفتار می‌کند.

قدرت منبع در تقویت سوگیری حقیقت، وقتی که ما راوی را همدرد و دلسوز می‌دانیم حتی قوی‌تر هم می‌شود. به همین دلیل است که افرادی که قصد فریب ما را دارند، بسیار تلاش می‌کنند تا خودشان و داستان‌هایشان را به احساسات، خواسته‌ها و هویت ما متوسل کنند. بنجامین ویلکومیرسکی^۱ خاطره‌نویس، از زنده ماندنش در اردوگاه آشویتس^۲، در دوران کودکی‌اش، داستان قانع‌کننده‌ای به هم بافت که توسط گاردین^۳ به عنوان "یکی از آثار بزرگ در مورد هولوکاست" مورد ستایش قرار گرفت، اما بعداً کاشف به عمل آمد که او در طول جنگ جهانی دوم در سوئیس زندگی کرده‌است و حتی یهودی هم نبوده. به همین ترتیب، یک زن بیست و سه ساله استرالیایی به نام بل گیسون^۴ یک کسب و کار درمان طبیعی را بر اساس ادعای خود برای درمان سرطان مغز خودش آغاز کرد. او سرطان نداشت، چه برسد به این که بخواهد آن را با خوردن غذاهای مناسب درمان کند؛ اما افراد داستان او را پذیرفتند تا حدی که او بیش از ۱ میلیون دلار از طریق برنامه‌های تلفن‌های هوشمند و فروش کتاب جمع‌آوری کند. حتی دلسوزترین شخصیت‌ها هم می‌توانند دروغگو باشند.

ما باید به خصوص وقتی یک داستان با اطمینان کامل بیان می‌شود محتاط باشیم، زیرا اعتمادبه‌نفس کلاهبرداران می‌تواند تمایل ما را به پذیرش بدون بررسی تسریع کند. برنی مادوف^۵ سرمایه‌گذاران را از طریق یک طرح پانزی^۶ کذایی ده‌ها میلیارد دلار فریب داد. در طول بیش از پانزده سالی که این کلاهبرداری در حال انجام بود، او چندین بار توسط مقامات و روزنامه‌نگارانی که به فعالیت‌هایش مشکوک شده بودند، مورد بازجویی قرار گرفت. بر اساس یک تحلیل پس از واقعه، مادوف موفقیت سرمایه‌گذاری

1 Benjamin Wilkomirski

2 Auschwitz

3 Guardian

4 Belle Gibson

5 Bernie Madoff

۶ Ponzi scheme : طرح پانزی یک طرح سرمایه‌گذاری و کلاهبرداری با وعده‌ی بازگشت سرمایه سریع و

زیاد برای سرمایه‌گذاران اولیه است. در این نوع طرح‌ها، غالباً سود سرمایه‌گذاران اولیه با پول سرمایه‌گذاران

نسل دوم پرداخت شده و با این روش، اعتماد افراد جلب می‌شود

خود را به بازرسان کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) توضیح داده و این گونه گفت که: "او در واقع می تواند در طبقه اتاق معامله بنشیند و بازار را احساس کند و دقیقاً بداند چه زمانی خرید کند و دقیقاً چه زمانی بفروشد. مادوف همیشه و هر روز و هر سال با قیمت مناسب خرید و فروش می کند." کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا به طور غیر قابل توضیحی این پاسخ ها را پذیرفت و ادامه داد. کمیسیون بورس و اوراق بهادار ادعاهای احمقانه مادوف را تا حدی به دلیل اعتماد به نفس قابل لمسی که در برخورد با آنها داشت، پذیرفت. وقتی روزنامه نگار مالی مایکل اوکرانت^۲ از مادوف در مورد سوء ظن های رو به رشد در مورد کسب و کارش سؤال کرد، مادوف را به طرز شگفت انگیزی رک و راست یافت و بعداً به یاد آورد که "حتی هیچ نشانه ای از گناه یا شرم یا پشیمانی در او وجود نداشت." فقط یک سال قبل از فروپاشی کلاه برداریش، مادوف با آرامش در یک جلسه عمومی گفت: "در محیط نظارتی امروز، نقض قوانین عملاً ناممکن است. غیرممکن است که نقض قانون برای مدت زمان قابل توجهی شناسایی نشود." تحت همین شرایط، هرچه یک بیانیه با اعتماد به نفس تر بیان شود، احتمال بیشتری وجود دارد که باور شود. از سوی دیگر، هرچه سخنران قانع کننده تر به نظر برسد، استدلال هایش درست تر و بدیهی تر حس می شود و نیاز بیشتری به تحقیق داریم.

فریب هرروزه

مانند تقلب پیچیده نمایش های صحنه ای ون هیلن، کلاه برداری هایی که در فیلم هایی مانند یازده یار اوشن^۳ و سریال هایی مانند خانه کاغذی^۴ به تصویر کشیده شده اند، معمولاً شامل مغز متفکرهای جنایتکار هستند که توطئه ها را در مکان های مخفی با اعضای که باید مانند ساعت برای موفقیت با هم جمع شوند، سازماندهی

1 US Securities and Exchange Commission

2 Michael Ocrant

3 Ocean's Eleven

4 Money Heist (LA CASA DE PAPEL)

می‌کنند. اما در واقعیت، فریبکاری‌های پیچیده، سطح بالا و طولانی مدت مثل صندوق سرمایه‌گذاری جعلی مادوف استثنا هستند. بیشتر فریب‌هایی که ما با آن‌ها روبرو می‌شویم ساده و فرصت طلبانه‌اند—نزدیک تر به عناوین همراه‌کننده تا فریب‌های استادانه—و اغلب در دید عموم اتفاق می‌افتند. رسوایی ملی پذیرش دانشگاه در ایالات متحده، که با نام رمز “Operation Varsity Blues” برای تحقیقات اف‌بی‌ای شناخته می‌شود، نمونه‌ای از این موضوع است. در طول سالها، یک مشاور به نام ریک سینگر^۱ قول داد که برای فرزندان افراد مشهور و مشتریان ثروتمندش از دانشگاه‌های معتبری پذیرش بگیرد که در غیر این صورت ممکن بود آن دانشگاه‌ها فرزندان‌شان را نپذیرند. او به مربیان یا مدیران ورزشی رشوه داد تا از نفوذشان برای پذیرش مشتریان استفاده کنند، و او مدارک معتبری را با فتوشاپ دانش آموز در یک تصویر از شخص دیگری که در حال قایقرانی، شنا یا لاکراس بازی بود درست کرد؛ یا مبلغی را به یک دست‌نشانده برای گرفتن آزمون‌های پذیرش، پرداخت کرد. این سری از کلاهبرداری‌های ساده، بدون دوربین‌های مخفی یا صحنه‌پردازی، یا تعیین مکان‌های ملاقات مخفیانه مانند دنیای جاسوسی، یا هک کردن کامپیوتر، سال‌ها کشف نشدند و ده‌ها قربانی داشتند، که نه تنها شامل کالج‌هایی که فریب خورده بودند میشد، بلکه دانش آموزانی را در بر می‌گرفت که جای خود را در مدارس خوب به مشتریان سینگر داده بودند.

بسیاری از فریب‌ها به هیچ توطئه‌ای نیاز ندارند. یکی از بدنام‌ترین کلاه‌برداران علمی در تمام دوران، استاد روان‌شناسی اجتماعی هلندی، دیدریک استاپل^۲ بود. او مجموعه‌ای از داده‌ها را سرهم بندی می‌کرد و آن‌ها را به دانش آموزان و همکاران ناآگاه خود منتقل می‌کرد؛ سپس نتایجی را به دست می‌آوردند که فرضیه‌هایی که آن‌ها و استاپل به‌طور مشترک، تدوین کرده بودند را تأیید می‌کرد. استاپل بعداً اعتراف کرد، و یک تحقیق رسمی تأیید کرد که او به‌تنهایی به جعل داده‌ها پرداخته‌است. وقتی ریسک‌ها و مخاطرات بالاتر هستند، مانند آزمایش‌های بالینی داروهای بالقوه نجات

1 Rick Singer

2 Diederik Stapel

دهنده برای سرطان، کووید-۱۹ و سایر بیماری‌ها، چنین کلاهبرداری‌های علمی که یک دانشمند از دانشمندی دیگر می‌کند، آثار علمی پزشکی را که پزشکان و بقیه ما برای تصمیم‌گیری‌های بهداشتی به آن متکی هستیم، آلوده می‌کند.

روزنامه‌نگاران غیراخلاقی در یکی از ساده‌ترین اشکال فریب شرکت دارند. پس از ارائه یک ایده داستانی خوب، یک گام عادی در روزنامه‌نگاری، آن‌ها مراحل جمع‌آوری اطلاعات، پیدا کردن منابع، انجام مصاحبه‌ها و بررسی حقایق را حذف می‌کنند و فقط داستان نهایی را می‌نویسند، انگار که همه این کارها را انجام داده‌اند. برای یک نویسنده ماهر، ساخت داستان‌های جعلی نه تنها آسان‌تر است بلکه اغلب این داستان‌های جعلی جذاب‌تر و باورپذیرتر از داستان‌های واقعی هستند. در نهایت، در داستان، یک نویسنده می‌تواند هر شخصیت را فقط با ویژگی‌های مناسب ذکر کند، خط داستانی و کشمکش‌ها را کامل کند و ناسازگاری‌ها را از بین ببرد تا یک داستان را کمی گیراتر و به یاد ماندنی‌تر از یک داستان واقعی کند.

حتی وقتی نویسندگان غیراخلاقی دارند یک داستان واقعی را می‌گویند، گاهی اوقات لبه‌های خشن را صاف می‌کنند تا به آن یک درخشش جذاب‌تر و باورپذیرتر بدهند. نویسنده برجسته علمی، جونا لِر^۱ حقایق رویدادهای تاریخی را تغییر داد و نقل قول‌هایی را جعل کرد. به عنوان مثال، شعبده باز تلر^۲ در مورد مبارزات اولیه حرفه‌ای خود، گفته بود، "من همیشه پیش‌بینی می‌کردم که زندگی ام را با خوشحالی در تئاترهای کوچک هنری سپری می‌کنم" اما لِر نگرانی‌های تلر را به عنوان یک بحران وجودی در نسخه جعلی که در کتابش *Imagine* منتشر کرده بود، بزرگ نمایی کرد: "من قطعاً در آستانه رها کردن رویای تبدیل شدن به یک جادوگر بودم.... من آماده بودم که به خانه برگردم و معلم لاتین دبیرستان شوم." وقتی لِر داستان نفوذ روان‌شناس اجتماعی پیشگام، لئون فستینگر^۳ به یک فرقه رستاخیزی دهه ۱۹۵۰ را بیان کرد که

1 Jonah Lehrer

2 Teller

3 Leon Festinger

انتظار داشتند بیگانگان در یک تاریخ و زمان خاص وارد شوند، او نوشت: "وقتی ساعت، ۱۲:۰۱ را نشان داد و هنوز هیچ بیگانه‌ای وجود نداشت، فرقه گرایان شروع به نگرانی کردند. چند نفر شروع به گریه کردن کردند. بیگانگان آن‌ها را ناامید کرده بودند." با این حال، آن‌چه فستینگر در واقع مشاهده کرد کاملاً متفاوت و شگفت‌انگیزتر بود: "ممکن است انتظار واکنش قابل مشاهده‌ای را داشته باشیم. نیمه‌شب گذشت و هیچ اتفاقی نیفتاد اما در واکنش مردم در آن اتاق چیز کمی برای دیدن وجود داشت. نه حرفی بود نه صدایی. مردم هنوز هم نشسته بودند، چهره هایشان به نظر یخ زده و بی‌احساس بود." جایی که فستینگر نشانه‌های سردرگمی و عدم اطمینان را توصیف کرد، لرر اضطراب و ناراحتی را گزارش کرد.

این نوع تقلب کمتر از یک کلاهبرداری که جیب یا حساب بانکی شما را خالی می‌کند پر ماجرا است. اما وقتی این نوع فریب‌های کوچک به‌طور معمول به کار می‌روند، وقتی میلیون‌ها نفر در معرض نقل قول‌های ساختگی، تاریخ تحریف شده یا نتایج علمی خیالی قرار می‌گیرند، اعتماد جمعی ما به آن‌چه واقعی است کاهش می‌یابد، و این بر توانایی ما برای رسیدن به نتیجه‌گیری منطقی تأثیر منفی می‌گذارد.

حتی توطئه‌هایی که پول ما را می‌گیرند می‌توانند به طرز شگفت‌انگیزی در هسته خود پیش پا افتاده باشند. FTX یک پلتفرم تجاری محبوب برای رمز ارزهایی مانند بیت کوین بود و تحت حمایت سرمایه‌گذاران معامله‌گر برتر بود و کاربران را با اعلام پشتیبانی افراد مشهور و تبلیغات سوپر بول جذب می‌کرد. قرارداد مشتری آن می‌گوید: "عنوان دارایی‌های دیجیتال شما همیشه با شما باقی مانده و حفظ می‌شود." اما وقتی FTX در نوامبر ۲۰۲۲ برای ورشکستگی درخواست داد، کشف شد که سپرده‌های مشتری را به یک شرکت خواهر به نام Alameda Research ارسال کرده‌است، که از آن‌ها برای تأمین مالی فعالیت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری خود استفاده می‌کرده، یعنی FTX به سادگی وعده می‌داد و برعکس آن عمل می‌کرد.

نمونه هایی مانند این نشان می دهد که دانستن این که چه زمانی باید برای بررسی مکث کنیم و چه چیزی را باید بررسی کنیم، واضح نیست. ما نمی توانیم به همه بی اعتماد باشیم و هنوز در جامعه کار کنیم، و نمی توانیم شخصاً هر جزئیاتی را بررسی کنیم. چالش در ایجاد تعادل است. ما باید به دیگران به اندازه کافی باور داشته باشیم و به آن ها اعتماد کنیم تا زندگی خود را ادامه دهیم، در حالی که قضاوت کافی را به تعلیق می اندازیم تا تشخیص دهیم که چه زمانی می توانیم فریب داده شویم. "وقتی همه چیز رو چک کنی، احتمالاً ضرر نمی کنی".

عادت ها و قلاب ها

فریب زمانی کار می کند که حقیقت به نظر برسد. در این کتاب، ما استدلال خواهیم کرد که تمام فریب های موفق از ویژگی های تفکر و استدلال انسان که به طور معمول در خدمت او هستند، بهره برداری می کنند. کسانی که می خواهند ما را گول بزنند معمولاً دسیسه های خود را با دانش روان شناسی شناختی در ذهنشان نمی سازند، اما حقه هایی که آن ها انجام می دهند و سناریوهایی که آن ها دنبال می کنند به این دلیل مؤثر هستند، که مستقیماً بر نقاط ضعف ما دست می گذارند. درک این تمایلات در توسعه مهارت های خود در تشخیص و اجتناب از فریب نقش اساسی دارد.

ما با فصل هایی درباره چهار عادت شناختی کلیدی که همه ما داریم شروع می کنیم، ویژگی های مهم نحوه فکر کردن و استدلال که متأسفانه می توانند توسط افرادی که می خواهند ما را گول بزنند، به سلاح تبدیل شوند. این ویژگی ها شامل توانایی ما برای تمرکز بر اطلاعاتی است که به آن اهمیت می دهیم و اغلب آن هایی هستند که درست در مقابل ما قرار دارند، در حالی که حواس پرتی یا اطلاعات بی ربط را نادیده می گیریم. با تجربه، ما پیش بینی و انتظاراتمان را درباره آن چه باید اتفاق بیفتد یا آن طور که اطلاعات ورودی باید به نظر برسند، توسعه می دهیم و از این انتظارات برای پیش بینی های خودکار استفاده می کنیم که بیشتر اوقات دقیق هستند. توانایی های تفکر

و استدلال ما به فرضیه های اساسی ما در مورد خودمان، دیگران و دنیای اطراف ما بستگی دارد؛ وقتی این فرضیه‌ها به اندازه کافی قوی هستند، تعهداتی را تشکیل می‌دهند که ما به ندرت آن‌ها را زیر سؤال می‌بریم یا حتی متوجه می‌شویم که آن‌ها را انجام داده‌ایم. ما در هر کاری تمرین کنیم، کارایی خود را افزایش می‌دهیم، به این معنی که روتین‌ها، قوانین نانوشته و میانبرهایی را ایجاد می‌کنیم که زمان و تلاش زیادی را در تصمیم‌گیری صرفه جویی می‌کنند. ما به‌طور مفصل نشان خواهیم داد که چه‌گونه هر یک از این عادات، زمینی حاصل‌خیز برای ریشه دواندن فریب ایجاد می‌کنند.

فصل‌های باقی‌مانده چهار قلاب را بررسی می‌کنند: ویژگی‌های اطلاعاتی که در زندگی روزمره با آن‌ها روبرو می‌شویم که جذاب هستند، اما می‌توانند ما را به دام بیندازد. مثل تریلر جالب یک فیلم، یک ارائه آسانسوری^۱ جذاب، یا یک موسیقی تکرارشونده در ذهن، قلاب‌ها علاقه ما را به خود جلب می‌کنند و ما را به سمت پذیرش بدون بررسی ادعاها سوق می‌دهند. قلاب‌ها نه ذاتاً، خوب هستند و نه بد، و بیشتر چیزهایی که توجه ما را جلب می‌کنند حداقل سزاوار بخشی از آن هستند. اما وقتی فریب می‌خوریم، یک یا چند قلاب تقریباً همیشه ما را گمراه می‌کنند. وقتی اطلاعاتی که با آن روبرو می‌شویم با آنچه که قبلاً می‌دانیم و به آن اعتماد داریم مطابقت دارد یا شبیه است، از این شباهت به عنوان سیگنال حقیقت داشتن آن استفاده می‌کنیم. ما به ثبات اطلاعاتی که با آن روبرو می‌شویم به عنوان شواهدی از صحت آن متکی هستیم. ما دقت زیاد در پیش‌بینی‌ها یا شواهد را با دقت و صداقت ایده‌هایی که باعث ایجاد آن‌ها شده‌اند، مرتبط می‌کنیم و جذب داستان‌های قدرت می‌شویم، که در آن موضوعات کوچک عواقب بزرگی برای زندگی ما و جامعه به عنوان یک کل دارند.

^۱ ارائه آسانسوری یک صحبت خیلی کوتاه ۳۰ ثانیه‌ای در مورد کسب و کار و محصولات شما است به طوری که افراد به همکاری با شما یا خرید از شما ترغیب شوند

عادت‌ها و قلاب‌های ما باعث می‌شوند دیگران ما را فریب دهند (و همچنین ما خودمان را فریب دهیم). بیشتر کلاهبرداری‌ها، به ویژه کلاهبرداری‌های طولانی مدت و پیچیده، از چندین عادت و قلاب بهره می‌برند و همچنین به درجه خودفریبی قربانیان خود متکی هستند. در واقع، بسیاری از کلاهبرداری‌ها موفق می‌شوند زیرا کسانی از ما که احتمالاً فریب خورده‌ایم، خود را به کلاه‌برداران معرفی کرده و کار آن‌ها را آسان‌تر کرده‌ایم (نکته‌ای که در پایان کتاب به آن باز می‌گردیم).

در هر فصل، ما داستان‌هایی از جنایات، کلاهبرداری‌ها و شیادی‌ها را روایت می‌کنیم، برخی مشهور، برخی گمنام و برخی از تجربه‌های خودمان، که نشان می‌دهد چه‌گونه فریب از عادات شناختی ما استفاده می‌کند و ما را وادار به پذیرش می‌کند در زمانی که باید به جای پذیرش، بررسی می‌کردیم. بعضی از این کلاهبرداری‌ها خنده‌دار هستند. بعضی دیگر ترجم‌انگیز هستند. بعضی‌ها بی‌قربانی هستند. برخی دیگر به همه ما آسیب می‌رسانند. بعضی‌ها حتی طنز آمیز هستند، مثل یک مطالعه فریبده از حقه‌بازی، یک پیش‌گو که سقوط خود را پیش‌بینی نکرده بود، یا یک آمریکایی فریب‌خورده که به اجرای یک کلاهبرداری فیشینگ "شاهزاده نیجریه‌ای"^۱ کمک کرده‌است.

در طول کتاب، ما از تحقیقات کلاسیک و فعلی در روان‌شناسی شناختی و علوم اجتماعی استفاده می‌کنیم تا توضیح دهیم که چرا همه ما حداقل بعضی وقت‌ها فریب خورده‌ایم. ما علم پشت عادات شناختی و قلاب‌های خود را شرح می‌دهیم، در مورد چگونگی کمکشان به ما بحث می‌کنیم و نشان می‌دهیم که چه‌گونه می‌توان از آن‌ها استفاده کرد. هر فصل اصول و قواعد کلی‌ای را شامل می‌شود که توصیه‌های ما برای تشخیص زمان‌هایی که باید هوشیارتر باشیم و سوالات خاصی را که می‌توانیم قبل از این‌که خیلی دیر شود، برای کمک به تشخیص فریب ببرسیم به‌طور خلاصه بیان کرده‌است. امیدواریم با یادگیری عادات شناختی و قلاب‌ها و دیدن نمونه‌های مختلف از چگونگی فریب، به تدریج کمتر بپذیرید، بیشتر بررسی کنید و از فریب خوردن جلوگیری کنید.

۱ Nigerian prince scam : نوعی کلاهبرداری اینترنتی از طریق ایمیل جعلی است که در آن مهاجمان افراد را فریب می‌دهند تا اطلاعات حساسی مانند رمز عبور و جزییات کارت اعتباریشان را از آنها بگیرند

فصل اول - توجه کردن

درباره آن چه مفقود شده، فکر کن

ما تمایل داریم با استفاده از اطلاعات پیش روی خود تصمیم بگیریم و اطلاعات بی ربط یا همراه کننده را نادیده بگیریم. این عادت تمرکز به این معنی است که ما تمایل داریم اهمیت یا حتی وجود اطلاعاتی را که ناپیدا هستند، نادیده بگیریم. ابزاری که به عنوان شبکه احتمالات^۱ شناخته می شود می تواند به ما کمک کند تا متوجه شویم، چه زمانی با اطلاعاتی که در نظر نمی گیریمشان همراه می شویم.

جان ادوارد^۲ یکی از معروف ترین احضار کنندگان روح است که امروزه کار می کند. او در اوج محبوبیت خود در اواسط دهه ۲۰۰۰، مجری John Edward Cross Country، یک برنامه در شبکه WE tv بود. این برنامه با هشدار ادوارد شروع میشد: "واسطه ارواح بودن درمانی برای سوگ نیست. این کار می تواند بسیار آرامبخش، تسکین دهنده و بسیار مفید باشد. وقتی این روند را درک کنید، می تواند شما را بسیار قدرتمند کند، اما اگر به دنبال تعبیری برای رفع سوگ خود هستید، این کار را نمی کند. می خواهم خیلی خیلی با شما رو راست باشم"

ادوارد یک مرد چهارشانه با موهای خیلی کوتاه است که در این نمایش، یک کت دو دکمه چرم سیاه و شلوار جین آبی می پوشد. پس از گفتن مقدمه، ادوارد با یک میکروفون در یک صحنه کوچک قدم می زند و جادوی خود را شروع می کند.

1 possibility grid

2 John Edward

"من آماده رفتنم... در این بخش یک انرژی مردانه جوان‌تری وجود دارد." او از سمت راست صحنه می‌گوید و به مردمی که روبرویش نشسته اند مستقیم نگاه می‌کند.

"باعث می‌شوند احساس کنم پسر، برادرزاده، نوه هستند. اینجا دارد یک ارتباط سرطانی اتفاق می‌افتد" دوربین ادوارد را از پشت و مخاطبانش را در مقابل او نشان می‌دهد. "آیا این منطقی است؟ رابرت، رابی، راب کجاست؟ ر کجاست؟"

زنی در یک از ردیفهای میانی با موهای تیره و ژاکت خاکستری دستش را بالا می‌آورد. او با چند تا از بستگانش در ضبط برنامه شرکت کرده. ادوارد می‌خواهد میکروفون را به آن زن بدهد.

ادوارد می‌پرسد: رابرت؟

زن پاسخ می‌دهد: پدرم

— از دنیا رفته است؟

— بله

— باشه. سرطان؟

— نه

— مشکل استخوان کجاست؟

— دو تا، پدر بزرگم. و بعد به مردی که کنارش است اشاره می‌کند و می‌آفزاید: و مادرِ

پدرم.

ادوارد در حالی که مستقیماً با زن صحبت می‌کند و با همان دستی که میکروفون را در دست دارد به او اشاره می‌کند، می‌گوید: یک نفر چیزی داشته که بر استخوانش تأثیر گذاشته

زن می‌گوید: مادرش

مرد بدون میکروفون می‌گوید: سرطان استخوان. حالا به او میکروفونی برای خودش

داده می‌شود

ادوارد می‌پرسد: سرطان استخوان داشت؟

زن می‌گوید: بله

پس از این‌که مشخص شد مادر این مرد بر اثر سرطان استخوان فوت کرده‌است، ادوارد نشان می‌دهد که دارد با او تماس برقرار می‌کند: او باعث می‌شود احساس کنم وقتی از دنیا رفته، یا حول و حوش یا در روز تعطیلات رسمی دولتی بوده یا یک رویداد کشوری که شاید جشن بوده.

زن با کمی لهجه بوستونی با لکنت می‌گوید: ام، پدر من، من.

- من پرچم آمریکا را می‌بینم، وقتی آن را می‌بینم به من می‌گوید که ما در مورد تاریخی مانند، ۴ جولای، روز کهنه سربازان صحبت می‌کنیم یا ...

زن صحبت ادوارد را قطع می‌کند: ۱۱ سپتامبر

- آیا او در ۱۱ سپتامبر از دنیا رفت؟

- بله او آتش نشان بود

- پدرت رابرت است؛ ما قبلاً به این موضوع اشاره کردیم.

- بله

- آیا تو دختر کوچولو عزیزدرونۀ خانواده هستی؟

- من بزرگترین بچه هستم

- باشه. اون باعث میشه اینطور احساس کنم که تو دختر کوچولو خانواده هستی،

انگار اینطور به نظرم می‌آید

زن سر می‌جنباند. انگار دارد گریه اش می‌گیرد.

ادوارد ادامه می‌دهد: اون همچنین باعث می‌شود احساس کنم... آیا مادرش هنوز

این‌جاست؟

- بله

- دارد به من می‌گوید که از مادرش قدردانی کنم. باید مطمئن شویم که مادرش می‌داند که و با موفقیت از این وضعیت عبور کرده. او به ک بغل بزرگ نیاز دارد. یک بغل بزرگ.

زن به پاک کردن اشک‌هایی که از صورتش پایین می‌آیند می‌پردازد.

- باشه

- من همیشه می‌گویم، به عنوان مادر، هیچ از دست دادنی بزرگتر از، از دست دادن فرزند نیست. این احساس را فراموش نکنید. باشه؟

تماشاگران سرهایشان را تکان می‌دهند. زن هنوز دستمالش را در دستهایش دارد. این تلویزیونِ قدرتمند است. آن قدر قدرتمند که برای جان ادوارد امپراتوری ساخته است، کتاب‌ها، سریال‌هایی در شبکه‌های مختلف، نمایش صحنه‌ای در لاس وگاس، تورهای سراسری و مشاوره‌های خصوصی با افراد مشهور. حتی کیم کارداشیان^۱ هم از این که چند دقیقه در برنامه پر جمعیت ادوارد بود، به وجد آمده بود. با کمک این حضارها، او ظاهراً با پدر مرحومش تماس گرفت و چند روز بعد، به قول معروف از همسر دومش (پس از هفتاد و دو روز ازدواج) جدا شد. اما شهرت ادوارد به قیمت تمسخر عمومی به دست آمده است. سریال انیمیشن ساوت پارک^۲ یک قسمت کامل با عنوان "بزرگترین احمق جهان"^۳ را به مسخره کردن او و رد ادعاهای او در مورد قدرت‌های ماورایی اختصاص داد. بیشتر شما احتمالاً باور ندارید که ادوارد می‌تواند با افراد مرده ارتباط برقرار کند، اما میلیون‌ها نفر به کسانی که با ارواح در ارتباطند اعتقاد دارند.

مراوداتی که برای توصیف از ما پانصد کلمه گرفتند، کمتر از دو دقیقه در تلویزیون به طول انجامیدند. با خواندن آن‌ها در این‌جا، شما وقت دارید که به‌طور منتقدانه و

1 Kim Kardashian

2 South Park

3 The Biggest Douche in the Universe

موشکافانه در مورد آن چه گفته می شود و گفته نمی شود، فکر کنید و به دنبال تعبیرهای جایگزین برای قدرت های مدعیانه ادوارد باشید. اگر نسبت به احضار کنندگان مشکوک هستید، احتمالاً قبلاً در این زمینه فکر کرده اید. باز هم هنگام مواجهه با یک مجری کاریزماتیک در زندگی واقعی و ایجاد آسیب پذیری توسط امید، تماشاگران ادوارد در موقعیت ضعیفی برای مقاومت بودند. ما با این مثال "آسان" با هدف بهبود توانایی شما برای تشخیص چنین فریب هایی شروع کردیم. بیایید به عملکرد ادوارد بیشتر نگاه کنیم.

اولاً، اکثر مخاطبان ادوارد می خواهند به توانایی های او باور داشته باشند چون او به آن ها امید دروغین در این باره می دهد که آن ها واقعاً می توانند با یک عزیز از دست رفته ارتباط برقرار کنند. انتظارات آنها، به توانایی او برای ایجاد ارتباط عاطفی با مخاطبین پیوند می خورد و فکر کردن درباره ی منطقی ترین تعبیر را برای آن چه ادوارد انجام می دهد سخت می کند. دوماً، مانند بسیاری از اجرا کنندگان این حوزه، ادوارد احتمالاً اطلاعات مربوط به بعضی مخاطبانش را از قبل جمع آوری می کند یا چند نفر دست نشاندۀ را در صندلی ها قرار می دهد. او می تواند از این جاسوسین برای تضمین تعدادی از "به هدف زدن ها" در اجرای خود استفاده کند. سوماً، ادوارد استاد تکنیک هایی است که جادوگران هنگام اجرای نمایش های ذهن خوانی با متد خواندن سرد، به ویژه با استفاده از شوخی سریع، استفاده می کنند. او باعث می شود اظهارات و تصمیماتش از طریق کنار گذاشتن سریع سرنخ های غلط و اظهار نظرهای اشتباه، معتبر و دقیق به نظر برسند، به مخاطبانش زمان کمی برای تفکر درباره اشتباهاتش می دهد تا فقط نمونه ها و اطلاعاتی که بر توانایی های فرضی او استوارند را به یاد بیاورند.

ادوارد تکنیک های خوانش های سرد خود را به وسیله توصیف های مبهمی که تماشاگران می توانند به روش های مختلف تفسیرشان کنند، می گستراند. بعد از آن با تفسیر آن ها طوری رفتار می کند که انگار از اول منظورش همان بوده است. او می گوید: "او یا حول و حوش یا در روز تعطیلات رسمی دولتی یا یک رویداد کشوری که شاید جشن باشد از دنیا رفته" و سپس نسبت به پاسخ "۱۱ سپتامبر" طوری رفتار می کند که

انگار با اظهارات او سازگار است، حتی اگر ۱۱ سپتامبر نه جشن باشد و نه تعطیلات دولتی. اما به نظر می‌رسد که با کسی که پاسخ را ارائه می‌دهد، تناقضی ندارد. علاوه بر این، "حول و حوش یک تعطیلات" یا "رویدادی که شاید جشن باشد" بیشتر تقویم را پوشش می‌دهد، هر زمان که عضو خانواده آن‌ها فوت کرده باشد، نزدیک به یک تاریخ مهم بوده. با این حال، در این لحظه، مردم فقط به زمان مرگ یکی از اعضای خانواده شان فکر می‌کنند و نه این‌که ادوارد چه گونه می‌توانسته آن را به چیز دیگری مرتبط کند.

وقتی توجه ما خیلی محدود است، به طرز شگفت‌انگیزی کلاه سرمان رفتن آسان می‌شود. برای مثال، مدیر عاملینی که وقت زیادی را صرف پست گذاشتن در رسانه‌های اجتماعی درباره شرکت‌های خود می‌کنند، توجه سرمایه‌گذاران صاف و ساده را از منابع دیگر که ممکن است با ادعاهای آن‌ها مغایر باشد، منحرف می‌کنند. در سخنرانی‌ها و کنفرانس‌های کلاس درس، ما اغلب این ایده را با استفاده از یک نسخه بسیار ساده از ترفند کلاسیک کارت بی‌بی^۱ هری‌هاردین^۲ تردست نشان می‌دهیم. ما آن را به عنوان نمونه‌ای از ذهن خوانی یا توانایی خواندن زبان بدن معرفی می‌کنیم، اما این فقط یک داستان پوششی است. ابتدا یک ردیف با شش کارت بازی نشان می‌دهیم، سپس ما پشت خود را می‌کنیم و از یک داوطلب می‌خواهیم که از یک اشاره گر لیزری برای انتخاب یکی از کارت‌ها استفاده کند. بعد صفحه را خالی می‌کنیم و از مخاطبان می‌خواهیم روی کارت داوطلب تمرکز کنند. الان می‌توانید این کار را بکنید یکی از کارت‌ها را انتخاب و روی آن تمرکز کنید. ما به سمت تماشاگران می‌رویم و بعد از این‌که به چشم‌های داوطلب نگاه کردیم، می‌گوییم، "حالا ما کارت شما را حذف می‌کنیم." ما ردیف کارت‌ها را ورق زده و جلو می‌بریم و کارت شما از دست کارت‌ها گم شده است. شگفت‌انگیز است، درسته؟ نه اگر به شما بگوییم که ما احتمالاً اصلاً

1 Princess Card Trick

2 Harry Hardin

نمی‌توانیم کارت اشتباه را حذف کنیم. ما در واقعیت نمی‌دانیم کدام کارت را انتخاب کردید.

این‌ترفند به همان ضعف پنداره که ادوارد به کار میبرد، متکی است. وقتی مخاطبان فقط روی کارت انتخاب شده تمرکز می‌کنند، عملاً این تضمین وجود دارد که به کارتهای دیگر فکر نکنند. با نادیده گرفتن کارتهای انتخاب نشده، آن‌ها متوجه نمی‌شوند که ما تمام کارتهای اصلی را جایگزین کرده‌ایم، نه فقط کارتهای انتخاب شده را. آن‌ها تنها با شواهدی که هنوز در ذهن خود دارند باقی می‌مانند، نه شواهدی که از دست داده‌اند.

ادوارد موفق می‌شود چون مخاطبانش روی پدر داوطلب، رابرت، یک آتش نشان که در ۱۱ سپتامبر فوت کرده، تمرکز می‌کنند. آن‌ها در نظر نمی‌گیرند که ادوارد چه‌طور به راحتی می‌توانسته یک تعطیلی متفاوت، یک اسم متفاوت یا یک رابطه خانوادگی متفاوت را در عمل خود جای دهد، درست همان‌طور که ما می‌توانستیم یک انتخاب کارت متفاوت انجام دهیم.

ادوارد از مشکل ما در تصور گزینه‌های گمشده و فکر کردن دربارهٔ این احتمال که برخی از حدس‌های او فقط تصادفاً درست باشند، استفاده می‌کند. اگر کسی به دلیل "مشکل استخوان" فوت کرده‌باشد، چه‌قدر احتمال دارد که آن مشکل سرطان بوده باشد؟ احتمال بالایی دارد، آیا مشکلات استخوانی کشنده دیگری هم وجود دارند؟ با این حال وقتی او می‌گوید "سرطان"، به نظر می‌رسد صحبتش درون بینانه است. چه شانس وجود دارد که کسی که در نمایش او حاضر است یک خویشاوند مرده به اسم "رابرت، رابی، راب، ر" داشته‌باشد؟ "اکثر شرکت‌کنندگان بستگان مرده‌ای خواهندداشت که به آن‌ها نزدیک بوده‌اند، به هر حال، هدف اصلی نمایش او ارتباط با مرده‌ها است و مخاطبان خود خواسته آن‌جا هستند. رابرت یک نام نسبتاً رایج با بسیاری از اشکال تلفظ و املاها است، اما او می‌توانست با هر نامی که "ر" دارد کارش را راه بیاندازد (و به علاوه باب، بایی و سایر اشکال این اسم)، و او گزینه‌ها را به سرعت بیان