

Человеческий мозг в состоянии выполнять 10 в 16 степени операций в секунду. Это значит, что его мощность до сих пор выше, чем мощность любого существующего на сегодняшний день компьютера. Но это совсем не значит, что для возможностей нашего мозга не существует пределов. Простейший калькулятор справится с вычислениями гораздо лучше и быстрее, да и память часто бывает ненадёжна. Плюс ко всему, мы склонны попадаться в ловушки собственного сознания, которые то и дело заставляют нас принимать сомнительные решения и делать ложные выводы. В этой статье мы расскажем об одиннадцати таких ловушках или, по научному, «когнитивных искажениях»:

## **Предвзятость подтверждения**



Мы любим соглашаться с людьми, которые соглашаются с нами. Именно поэтому мы, в основном, посещаем форумы, где собираются люди, разделяющие наши политические взгляды, и общаемся с людьми, вкусы и суждения которых схожи с нашими.

Нам неприятны отдельные личности, группы людей или сайты,

которые заставляют нас сомневаться в собственной правоте – психолог Б. Скиннер называл это явление «когнитивным диссонансом».

Эта избирательность и приводит к «предвзятости подтверждения» – мы часто подсознательно воспринимаем только ту информацию, которая «подпитывают» наши уже существующие суждения, игнорируя или отвергая всё, что с ними конфликтует и угрожает разрушить привычный для нас образ мира. Интернет, кстати, только усиливает эту тенденцию.

### **Внутригрупповая пристрастность**



Внутригрупповая пристрастность – явление, похожее на предвзятость подтверждения, о которой шла речь выше. Это проявление нашей

врождённой потребности «чувствовать себя частью коллектива».

Довольно странно, но эта потребность связана с гормоном окситоцином – так называемой «молекулой любви». Этот нейромедиатор, с одной стороны, помогает нам создавать тесные связи друг с другом, с другой – производит обратное действие по отношению к тем, кто остался вне нашего «круга». Он делает нас подозрительными, внушает страх и даже высокомерие по отношению к чужакам.

В конце концов, внутригрупповая пристрастность приводит к переоценке способностей и ценностей нашей собственной группы и недооценке тех, о ком мы, в сущности, не имеем никакого представления.

## Ошибка игрока



Это тенденция придавать огромное значение уже совершившимся событиям, уверенность, что они могут как-то повлиять на наше будущее. Классический пример – подбрасывание монетки. Если пять раз подряд выпадает решка, вероятность, что следующим выпадет орёл в нашем сознании возрастает. На самом деле она по-прежнему

остаётся 50/50.

Примерно так же работает ловушка «позитивного ожидания», свойственная игроманам. Им кажется, что после нескольких проигрышей удача просто ДОЛЖНА повернуться к ним лицом и уже следующая игра принесёт им огромный куш. Точно так же работает и заблуждение относительно «полосы везения».

### **Пост-шопинговая рационализация**



Каждый из нас может припомнить хоть один случай, когда после покупки чего-нибудь ненужного, неработающего или непомерно дорогого пытался уговорить себя, что «всё равно оно того стоило». Это и есть «пост-шопинговая рационализация» – встроенная в наше сознание программа, благодаря которой мы можем почувствовать себя несколько лучше после того, как сделаем какую-нибудь явную глупость.

Это явление известно также под названием «покупательский стокгольмский синдром» – подсознательное стремление во что бы то ни стало найти оправдание неразумной покупке – особенно если она обошлась очень дорого.

## Пренебрежение вероятностью



Очень немногие из нас боятся садиться в автомобиль, но большинство может признаться, что испытывает трепет, когда поднимается на борт самолёта. Полёт, вне всяких сомнений, совершенно для человека неестественное состояние и вызывает ассоциации с опасностью.

В то же время практически каждый знает, что вероятность погибнуть в автомобильной аварии во много раз больше, чем в авиакатастрофе. И, тем не менее, наш мозг отказывается воспринимать эту связь (статистически шанс погибнуть, путешествуя на автомобиле –  $1/84$ , на самолёте –  $1/5000$ ). Этот же феномен заставляет нас бояться погибнуть от рук террористов, и не думать о гораздо более реальной опасности – упасть с лестницы или случайно отравиться, например.

## Выборочность наблюдения



Выборочность наблюдения – это когда мы внезапно начинаем повсюду замечать нечто для нас новое. Нам кажется, что это «нечто» с определённого момента стало нас преследовать, в то время как в действительности раньше оно просто-напросто ускользало от нашего внимания.

Пример: вы покупаете новую машину и с этого момента начинаете видеть такие же автомобили кругом и всюду. То же происходит и с беременными женщинами, которые вдруг начинают замечать вокруг себя большое количество других беременных. Это может быть какая-нибудь песня или редко употребляемое выражение. Что бы это ни было, причина не в том, что то или иное явление стало чаще происходить, а в том, что вы стали чаще обращать на него внимание. Отсюда же возникает уверенность, что схожесть каких-либо событий или явлений «не может быть совпадением» (хотя на самом деле очень даже может).

## Эффект негативности



Человек имеет тенденцию обращать больше внимания на плохие новости – и это совсем не означает наличие психологических отклонений. Учёные считают, что мы подсознательно воспринимаем плохие новости как более важные. Кроме того, плохие новости вызывают у нас больше доверия – возможно потому, что мы хорошие кажутся слишком подозрительными (или скучными).

Писатель и психолог Стивен Пинкер, например, доказывает в своей книге, что преступлений, жестокости и войн на планете постепенно становится всё меньше и меньше, хотя большинство людей уверены, что ситуация год от года только усугубляется – идеальный пример того, как действует эффект негативности.

## **Эффект повального увлечения**



Это склонность считать, что другие люди мыслят так же, как и мы. С этим эффектом связан похожий эффект «ложного консенсуса» – необоснованная уверенность, что окружающие по умолчанию с нами согласны.

Эффект переноса – переоценка нами собственной «нормальности» и «типичности». Например, часто люди, входящие в радикальные



объединения живут с убеждением, что за пределами их группы множество людей разделяют их убеждения, хотя таких может и вовсе не быть.

## Эффект текущего момента



Этот эффект называют ещё «ловушкой сравнения». Он связан с нашей склонностью сравнивать числа (чтобы сориентироваться) упуская при этом из внимания их настоящую величину. Этим фокусом активно пользуются продавцы.

Классический пример – товар на распродаже. Мы видим на бирке две цены и оцениваем разницу между ними, не сами цены. Если «скидка» значительна, это производит на нас впечатление, даже если товар на самом деле слишком дорогой и со скидкой.

Этим приёмом пользуются и рестораны – они включают в меню непомерно дорогие блюда, чтобы цена на другие, по сравнению с ними, казалась вполне разумной. По этой же причине мы, делая выбор, чаще всего выбираем нечто среднее – не слишком дорогое, но и не самое дешёвое.

(с) [mixstuff.ru](http://mixstuff.ru)

Тэги: [для](#), [не](#), [это](#), [которые](#), [что](#), [только](#), [или](#), [часто](#), [нас](#), [мы](#), [наши](#), [заставля](#)  
[ют](#), [знач](#)  
[ит](#),  
[мощность](#)