

به نام او
که هستی بهمازاوست

روان شناسی نفوذ

هنر متقاعد نمودن دیگران

یکی از ۱۰ کتاب پرفروش در حوزه‌ی بازاریابی

رابرت سی. دالینی

سرگروه مترجمین

روح‌الله حمیدی مطلق

مترجمین:

حسین عنبرستانی، وحید رضوی، فرزین ولیلو،

حامد جعفری و هادی عطریانفر



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

سرشناسه	: چالدینی، رابرت بی.، ۱۹۴۵ - م.	Cialdini, Robert B.
عنوان و پدیدآور	: روان‌شناسی نفوذ: هنر متقاعد کردن دیگران / رابرت بی. چالدینی؛ مترجمین روح‌الله حمیدی مطلق... [و دیگران].	
مشخصات نشر	: تهران: رسا، ۱۳۹۴.	
مشخصات ظاهری	: ۲۸۰ ص: مصور.	
شابک	: ISBN 978-964-317-916-8	
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا.	
یادداشت	: عنوان اصلی:	Influence: Science and Practice, 5th ed, c2009
یادداشت	: مترجمین روح‌الله حمیدی مطلق، حسین عتیرستانی، وحید رضوی....	
موضوع	: تأثیر (روان‌شناسی).	
موضوع	: اقناع (روان‌شناسی).	
موضوع	: تسلیم (روان‌شناسی).	
شناسه افزوده	: حمیدی مطلق، روح‌الله، ۱۳۵۷ - مترجم.	
رده‌بندی کنگره	: BF ۷۷۴/ج۲۹ ۳۹۴	
رده‌بندی دیویی	: ۱۵۳/۸۵	
شماره کتابخانه ملی	: ۸۵۲۰۳۶۷	

کلیه حقوق، محفوظ و مخصوص ناشر است

دوست عزیز، هرگونه کسب درآمد از دسترنج دیگران، تکثیر کتاب بدون اجازه از ناشر و فروش آن و یا تغییر بهای کتاب، کاری نادرست و نامشروع است و در نهایت، موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و بروز پی‌آمدهای ناگوار در زندگی و معطلی نسالم برای خود و فرزندان مان می‌گردد.



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵-۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵

WWW.RASABOOKS.IR

عنوان: روان‌شناسی نفوذ

نویسنده: رابرت بی. چالدینی — مترجمین: روح‌الله حمیدی مطلق و همکاران

اول: ۱۳۹۵ — تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

مرکز توزیع: بخش رسا - تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان

فهرست

پیشگفتار و مرجم ۵

- ۱ سلاح‌های نو ۷
- ۲ قانون معامله به مثل ۲۵
- ۳ تعهد و ثبات: هیولاهای دسمنی ۶۱
- ۴ اصل «تأیید اجتماعی» ۱۰۱
- ۵ محبت: دزد دوست داشتنی ۱۳۳
- ۶ قدرت سلطه: تمکین و فرمانبرداری برنامه‌ریزی شده ۱۸۱
- ۷ کمیابی: قانون تعداد اندک ۲۱۱
- ۸ تأثیرگذاری سریع: توافقی برای عصر اتوماتیک ۲۴۹

منابع ۲۵۹

پیشگفتار مترجم

مزیت اصلی کتابی که در دست دارید، ذوق و هنر نویسنده‌ی کتاب در بیان شیوا و داستان‌گونه مفاهیم علمی و پیچیده‌ی روان‌شناسی اجتماعی است؛ و همین نوآوری بوده است که این کتاب را تبدیل به یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌های علم در غرب در حوزه‌ی بازاریابی نموده است. یکی از پیام‌های اصلی روان‌شناسان اجتماعی، ارائه‌ی تصویر نسبتاً متفاوتی از ریشه‌های رفتار انسان است که او را نه به‌عنوان یک موجودیت مستقل، بلکه به‌عنوان یکی از اعضای جامعه پیرامونی خود در نظر می‌گیرد. از نظر نویسنده، آدمیزاد آنقدرها هم که می‌تواند مستقل نیست. به عبارت دیگر، عقل و سایر حواس انسان، از اجتماع مستقل نیست و تحت تأثیر فاکتورهای اجتماعی و بده‌بستان‌های او در ساختار اجتماع قرار دارد.

تقریباً هیچ رشته‌ای در علوم انسانی و اجتماعی وجود ندارد که تلاش برای تبیین ریشه‌های رفتار بشر نکرده باشد. به‌عنوان نمونه، بنیان‌های رشته اقتصاد بر فرضی ساده‌سازی‌شده از رفتار بشر بنا گذاشته شده است و یک اقتصاددان بدون اینکه حساسیت ویرانی‌های این مفروضات نشان دهد، تحلیل‌های خود را بر آن بنیادهای ساده‌انگارانه سوار می‌کند. از نظر یک پژوهشگر حوزه‌ی اقتصاد، انسان به‌مثابه موجودی که «همواره به دنبال حداکثر کردن منفعت شخصی خود است» قلمداد شده و این فرض، به اساسی‌ترین «آکسیوم» علم اقتصاد رایج و بسیاری از نظریات بنیادین در سایر علوم اجتماعی تبدیل شده است.

اما نویسنده کتاب پیش رو، به خوبی پرده از برخی زیربناهای رفتاری بسیار مهم انسان‌ها برداشته و به خوبی نشان می‌دهد که تا چه حد رفتار بشر تحت تأثیر باورها و چارچوب‌های ذهنی مشترک جامعه‌ی پیرامونی او و رفتار سایرین قرار دارد. نویسنده نشان می‌دهد که رفتار فردی یک انسان را هرگز نمی‌توان مستقل از کنش‌ها و چارچوب‌های مشترک حاکم بر جامعه‌ی پیرامونی وی تحلیل نمود. این نیروی اجتماعی، در بسیاری از مواقع آن‌چنان پر قدرت عمل می‌کند که (همان‌طور که نویسنده مثال زده است) می‌تواند جمعی را خود خواسته به سوی پایان دادن جمعی زندگی سوق

دهد. نویسنده این کتاب تلاش کرده است تا خواننده‌ی عام را با قواعد تأثیرگذاری و نفوذ اجتماعی آشنا کرده و نکاتی کاربردی برای مدیریت آن، استفاده از مزایای آن، و جلوگیری از آثار مخرب آن پیشنهاد کند.

از نظر ما، تأمل در علوم و حوزه‌های مربوط به «درک کنش‌های اجتماعی انسان» یکی از مهمترین پیش‌نیازهای موفقیت در هر فعالیت اجتماعی است. بنابراین ترجیح می‌دهیم به جای توصیه‌ی صرف به تنها یک گروه مخاطب برای مطالعه‌ی این کتاب (مثلاً مدیران یا محققین علوم اجتماعی) سایر گروه‌های مخاطب نظیر معلمان، کارمندان، مادران و... را نیز به مطالعه‌ی این کتاب جذاب دعوت نماییم.

البته پرواضح است که آنچه نویسنده‌ی این کتاب ارائه می‌کند، نتیجه‌ی تجربه بوده و عاری از خطا نیست و برخلاف قیاس ارائه شده در این کتاب ممکن است از سوی سایر اندیشمندان قابل نقد جدی باشد. از طرف دیگر، باید به این نکته توجه داشت که ترجمه یک اثر از دنیای غرب به هیچ عنوان به معنای ترویج کورکورانه‌ی آن اثر در یک جامعه‌ی شرقی نیست؛ بلکه هدف اصلی، وسعت دادن به دایره دانش بشر است که صد البته می‌بایست تقاضای مطالعه و بررسی قرار گیرد و بخش‌های قابل اتکای آن در موضوع رفتار و کنش اجتماعی انسان، دانش عمومی جامعه شرقی را بالاتر ببرد.

در پایان جا دارد از آقایان غبرستانی، وکیل، و لیلو، جعفری، عطریانفر، بابایی و حشمتی، همکارانم در پژوهشکده‌ی سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف که در ترجمه، بازخوانی‌های مکرر متن کتاب، و پیگیری و تشویق به چاپ آن همکاری داشته‌اند کمال تشکر و قدردانی را نمایم. همچنین از جناب آقای گلستانی، مدیر عامل «انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی» و جناب آقای حسین راده، مدیر عامل «بانک قرض‌الحسنه رسالت» نیز که حامی چاپ این کتاب بوده‌اند بسیار متشکرم.

روح‌الله حمیدی مطلق

دی ماه ۱۳۹۴