



#47 Вера в справедливый мир

Большинство людей верит, что мир устроен справедливо и что каждый получает то, что заслуживает.

#91 Реактивное сопротивление

В ситуации, которая подразумевает сомнение в чьих то словах (например – решение диспутов), люди по-умолчанию напряжены. Не следует интерпретировать их эмоциональные реакции как доказательства чего либо.

#74 Эффект Даннинга-Крюгера

Многие люди склонны к преувеличению уровня своей компетентности. Они отличаются высокомерием, льстивым представлении о себе (**#69 Эффект самоуверенности**), а также уверенным тоном речи. Следует понимать, что эти люди не лгут и не притворяются. Они просто не способны объективно оценить свои способности.

#64 Эффект прожектора

Некоторые люди, ожидая вынесения решения по своему делу, ведут себя необычно, странно. Часто это бывает вызвано тем, что им кажется что их действия «всем видны».

#63 Проклятие знания

Если мы создаем какой-то механизм решения диспутов для службы поддержки, мы можем предоставить им инструменты для просмотра записей действий (logs) пользователей. Это поможет нашим коллегам гораздо больше, чем попытки выяснить логику действий пользователей.

#48 Эффект авторитета

Нам следует объяснить пользователям степень власти, которой обладает лицо выносящее решение (напр: Модератор, Администратор и т.п.). Чем более прозрачно и понятно мы это сделаем, тем меньше пользователи будут склонны к обсуждению вынесенных им решений.

#17 Феномен негативного восприятия

Даже если в большинстве случаев выносимые решения идут на пользу пользователю, при первом же отрицательном решении он может возмутиться. Нам не имеет смысла апеллировать к тому, что «в 95% случаев решения выносились в вашу пользу» и т.п. Подобная пользовательская реакция основана на эмоциях а не логике.



#19 Консерватизм (пересмотр системы верований), #22 Эффект фрейминга

В идеале, «обертка» любых наших решений, должна всегда соответствовать верованиям и ценностям нашей аудитории. Чтобы использовать элемент консерватизма в коммуникации нам следует с самого начала выписать ключевые ценности, являющиеся общими для нашей аудитории (Желательно, на стадии создания «Персоны»).

#37 Анекдотическое свидетельство, #82 Эффект генерации

Если пользователь использует в своих аргументах события, которые согласно данным системы никогда не происходили, не следует считать его лжецом.

#44 Основная ошибка атрибуции

Вынесенные решения должны всегда включать в себя как внешние, так и внутренние факторы. Если мы будем объяснять пользователю решение, которое было принято в ущерб его интересам его личными недочетами – это вызовет резко негативную реакцию. Если же мы будем объяснять наше решение, принятое в его пользу, исключительно внешними обстоятельствами – мы лишь снизим его уровень удовлетворения.

#49 Заблуждение надежности автоматизации

Пользователь мог ошибиться из-за советов нашей системы. Мы могли не заметить, как системные «советы» и «рекомендации» подталкивают пользователей к ошибочным действиям.

#93 Эффект неоднозначности

Выносимое решение должно быть однозначным для понимания. Используемые нами формулировки должны исключать разночтения (**#62 Иллюзия прозрачности**).

#70 Эффект социальной желательности

Мы можем использовать эффект социальной желательности для «подталкивания» пользователя к принятию результатов наших решений. Этот прием широко используется политиками.

#33 Эффект слепого пятна

Нам не следует объяснять пользователю, что проблема в его когнитивных искажениях, мыслительных процессах. Даже если у нас есть безупречные аргументы – нам никогда не стоит этого делать.

#

В контексте работы с механизмами принятия решений будет также полезно ознакомиться с **#81 Иррациональное усиление**.