

## Od zakupów do polityki

Przegląd - 17.10.2011 - Autor: AGATA GRABAU

Naukowcy pracują nad mechanizmami wyboru. Co łączy postawienie krzyżyka na kartce wyborczej, kupno samochodu i zdecydowanie się na zagraniczną wycieczkę w biurze podróży? We wszystkich tych przypadkach musimy podjąć decyzję i dokonać pewnego wyboru. Różnica polega przede wszystkim na tym, jak go motywujemy i jakie mechanizmy rządzą nami w chwili, kiedy spośród kilkunastu czy kilkuset opcji wybieramy tę najwłaściwszą. To, czy kierujemy się emocjami czy rozumem, wcale nie jest oczywiste.

Dr Grzegorz Pochwatko, mgr Małgorzata Godlewska, dr Joanna Sweklej i dr Robert Balas ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej i Instytutu Psychologii Polskiej Akademii Nauk, w ramach badań finansowanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, starają się zrozumieć, jak działają nasze umysły w chwili podejmowania decyzji – zarówno tych najprostszych, jak i tych najbardziej złożonych. Okazuje się, że w wielu przypadkach niezwykle istotna jest rola... intuicji.

– W uproszczeniu możemy powiedzieć, że nasze wybory są albo automatyczne, albo racjonalne. Przez większość czasu działamy automatycznie: nie musimy angażować systemu refleksyjnego do codziennych, wyuczonych czynności. Wiemy, jak zrobić herbatę, jak się poruszać po własnym mieszkaniu, co zjeść na śniadanie. Pomaga nam w tym ciało, które często reaguje jeszcze przed racjonalnym umysłem – tłumaczy dr Grzegorz Pochwatko.

– W sposób nieuświadomiony działają też proste emocje, zwłaszcza negatywne, takie jak strach, wstręt czy złość.

Aby zrozumieć, jak podejmujemy decyzje, psychologowie prowokują nas do przeprowadzania nieskomplikowanych wyborów. – Zwykle badanym pokazuje się proste obrazki – opowiada dr Pochwatko. – Ważne jest, aby nie niosły one żadnej informacji. Dawniej używano się chińskich ideogramów, dziś niektórzy stosują losowo rozłożone kropki lub wielokąty wygenerowane przez komputer. Zadaniem badanego jest jedynie wybrać między dwoma rysunkami albo stwierdzić: podoba się lub nie. Aby wpłynąć na jego decyzję, na ułamki sekund pokazuje się przed np. jednym wielokątem uśmiechniętą lub wykrzywioną wstrętem twarz. Świadomość nie zarejestruje tego, ale bodziec jest na tyle silny, że wywołuje automatyczną, niekontrolowaną reakcję i ocena neutralnego obrazka się zmienia. Kiedy w czasie badania monitorowana jest praca mózgu, widać, że ośrodki odpowiadające za afekty aktywują się na chwilę przed podjęciem przez badanego jakiegokolwiek decyzji.

Rozum, ale czy na pewno?

Na drugim biegunie, jak zauważa ekspert, są skomplikowane decyzje, które staramy się podejmować w pełni racjonalnie. Kiedy kupujemy mieszkanie, zwykle nie kierujemy się emocjami. Rozważamy różne możliwości, liczymy, analizujemy, czasem wypisujemy na kartce czy na komputerze plusy i minusy. Okazuje się jednak, że nieraz nawet najbardziej

drobiazgowa analiza sprowadza nas na manowce. – Bardzo często przy złożonych sprawach nie obejmujemy wszystkich ich aspektów: w czasie myślenia zmieniają się kryteria, którymi się posługujemy. Zwracamy uwagę na pozorne, fałszywe przesłanki. Jest mnóstwo rzeczy, które źle wpływają na nasze myślenie, choćby zawodność pamięci – odtwarzanie danych jest mocno zakłócone np. emocjami – mówi dr Pochwatko. – Zwykle już w chwili, kiedy rozpoczynamy takie rozważania, mamy gotową odpowiedź (choć zazwyczaj nie

zdajemy sobie z tego sprawy) i chcemy ją tylko umotywować – wyjaśnia Małgorzata Godlewska. – Kiedy ktoś spyta: jak wybrałbyś samochód czy partnera, odpowiadamy: muszę dobrze przemyśleć wszystkie za i przeciw. Tymczasem zarówno przy wyborze śniadania, jak i przy wyborze partnera życiowego możemy kierować się informacjami przetwarzanymi w sposób nieuświadomiany. W każdej chwili życia gromadzimy dziesiątki informacji, które wpływają na dokonywanie wyborów i ocenianie, i tylko część z nich jest przez nas uświadomiana.

Dlatego właśnie nawet – a może szczególnie – przy podejmowaniu bardzo ważnych decyzji może nam pomóc intuicja, która znajduje się pomiędzy tymi biegunami, między racjonalnością a działaniem automatycznym.

Coraz częściej okazuje się, że im mniej świadomie myślimy o danej sprawie, tym lepiej. – Grupie badanych daliśmy do wyboru cztery wycieczki, cztery samochody lub cztery mieszkania.

Do każdej propozycji były cztery przesłanki, na podstawie których uczestnik badania miał wybrać najkorzystniejszą opcję. Większość rozwiązała zadanie bez problemu – tłumaczy dr Pochwatko. – Kiedy jednak zamiast czterech przesłanek daliśmy do każdej opcji 12, zaczęły się trudności. Znacznie więcej osób dokonywało niewłaściwego wyboru. Dlatego... utrudniliśmy im myślenie.

Uczestnicy eksperymentu musieli jednocześnie rozwiązywać zadania matematyczne bez użycia kalkulatora. – Wystarczy np. odliczanie od kilku tysięcy w dół co 17, aby uniemożliwić pełną koncentrację – mówi psycholog. Zadanie pozostało takie samo. Okazało się, że skomplikowane wybory dokonywane bez udziału świadomego, racjonalnego myślenia były... znacznie trafniejsze. Z tym, z czym umysł świadomy, działający linearnie, przetwarzający jedną przesłankę po drugiej, nie mógł sobie poradzić, znakomicie poradziła sobie intuicja. – Nieświadomość wygrała, bo nie była ograniczona przez sekwencyjność – dodaje dr Pochwatko.

Randka prawdę ci powie

Może to jednak tylko sztuczka laboratoryjna, oderwana od rzeczywistego życia? Niezupełnie. Podobne informacje podają naukowcy z całego świata. Psycholodzy Emir Kamenica, Itamar Simonson, Sheena Iyengar i Ray Fishmar wskazali, że w bardzo podobny sposób postępujemy na co dzień, choćby oceniając nowo poznanych ludzi. Każdy z nas zna uczucie sympatii lub antypatii od pierwszego spojrzenia. Aby sprawdzić, czy pierwsze wrażenie faktycznie przekłada się na późniejsze relacje, badacze przeanalizowali dziesiątki randek

odbywających się w ramach tzw. speed dating. Ta forma, od kilku lat znana także w Polsce, ma pomóc osobom samotnym w znalezieniu partnera lub przynajmniej umożliwić ciekawe spędzenie czasu. Polega to na kilkuminutowych rozmowach każdej obecnej na spotkaniu kobiety z każdym mężczyzną – zwykle panie siedzą przy stolikach, a panowie krążą między nimi. Na kontakt przewidziane jest zwykle nie więcej niż pięć minut, po tym czasie rozlega się dźwięk dzwonka, a rozmówcy przechodzą do kolejnych stolików. Wszyscy uczestnicy mają do wypełnienia formularze, w których zaznaczają, jakie wrażenie zrobili na nich kolejni randkowicze. Pod koniec formularze są zbierane przez organizatorów. Jeśli dwie osoby wskazują na siebie, czyli np. pani nr 5 spodobała się panu nr 8 i wzajemnie, przekazują im numery telefonów lub adresy e-mailowe. Decyzja, co zrobić z tym dalej, zależy już od uczestników zabawy. Co na to naukowcy? – Okazało się, że związki zainicjowane tzw. szybką randką są tak samo trwałe jak te, w których pary przeszły klasyczną drogę poznawania się, spotykania i zakochania. Tego, czy ktoś nam odpowiada, często dowiadujemy się już podczas pierwszego kontaktu. Potem tylko potwierdzamy i uzasadniamy wybór – mówi Małgorzata Godlewska.

### Racjoniści i intuicjoniści

Czy jednak każdy dopuszcza nieświadomość do głosu w równym stopniu? Niezupełnie. Przy najprostszych, automatycznych wyborach każdy z nas działa podobnie. Jednak im bardziej skomplikowana jest decyzja, którą podejmujemy, tym bardziej się różnimy. – To, jak działamy, wyznaczają style poznawcze – zaznacza dr Pochwatko. – Racjoniści wolą poznanie rozumowe, chcą dokładnie przemyśleć całą sytuację, znaleźć wady i zalety możliwych rozwiązań. Intuicjoniści wolą się zdawać na podpowiedzi mniej racjonalne, większą uwagę zwracają na emocje.

Z zawierzeniem intuicji łączą się pewne niebezpieczeństwa. Reklamodawcy i twórcy kampanii wyborczych starają się bowiem wpłynąć na nasze decyzje – bardzo często wykorzystując właśnie nieświadome mechanizmy naszego umysłu. Choćby poprzez billboardy, które mijamy codziennie, jadąc do pracy. – Jeśli nie mamy sprecyzowanych poglądów na dany temat, często na wybór wpływa tzw. efekt ekspozycji (wielokrotny kontakt z jakimś bodźcem powoduje jego lepszą ocenę). Widzę nazwisko czy nazwę produktu, nie wiem, skąd je znam, ale sam fakt, że miałam z nimi wcześniej kontakt i wydają się znajome, budzi pozytywne odczucia – zauważa Małgorzata Godlewska. – Przynajmniej dopóki reklamodawca nie przesadzi, bo po przekroczeniu pewnego krytycznego momentu kolejne częste kontakty z tymi bodźcami mogą przynieść odwrotny skutek.

Jak zauważają badacze, znacznie trudniej przekonać kogoś, kto ma ugruntowane zdanie na dany temat. – Jeśli uważam, że francuskie samochody nie nadają się na polskie drogi, nie zmienię zdania, choćbym obejrzała dziesiątki reklam. Jeśli jednak jestem niezdecydowana, znacznie łatwiej wpłynąć na mój wybór.

### Wiedza, która się chowa

Od wielu lat biznesmeni, władze koncernów i wielkich organizacji poświęcają mnóstwo czasu i pieniędzy na opracowanie idealnych strategii podejmowania decyzji. Psycholodzy

i specjaliści od zarządzania tworzą modele, które mają wspomagać ten proces i sprawić, aby wybory dokonywane na najwyższym szczeblu były jak najbardziej racjonalne i dzięki temu – najbardziej prawidłowe. Okazuje się jednak, że szczególnie w dziedzinach, w których jesteśmy specjalistami – a zatem mózg ma dostęp do ogromnych zasobów wiedzy, nawet jeśli w danej chwili jest ona ukryta przed świadomością – warto zawierzyć intuicji. – Nie chodzi o to, żeby zupełnie wyłączyć logiczne rozumowanie – zaznacza Małgorzata Godlewska. – Ale czasem warto dać sercu pierwszeństwo przed rozumem.

#### Nieświadoma polityka

Czy badania psychologów pozwalają także poznać preferencje polityczne? Polscy badacze postanowili to sprawdzić przed wyborami parlamentarnymi. Badanie przeprowadzono przy wykorzystaniu aplikacji badawczej przygotowanej w Laboratorium Rzeczywistości Wirtualnej Instytutu Psychologii PAN. Obserwowanym osobom założono trójwymiarowe okulary i umieszczono je przed ekranem. W trójwymiarowej przestrzeni napływały logo partii i twarze znanych działaczy. Zadaniem badanych było posortowanie fotografii. Okazało się, że i tu nieświadome reakcje są bardzo wyraźne. – Łatwiej nam przybliżyć się do czegoś pozytywnego i oddalać się od czegoś negatywnego. Zwolennicy PO byli szybsi, gdy musieli zdjęcie Tuska położyć blisko siebie, i wolniejsi, gdy daleko od siebie, zwolennicy innych partii – odwrotnie – tłumaczy dr Pochwatko. – Gdy zadajemy pytanie respondentowi, może skłamać, ale gdy obserwujemy jego czas reakcji – już nie.