

DAVID G. MYERS
LIBRIS

We know
books

DE UNDE ȘTIM DE CAPUL NOSTRU?

CURIOZITĂȚI
ȘI CIUDĂȚENII
ALE MINȚII UMANE

TRADUCERE DIN LIMBA ENGLEZĂ DE
FLORIN TUDOSE

ATREIA | magga
cultura BOOKS

<i>Prefață</i>	9
Partea I. Cine sunt eu?	11
1. Egoismul implicit	13
2. Forța uimitoare a atenției	18
3. Auzul e mai mult decât ce percepe urechea	22
4. De unde știm de capul nostru?	27
5. Procesare duală: un creier, două minți?	30
6. Stabilirea unor rezoluții de Anul Nou care să țină	35
7. Puterea și pericolele intuiției	39
8. A te teme de lucrurile de care trebuie să te temi	43
9. Am știut de la bun început	47
10. Judecarea celorlalți și judecarea de sine	51
11. Confirmare comportamentală: primim ceea ce așteptăm	54
12. Cum să mă iubesc pe mine? Păi, să enumerăm	57
Partea a II-a. Cine suntem?	65
13. Știința modestiei	67
14. Când ordinea nașterii contează	71
15. Infarctul și experiența conștientă a morții	75
16. Oamenii își reprimă sau își amintesc în detalii vii evenimentele traumatizante?	80
17. Când teama de a pierde ne vitregește de șansa de a câștiga	84
18. Cum polarizăm și ce putem face în privința asta	88
19. Diferențele ne captează atenția, ne definesc identitatea și, uneori, ne păcălesc	93
20. Psihologia divizării	98
21. Psihologia socială a dezacordului	102
22. Fenomenul supraîncrederii în sine	106
23. De ce toți ceilalți se distrează mai bine ca mine?	111
24. Facilitarea socială: prezența energizantă a celorlalți	117
25. Știința veselă a microprietenilor	121
26. Cum să-ți faci și să menții prietenii	127
27. Narcisismul: sinele grandios	132

Partea a III-a. Ce-o fi cu lumea?	135
28. Cum ne formează natura și cum ne formează educația	137
29. Minunea mersului pe jos (și a cântatului): spirite sincronizate	141
30. Intervențiile înțelepte pot schimba vieți	144
31. Eșec și înflorire	148
32. Moartea este o perspectivă terifiantă, dar mai puțin pentru cei pe moarte	152
33. Locurile în care ajung mai mulți imigranți demonstrează mai multă acceptare ori mai multă frică față de imigranți?	156
34. Eroarea implicită este reală..., dar ar putea programele de antrenament să o reducă?	161
35. Cum îi modifică politica pe politicieni	165
36. Forța erorii de confirmare și credibilitatea credinței	169
37. Prieteni versus telefoane	174
38. Avuție, bunăstare și generozitate	177
39. Efectul simplei expunerii: familiaritatea stimulează fericirea	181
40. Eșecul replicării discreditează psihologia ca știință?	185
<i>Note</i>	189
<i>Mulțumiri</i>	229

1

EGOISMUL IMPLICIT

Cu siguranță, fiecare știe de ce și-a ales orașul în care locuiește, partenerul și vocația – din motive întemeiate, nu încapе îndoială.

Dar oare ar fi posibil ca și alte motive, necunoscute, care operează sub limita conștientizării noastre, să ne influențeze deciziile? Aceasta este ipoteza *egoismului implicit*, adică tendința automată de a agreea lucrurile pe care le asociem cu noi înșine. De pildă, ne plac lucrurile familiare, inclusiv fața noastră. Prin urmare, îi preferăm pe politicienii sau străinii care arată ca noi, mai exact a căror figură conține trăsături comune cu a noastră.

Ba chiar considerăm mai *atractive* persoanele ale căror trăsături faciale se amestecă cu ale noastre. „Asemănarea facială este un indiciu al prieteniei“, scria Lisa De-Bruine, cercetătoare la Universitatea din Glasgow, care observa în cadrul unui studiu existența unui coeficient de încredere ridicat la persoanele „de același sex cu asemănări faciale“. Pot să înțeleg asta, fiind odată păcălit să-i dau 20 de dolari unui bărbat care părea disperat să plătească un drum cu taxiul și despre care retrospectiv mi-am dat seama că-mi semăna întrucâtva. Există erori implicite care acționează în culise.

Parcă vă și aud căscând: „Oare de câte cercetări e nevoie ca să știi că ne iubim pe noi înșine și pe cei ce ne seamănă?“ Surprizele apar atunci când arunci o privire pe multiplele exemple prin care a fost documentat acest fenomen.

Unul dintre exemple se referă la efectul *nume-literă*. Persoane de naționalități, limbi și vârste diferite preferă literele din propriul nume. Oamenii au tendința, de asemenea, să se căsătorească cu persoane ale căror nume sau prenume seamănă cu ale lor.

Un al doilea exemplu este efectul *data nașterii-număr*. La fel ca în exemplul anterior, oamenii preferă numerele care se regăsesc în data lor de naștere. În cadrul unui experiment, subiecții cărora le-a fost contestată imaginea despre sine, cerându-li-se să se gândească pentru scurt timp la slăbiciunile lor, au fost mai apoi „mai atrași decât de obicei” de persoanele al căror număr de participant la experiment (cum ar fi 11-22) semăna cu datele lor de naștere.

Or să ne gândim la *efectul nume-reședință*. Fiind mult mai mare decât Jacksonville, Philadelphia (deloc surprinzător) numără de 2,2 ori mai mulți bărbați pe nume Jack..., dar și de 10,4 ori mai mulți bărbați pe nume Philip. La fel Virginia Beach, unde trăiesc un număr disproporționat de mare de femei pe nume Virginia, sau St. Louis, unde trăiesc cu 49% mai mulți bărbați pe nume Louis decât media națională. Persoane pe nume Park, Hill, Beach, Rock sau Lake prezintă o probabilitate disproporționată de a locui în orașe (Park City, de pildă) al căror nume include prenumele lor.

Dacă cea din urmă descoperire, publicată de psihologul social Brett Pelham și colegii acestuia, nu vă surprinde, gândiți-vă la un fenomen încă mai amplu descoperit de către aceștia: oamenii au tendința de-a gravita înspre cariere asociate cu numele lor. În Statele Unite, Dennis, Jerry și Walter sunt nume similar de populare. Cu toate acestea, numărul dentiștilor care poartă numele de Dennis este de două ori mai mare decât al celor care poartă numele de Jerry sau Walter și de până la două ori și jumătate decât al celor care poartă numele, la fel de populare, de Beverly sau Tammy. Printre cei care se ocupă cu științele pământului (geologi, geofizicieni și geochimiști), nume precum George și Geoffrey sunt în mod similar suprareprezentate.

Fenomenul se extinde și la potrivirea *nume de familie-meserie*. În 1940, datele recensământului din Statele Unite arăta că persoane numite Baker, Barber, Butcher și Butler* (și al încă altor șapte meserii care sunt totodată și nume de familie) prezentau o probabilitate sporită – adesea cu mult – de a lucra în domenii asociate numelui lor.

* Brutar, frizer, măcelar și valet. (N.t.)

Ah, dar Pelham și colegii săi au verificat oare reversul cauză-efect? Uri Simonsohn, un cercetător comportamental pasionat de verificarea descoperirilor chestionabile, a înaintat întocmai acest argument. De pildă, orașele și străzile sunt adesea numite după persoane ai căror descendenți rămân în regiune, nu-i așa? Să fie oamenii din Virginia mai predispuși în a-și numi fiicele cu numele statului lor? Sunt cei din Georgia mai predispuși să-și boteze copiii cu nume ca Georgia sau George? Oare nu e mai probabil ca brutalul de odinioară al satului – purtând acest nume – să aibă descendenți care duc mai departe ancestrala sa meserie?

Cel mai probabil, susține Pelham. Însă ar putea asta să explice, întreabă el, de ce statele au atât de mulți locuitori cu nume de familie similare? California, de exemplu, deține în exces locuitori ale căror nume începe cu Cali (cum ar fi Califano). Mai mult, continuă el, există mai multe șanse ca oamenii să se mute în state și orașe cu nume care seamănă cu ale lor: Virginia în Virginia și Tex în Texas, de exemplu.

Am meditat pe marginea acestei cercetări jucăușe privind binomul nume de familie-meserie când citeam o lucrare despre cogniția urșilor negri, cosemnată de Michael Beran*. Următorul titlu din teancul meu de lecturi era o lucrare ingenioasă despre abilitățile de rezolvare a problemelor la corbi, coordonată de Chris Bird**. Nu mult după asta, citeam despre măsurile de intervenție pentru ameliorarea depresiei la tineri, într-o lucrare a cercetătoarei Sally Merry.

Încântat peste măsură, am ajuns la importante cărți despre comportamentul animalelor – scrise de Robin Fox*** și Lionel Tiger**** –, dar și la volumul *Birds of North America*, de Chandler Robbins*****.

Lista poate continua cu miliardarul Marc Rico*****, bateristul Billy Drummond sau purtătorul de cuvânt al Casei

* Beran este similar cu „bear” – urs. (N.t.)

** „Bird” – pasăre

*** Robin – Măcăleandru și „Fox” – vulpe.

**** „Tiger” – tigru

***** Sturz

***** „Rico” aduce a „rich” (bogat); „Drummond” aduce a „drums” (tobe); „Speaks” înseamnă vorbește.

Albe în timpul administrației Ronald Reagan, pe nume Larry Speaks.

Surse de pe internet oferă încă mai mult: dentiști pe nume E.Z. Filler*, Gargle și Toothaker; compania de servicii bancare din Oregon condusă de Cheatham** și Steele; precum și coristul Justin Tune***. Dar, după cum bine ne reamintește o memă celebră de pe internet, „Problema cu citatele de pe internet e că nu știi niciodată cât sunt de adevărate”. (Abraham Lincoln)

Poate că și voi aveți propriile asocieri nume-vocație preferate? Mă gândesc la un bun prieten care era încărcat de anxietate înainte de vizita la oncologul său, doctorul Bury****. (Mă bucur să pot raporta că douăzeci de ani mai târziu prietenul meu este complet neîngropat și nu a avut nevoie de serviciile celor de la Posthumus Funeral Home, localizați în apropiere.) Un alt prieten își amintea că boilerul din casa părinților săi fusese instalat de doi bărbați pe nume Plumber și Leak*****.

Dacă egoismul nostru implicit ne influențează în mod inconștient preferințele, oare asta explică de ce tocmai Susie vindea scoici la malul mării*****?

Deși acest fenomen este de regulă un factor modest de influențare a preferințelor noastre, el ne oferă totuși o perspectivă asupra unei realități mai ample: scara și forța uluitoare ale minții implicite nevăzute. Pe căi nebănuite nici de Freud niciodată, preferințele, percepțiile, amintirile și atitudinile noastre operează pe două niveluri: „calea deschisă”, conștientă și deliberată, și „calea ferită”, mult mai largă, dar invizibilă, unde mintea funcționează sub radarul conștientizării noastre.

Reflectând la această vastă procesare nevăzută a informației, marele psiholog cognitivist George Miller vorbea

* Nume onomastice cu conotații stomatologice – „Filler” (a umple), „Gargle” (gargară), „Toothaker” (unde „tooth” înseamnă dinte).

** „Cheat” (a înșela) și „steal” (a fura).

*** „Tune” (melodie)

**** „Bury” (a îngropa)

***** „Plumber” (instalator) și „Leak” (scurgere).

***** Trimitere la cântecul pentru copii cu versuri în aliterație intraductibilă („Susie who sold seashells by the seashore”).

LIBRIS

We know
books

cândva despre doi pasageri pe un vas care privesc spre orizontul apei. „E multă apă în ocean, categoric“, spune unul dintre aceștia. „Da“, răspunde celălalt, „și n-am văzut decât suprafața ei“.

2

FORȚA UIMITOARE A ATENȚIEI

La fel ca un fascicul de lumină, atenția selectivă a minții noastre se concentrează într-un moment sau altul doar pe o felie de mici dimensiuni decupată din întreaga noastră experiență. Este un fenomen subestimat de către majoritatea șoferilor, atunci când se lasă distrași de mesaje sau conversație. Dar, spre deosebire de modestul fenomen al egoismului implicit, forța atenției noastre în stare de concentrare este uriașă.

Magicienii sunt maștri ai manipulării atenției, reușind să-și strecoare discret o mână în buzunar în timp ce ne atrag atenția la altceva. După cum spunea talentatul magician Teller: „De fiecare dată când faci un truc de magie, intri pe teritoriul psihologiei experimentale“.

Înțelegerea fenomenului nu ne face imuni la el. Un psiholog suedez realiza, după ce fusese surprins de apariția unei femei dezbrăcate pe o stradă din Stockholm, că fusese de fapt păcălit de niște hoți de buzunare, cunoscători ai forței de concentrare a atenției selective.

Printre multele fenomene de percepție ciudate și minunate (și acum familiare) se găsește și orbirea față de lucrurile din fața noastră. În cadrul unor demonstrații faimoase a *orbirii neatente*, persoanele concentrate pe o sarcină dată, cum ar fi să socotească numărul de pase dintre jucătorii cu tricouri negre de pe un teren, adesea nu observau o femeie cu o umbrelă traversând scena. În alte experimente năzdrăvane, subiecții nu sesizau persoane în costume de gorilă sau un clown pe motoretă, aceștia trecând chiar pe sub nasul lor.

Acest fenomen de privire fără percepere ilustrează un adevăr profund: *atenția noastră are un caracter selectiv*

formidabil. Atenția conștientă nu rezidă în mai multe locuri simultan. Când ne angajăm în ceva, ignorăm în mod necesar restul lucrurilor. Atenția este o resursă finită.

Asta știți deja. Mai puțin cunoscut e faptul că neatenția selectivă restrânge totodată și alte simțuri. *Surditatea neatență* este ușor de demonstrat prin sarcini de „ascultare dihotomică”. Cercetătorii au difuzat într-o ureche a participantului melodii noi, în timp ce în cealaltă ureche au transmis cuvinte repetate, la volum ridicat. Rezultatul a fost surprinzător: la finalul experimentului, participanții la experiment nu reușeau să identifice piesele pe care tocmai le ascultasera. Atenția lor s-a concentrat în altă parte. (Totuși, grație „efectului simplei expunerii”, aceștia *preferau* mai apoi melodiile nepercepute conștient mai mult decât alte melodii noi.)

Într-o replică acustică a experimentului cu gorila invizibilă, psihologii Polly Dalton și Nick Fraenkel, de la Universitatea din Londra, le-au cerut unor participanți să se concentreze pe conversația a două femei și să ignore conversația a doi bărbați, simultană cu prima. Rezultatul a demonstrat neatenția selectivă: în general, participanții nu-l auzeau pe bărbatul care repeta „sunt o gorilă”.

Un studiu britanic recent documenta fenomenul de *amorțire neatență*. Hoții de buzunare au înțeles de multă vreme că înghionțirea îi face pe oameni să nu mai simtă la fel de acut o mână strecurată în buzunar. Dalton (împreună cu Sandra Murphy) a experimentat neatenția tactilă. Cum era de așteptat, atunci când erau distrași, participanții la studiu nu mai remarcă o vibrație altfel ușor identificabilă la nivelul mâinii.

Neatenția tactilă funcționează uneori în beneficiul nostru. Odată, pe când conduceam mașina în drum spre o conferință, am simțit o înțepătură acută în ochi (în urma desprinderii unei lentile de contact)... dar, apoi, în timpul conferinței, nu am mai resimțit durerea..., ca să o simt din nou, foarte intens, când conduceam în drum spre casă. În context clinic, cum se întâmplă în cazul pacienților care primesc îngrijiri în urma unor arsuri, distragerea poate face mai tolerabile procedurile altfel dureroase. Durerea e resimțită cel mai acut atunci când participăm la ea.

Un alt experiment britanic, de data aceasta întreprins de Sophie Forster și Charles Spence, demonstrează fenomenul de *anosmie neatentă*, o inabilitate de a mirosi. Atunci când participanții se concentrau pe sarcini cognitive solicitante, nu mai sesizau un miros de cafea prezent în încăpere.

Ce urmează? Ne putem, oare, aștepta la demonstrația fenomenului de *ageuzie neatentă*? („Ageuzia” – noul meu cuvânt favorit –, este incapacitatea de a simți gustul.) Sigur, dată fiind forța atenției noastre (și a neatenției corespondente), ne-am putea aștepta și la asta.

Morala poveștii: atenția noastră este un dar minunat, atâta timp cât este concentrată pe un singur lucru odată; e doar un mic exemplu de minune a minții. Cu cât cercetătorii din neuroștiințe descoperă mai multe, cu atât sunt mai convingeți că ceea ce e cu adevărat extraordinar nu este așa-zisa percepție extrasenzorială – neconfirmată oricum de datele de cercetare –, ci mai degrabă sistemul nostru de senzații și percepții de zi cu zi.

Gândiți-vă: în timp ce citiți aceste cuvinte, particule de energie luminoasă lovesc celulele receptorilor din retină, care o convertesc în semnale neuronale ce activează celule adiacente, care la rândul-le procesează informația pentru un al treilea strat de celule, pentru ca apoi sistemul nervos să trimită semnale electrochimice în creier, unde, pas cu pas, ceea ce vedem cu ochii este reasamblat în părțile sale componente și recompus cumva într-o imagine percepută conștient, comparată într-o clipă cu informația stocată anterior și recunoscută drept cuvinte binecunoscute.

Procesul seamănă mai degrabă cu dezmembrarea unei case, transportul părților componente într-un alt loc și reconstruirea sa cu ajutorul unui milion de muncitori specializați – totul într-o fracțiune de secundă. Mai mult, această procesare implicită și lipsită de efort a informației are loc neîncetat, în mișcare, în trei dimensiuni și în culori.

Cu cât explorăm mai mult aspectele banale ale vieții, cu atât mai mult îl înțelegem pe Iov: „Cu adevărat, am vorbit fără să înțeleg despre lucruri prea minunate pentru

LIBRIS

We know
books

mine și nu știam”^{*}. În banalitate stau ascunse lucruri extraordinare.

Sherlock Holmes a înțeles asta: „E o eroare să confundăm bizarul cu misterul. Crima cea mai banală este adesea și cea mai misterioasă... Viața este infinit mai stranie decât orice poate [mintea umană] inventa“.

* Traducerea versurilor biblice, în capitolul de față și în cel următor, este luată de pe: <https://www.bibliaortodoxa.ro/>.