



#90 Оправдание системы

В абсолютном большинстве случаев нам следует избегать отсылок на события мировой/национальной/государственной конъюнктуры. Причина в том, что мы не имеем никакого контроля над этими событиями, и мы не имеем никакого представления о том, к чему эти события приведут в будущем. Например, сегодня мы можем поддержать какое-то гражданское движение «за права». Возможно в краткосрочной перспективе это понравится и потенциальным и фактическим пользователям, но что будет если это гражданское движение приведет к гибели невинного человека? Дискредитированное движение, которое мы поддержали может быть легко использовано конкурентами чтобы эффектно смешать нас с грязью. При этом не имеет значения насколько мы «правы», или «не виноваты» (#63 Проклятие знания).

#16 Эффект самореференции

Ссылаясь на некое событие нам следует выбирать такие речевые обороты, которые позволят пользователю увидеть в них себя.

#17 Феномен негативного восприятия

Ссылаясь на негативные события мы делаем пользователя более чувствительным к любым негативным эмоциям при использовании продукта.

#19 Консерватизм (пересмотр системы верований)

Практически любое мнение, которое мы выразим безусловно пойдет вразрез с идеологическими, либо социально-культурными ценностями какого-то процента нашей аудитории.

#25 Предвзятость подтверждения

Наши утверждения должны быть изложены в такой форме, чтобы пользователи могли максимально просто с ними согласиться. Любое разночтение в коммуникации может вызвать реактивную реакцию (#91 Реактивное сопротивление).



#28 Селективное восприятие

Нам следует ограничить комментарии к материалам в которых мы ссылаемся на публичные события. Причина в отсутствии пользы от обратного. Так, увидев комментарии пользователей, нам может показаться, что мы «знаем нашу аудиторию». Такое «знание» может повлечь за собой действия направленные на укрепление нашего курса в обсуждении публичного события. Однако, ввиду того, что мы будем опираться лишь на небольшой процент нашей аудитории (только те, кто комментирует), мы ошибочно экстраполируем наши выводы на всю аудиторию (**#59 Ошибка выжившего**). Несогласные, но не комментирующие пользователи могут предположить, что «здесь так думает большинство», и отказаться от использования проекта (**#72 Эффект ложного согласия**).

#56 Неприятие чужой разработки

Если мы приурочили релиз какого-то функционала к каким-либо публичным событиям, мы рискуем получать искаженные данные по использованию этого функционала. Так, многие пользователи могут принципиально отказаться от его использования, считая отсылку к событиям чем-то неуместным.

#100 Эффект затухания

Если мы неудачно использовали отсылки на публичные события, нам следует лаконично извиниться, и дать времени «вылечить» ситуацию. Нам ни в коем случае не следует останавливать развитие продукта. Обновления должны выходить в штатном режиме. Коммуникация должна быть такой же, какой она была до упоминаний публичных событий.

#70 Эффект социальной желательности

Наиболее безопасными событиями, на которые можно ссылаться являются те, в которых речь идет о безусловном благе всего человечества.

#

С одной стороны цель отсылок к публичным событиям – вызов эмоциональной реакции пользователей. С другой стороны, эмоциональная реакция может стать большой проблемой, и привести к потере пользовательской базы. То, как будет интерпретировано наше ассоциирование с событиями часто зависит от нескольких искажений связанных со стереотипами: **#52 Эффект однородности чужой группы**, **#53 Искажение в пользу своей группы**, **#98 Неявные стереотипы**.